

PENGARUH EFEKTIVITAS PEMASARAN, KEBIJAKAN DIVIDEN, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PUBLIK BISNIS RITEL

Fitrie Handayani¹, Cris Kuntadi², Rachmat Pramukti³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
e-mail: fitrie.handayani19@mhs.ubharajaya.ac.id

²Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
e-mail: cris.kuntadi@dsn.ubarajaya.ac.id

³Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
e-mail: rachmat.pramukty@dsn.ubarajaya.ac.id

**Corresponding Author : Fitrie Handayani¹*

ABSTRAK

Tujuan: Artikel ini merumuskan suatu asumsi mengenai keterkaitan antara variabel yang akan dijadikan dasar penelitian selanjutnya. Artikel ini menganalisis pengaruh dari variabel efektivitas pemasaran, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan publik subsektor ritel.

Metodologi Penelitian: Artikel ini berisikan metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dan penelitian dengan kajian pustaka (*library research*). Dalam penelitian ini, teori dan hubungan atau dampak dari antar variabel yang dianalisis dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal penelitian terdahulu, yang bisa didapat dari media cetak yang ada di perpustakaan atau media elektronik yaitu melalui *Google Scholar*, *Mendelay* dan media elektronik lainnya.

Temuan: Artikel tinjauan literatur ini menghasilkan temuan bahwa: 1) Ada dampak positif signifikan dari efektivitas pemasaran terhadap kinerja keuangan; 2) Kebijakan dividen tidak berdampak secara signifikan terhadap kinerja keuangan; 3) Ada dampak positif signifikan dari ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan.

Implikasi: Penelitian ini dapat memberikan informasi penting pada Peneliti, Mahasiswa, dan pihak lain yang berkepentingan dalam memahami bagaimana efektivitas pemasaran, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan memiliki dampak pada kinerja keuangan perusahaan, terutama dalam konteks perusahaan publik di sektor ritel..

Keaslian: Faktor-faktor dalam penelitian ini memberikan kontribusi keaslian tersendiri dalam pemahaman komprehensif pada topik ini.

Keyword : efektivitas pemasaran, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, kinerja keuangan.

1. Pendahuluan

Ritel adalah subsektor yang telah populer sepanjang pertumbuhan generasi. Ini terbukti dengan tersebarannya warung, rumah makan sederhana atau toko serba ada di seluruh wilayah, dari pedesaan hingga perkotaan. Pertumbuhan dan perkembangan ritel mempunyai prospek yang berpotensi memperbaiki perekonomian negara dan perkembangannya sangat pesat, begitu pula dengan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia seiring berjalannya waktu. Contohnya adalah beberapa industri ritel ternama seperti Alfamidi, Alfamart, Indomaret, IKEA, Gramedia, Transmart Carrefour, Hypermart, dan lain-lain. Industri bisnis ritel modern telah menghadapi banyak rintangan yang berdampak signifikan terhadap kinerja

keuangan industri itu sendiri, mengingat efek dari masa pandemi COVID-19 yang telah menurunkan daya beli masyarakat untuk berbelanja secara langsung (*offline*). Sektor ini mengalami penyusutan kinerja selama tahun 2020 berjalan. Sejak masa pandemi tersebut, mayoritas masyarakat lebih memilih untuk berbelanja menggunakan *e-commerce*. Situasi ini telah mengakibatkan banyak peritel lokal harus menutup usahanya karena kondisi ekonomi yang terus menerus tidak mengalami perbaikan.

Industri ritel di Indonesia telah menjadi pusat perhatian publik dalam beberapa tahun terakhir, dengan beberapa perusahaan masih menunjukkan pertumbuhan, meskipun tidak sebanding dengan tahun-tahun sebelumnya (Lendrawati & Abdi, 2021). Hal ini dibuktikan dengan keberadaan berbagai industri ritel modern yang masih bertahan karena memiliki strategi dalam menghadapi *e-commerce*, yaitu dengan menyatukan metode pemasaran secara *offline* dan *online*. Hal ini dibenarkan oleh survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) yang melibatkan 700 responden dari pedagang ritel modern, termasuk supermarket dan hypermarket.

Bank Indonesia (BI) memprediksi bahwa Indeks Penjualan Riil (IPR) pada April 2023 meningkat 1% dibandingkan dengan April 2022 (year-on-year/yoy). Ini merupakan level tertinggi sejak awal 2020 (databoks.katadata.co.id, 2023). BI menguraikan bahwa kenaikan penjualan ritel pada April 2023 disebabkan oleh momen Ramadan dan Lebaran 1444 Hijriah, strategi penurunan harga yang dijalankan oleh peritel, serta distribusi barang domestik yang berjalan lancar (databoks.katadata.co.id, 2023). Dalam konteks ini, ketika IPR mengalami kenaikan, diasumsikan bahwa penjualan ritel riil juga meningkat, yang menunjukkan adanya peningkatan dalam konsumsi masyarakat. Sebaliknya, jika IPR mengalami penurunan, maka dapat diartikan bahwa penjualan ritel dan konsumsi masyarakat mengalami penurunan. Di tahun-tahun mendatang, industri ritel akan tumbuh dengan baik karena komitmen berkelanjutan, yang merupakan komponen utama dalam pertumbuhannya. Faktor-faktor lain, seperti kelompok sosial kelas menengah, penggunaan internet, dan dampak luas tersebarnya smartphone, juga akan memainkan peran penting. (Butarbutar & Lisdayanti, 2020).

Prestasi finansial atau kinerja keuangan suatu perusahaan ritel yang diperdagangkan secara publik dapat dianalisis melalui evaluasi efektivitas strategi pemasaran, kebijakan pembagian dividen, dan ukuran perusahaan. Penting untuk mengetahui dampak faktor-faktor internal dalam mengukur kinerja perusahaan di konteks bisnis. Kinerja keuangan bukan hanya mencerminkan profitabilitas suatu perusahaan, tetapi juga faktor-faktor yang melibatkan strategi pemasaran yang efektif, kebijakan dividen yang bijaksana, serta ukuran perusahaan yang mungkin mempengaruhi kestabilan dan pertumbuhan perusahaan ritel. Dalam dunia bisnis yang semakin sengit persaingannya, pesaing yang semakin kuat mendorong pelaku bisnis untuk meningkatkan kinerja mereka. Tentunya tujuan ini didasari oleh keinginan untuk terus beroperasi dan mencapai tujuan perusahaan, yang biasanya bertujuan untuk mengoptimalkan keuntungan serta nilai perusahaan yang diperoleh investor. Keberhasilan dalam mencapai tujuan ini biasanya tercermin dalam pertumbuhan dan kinerja perusahaan.

Perusahaan memiliki sasaran untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham, baik itu dalam bentuk nilai aset pada laporan keuangan atau nilai yang terlihat dalam harga saham perusahaan. Berdasarkan ilmu akuntansi, ROE dapat menggambarkan persentase perubahan total kekayaan pemilik (ekuitas) dimana hal ini berkaitan dengan kestabilan *Earning After Tax* (EAT) (Tania & Abdi, 2023). Pada dasarnya, penelitian ini didasarkan pada konsep atau teori utama yaitu *Analisis Du Pont* (Lendrawati & Abdi, 2021). *Analisis Du Pont System*

adalah suatu metode analisa yang menggabungkan dua informasi milik perusahaan yaitu dari laporan laba rugi dan neraca. Hal ini berguna dalam menentukan seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari asetnya (*Return on Asset* atau ROA) dan seberapa menguntungkannya bagi pemegang saham (*Return on Equity* atau ROE) (Sawir, 2001).

2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan mengenai industri bisnis ritel dan bagaimana cara menganalisa kinerja keuangan perusahaan, muncul beberapa perumusan masalah dalam penelitian ini yang akan dipaparkan lebih dalam kajian pustaka, hasil, serta pembahasannya yaitu:

1. Apa dampak dari efektivitas perusahaan pada kinerja keuangan perusahaan?
2. Apa dampak dari kebijakan dividen memiliki pada kinerja keuangan perusahaan?
3. Apa dampak dari ukuran perusahaan memiliki pada kinerja keuangan perusahaan?

3. Tinjauan Pustaka

3.1 Efektivitas Pemasaran

Variabel independen pertama yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah efektivitas pemasaran, yang mengacu pada tingkat pencapaian tujuan yang telah disetujui atau ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan, dan sejauh mana tujuan tersebut tercapai dengan optimal dalam hal proses, jumlah, dan ketepatan waktu sesuai prosedur (Rokhlinasari & Deyanti, 2016). Menurut Penelitian oleh Pelham (1997) yang dikutip dalam Anggraini (2022), Ada tiga indikator utama untuk kinerja pemasaran, yaitu efektivitas perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan keuntungan relatif. Penelitian tersebut juga menghipotesiskan bahwa ada kaitan yang erat antara pemahaman pasar mengenali kebutuhan masyarakat dengan efisiensi perusahaan dan peningkatan penjualan, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan keuntungan.

Semakin efisien operasional dari perusahaan, semakin besar hasil yang dapat diperoleh perusahaan dalam mencapai sasaran-sasarannya. Dalam melakukan pemasaran produk, diperlukan strategi yang efektif untuk menarik minat pelanggan agar mereka memilih untuk membeli produk yang dijual. Hasil penelitian di lapangan mengungkapkan bahwa efektivitas pemasaran adalah seberapa baik produsen dan konsumen menjalankan strategi pemasaran, serta dalam sejauh mana mereka mencapai hasil yang sesuai dengan target atau harapan mereka. Semakin banyak tujuan produsen yang tercapai, maka semakin tersusun efektif strategi pemasaran. Hingga saat ini, ada banyak ukuran atau metrik pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengevaluasi sejauh mana efektivitas upaya pemasaran yang dijalankan oleh departemen pemasaran perusahaan.

Menurut Kotler (2003), yang dikutip oleh Lendrawati & Abdi, (2021), efektivitas pemasaran mencerminkan usaha perusahaan dalam mencari kombinasi pemasaran yang lebih produktif. Pengukuran efektivitas pemasaran diwakili oleh *Total Assets Turnover* (TATO). Adapun rumus dalam menentukan TATO perusahaan adalah:

$$\text{Total Assets Turnover} = \frac{\text{Total Asset}}{\text{Sales}}$$

3.2 Kebijakan Dividen

Variabel independen kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah kebijakan dividen, yang mencakup keputusan tentang besarnya pembagian laba kepada pemegang saham dan jumlahnya yang akan disisihkan untuk reinvestasi (Erawati et al., 2022). Manajemen memiliki dua opsi tindakan yang dapat diambil terkait dengan laba bersih setelah pajak perusahaan: membagikannya kepada pemegang saham perusahaan sebagai dividen, dan mengalokasikannya kembali ke perusahaan sebagai laba ditahan (*retained earnings*) (Lestari, 2018).

Jumlah dan jadwal pembayaran dividen ditentukan berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Strategi dividen mengacu pada keputusan perusahaan mengenai distribusi laba kepada investor. *Dividend payout ratio* (DPR) adalah ukuran kebijakan dividen sebagai tolak ukur perbandingan antara jumlah pembagian dividen dengan jumlah laba bersih perusahaan. Semakin tinggi rasio pembayaran ini, hal ini menguntungkan bagi investor, tetapi dapat melemahkan keuangan perusahaan. Di sisi lain, semakin kecil rasio pembayaran dividen, akan meningkatkan kestabilan keuangan perusahaan namun bisa berdampak negatif pada investor karena pembayaran dividen mungkin lebih rendah dari yang diharapkan (kompas.com, 2022). Rumus dalam menentukan nilai dari kebijakan dividen yaitu sebagai berikut:

$$DPR = \frac{\text{Dividend Per Share}}{\text{Earnings Per Share}} \times 100\%$$

3.3 Ukuran Perusahaan

Variabel independen ketiga yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Ketika mengacu pada total aset, total pendapatan, dan tingkat penjualan rata-rata, ukuran perusahaan mengindikasikan seberapa besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Menurut Anggraeni (2015) di dalam penelitian Maryadi & Dermawan (2019), ukuran perusahaan menggambarkan sejumlah kesanggupan dan kompetensi perusahaan dalam mengelola risiko investasi. bagi pemegang sahamnya dengan tujuan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan mereka. Banyaknya aset perusahaan menentukan kecil atau besarnya perusahaan tersebut, semakin banyak asetnya maka semakin besar perusahaan itu. Perusahaan yang lebih besar memiliki akses yang lebih mudah ke sumber dana baik dari dalam maupun luar. Dengan manajemen yang efisien, ini dapat meningkatkan profitabilitas serta citra positif. Rumus untuk menentukan ukuran perusahaan adalah:

$$Size = \ln(\text{Total Aset})$$

3.4 Kinerja Keuangan

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan. Menurut Fahmi (2012) dalam Yuliana & Sulistyowati, (2023) kinerja keuangan adalah proses untuk menilai sejauh mana kondisi keuangan suatu perusahaan, dan sebagai penentu bahwa perusahaan telah mematuhi pedoman menyesuaikan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dan Prinsip Akuntansi yang Berlaku Umum (GAAP). Penilaian kinerja keuangan perusahaan melibatkan analisis laba yang dihasilkan oleh perusahaan dan tingkat efisiensi serta efektivitas perusahaan dalam menjalankan operasinya (Nurmasari & Sukmana, 2019).

Dalam konteks bisnis, laporan keuangan berperan sebagai petunjuk bijaksana dalam investasi, memungkinkan pengetahuan yang jelas tentang berapa investasi minimal yang dibutuhkan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. Selain itu, evaluasi kinerja keuangan membantu menunjukkan kepada investor atau publik secara luas mengenai persepsi positif dari perusahaan. *Return On Equity* (ROE) dapat menggambarkan efektivitas perusahaan mendapat keuntungan berdasarkan saham yang diterbitkan sehingga dapat menjadi acuan dalam menganalisa kinerja keuangan. Variabel data berupa rasio dapat ditemukan dalam laporan keuangan. Adapun perhitungan untuk menganalisa ROE adalah:

$$ROE = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

4. Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Berikut ini merupakan penelitian terdahulu mengenai efektivitas pemasaran (X1), kebijakan dividen (X2), dan ukuran perusahaan (X3) yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Y), yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1: Penelitian sebelumnya yang relevan

No	Penulis (tahun)	Hasil Riset Sebelumnya	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	(Kartikaningih, 2013)	Hasil dari penelitian sebelumnya yaitu positifnya dan signifikannya dampak Efektivitas Pemasaran dan Ukuran Perusahaan pada Return On Equity (ROE).	Penelitian sebelumnya mengukur dampak variabel tersebut berdasarkan rasio yang serupa dengan penelitian ini (TATO) dan Logaritma natural (Total Assets) terhadap Return On Equity (ROE), dimana rasio tersebut digunakan juga dalam penelitian ini untuk mengukur dampaknya pada kinerja keuangan melalui ROE.	Penelitian sebelumnya meneliti variabel lain yaitu Debt Rasio, Current Rasio dan Net Profit Margin untuk mengukur kinerja keuangan melalui ROE. Sedangkan penelitian saat ini tidak menggunakannya.
2	(Gunarta & Abdi, 2019)	Hasil dari penelitian sebelumnya yaitu positifnya dampak dan signifikannya pengaruh Efektivitas Pemasaran pada Return On Equity (ROE).	Penelitian sebelumnya mengukur dampak variabel tersebut menggunakan rasio Total Asset Turnover (TATO), dimana rasio ini digunakan juga dalam penelitian ini untuk Efektivitas Pemasaran pada kinerja keuangan.	Penelitian sebelumnya meneliti variabel lain Profitabilitas dan Leverage dalam mengukur kinerja keuangan. Sedangkan penelitian saat ini tidak menggunakannya.

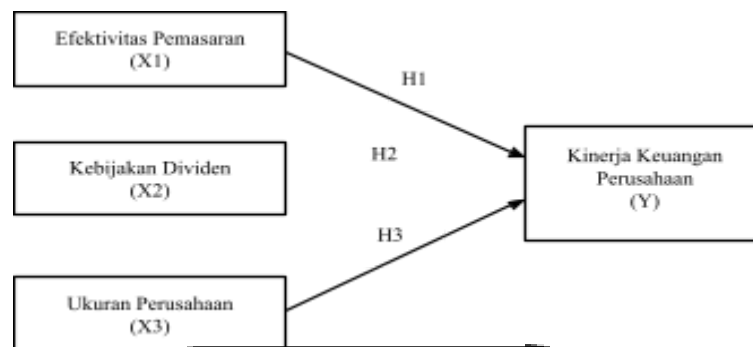
3	(Nurzaeni et al., 2022)	Hasil dari penelitian sebelumnya adalah tidak adanya dampak yang signifikan dari Kebijakan Dividen pada kinerja keuangan.	Penelitian sebelumnya mengukur dampak variabel tersebut menggunakan rasio Dividend Payout Ratio (DPR), dimana rasio ini digunakan juga dalam penelitian untuk menentukan dampak Kebijakan Dividen pada kinerja keuangan.	Penelitian sebelumnya menggunakan variabel lain yaitu Likuiditas dan Aktivitas dalam mengukur kinerja keuangan. Sedangkan penelitian saat ini tidak menggunakannya.
4	(Damarjati & Fuad, 2018)	Hasil dari penelitian sebelumnya adalah tidak adanya dampak yang signifikan dari Kebijakan Dividen pada kinerja keuangan.	Penelitian sebelumnya mengukur dampak variabel tersebut menggunakan rasio Dividend Payout Ratio (DPR), dimana rasio ini digunakan juga dalam penelitian ini untuk menentukan dampak Kebijakan Dividen pada kinerja keuangan.	Penelitian sebelumnya menggunakan variabel lain yaitu Leverage, Debt Maturity, dan Cash Holdings dalam mengukur kinerja keuangan. Sedangkan penelitian saat ini tidak menggunakannya.
5	(Diana & Osesoga, 2020)	Hasil dari penelitian sebelumnya yaitu positifnya dampak dan signifikannya pengaruh Ukuran Perusahaan pada kinerja keuangan.	Penelitian sebelumnya mengukur dampak variabel tersebut menggunakan rasio Logaritma natural, dimana rasio tersebut digunakan juga dalam penelitian ini dalam menentukan dampaknya pada kinerja keuangan.	Penelitian sebelumnya menggunakan variabel lain yaitu Likuiditas, Solvabilitas, Manajemen Aset dalam mengukur kinerja keuangan. Sedangkan penelitian saat ini tidak menggunakannya.

5. Metode Penelitian

Artikel ini memanfaatkan pendekatan penelitian berorientasi pada kualitas dan tinjauan literatur (*literature review*) berdasarkan analisis konseptual melalui pendekatan *literature review*, yaitu dari berbagai database jurnal yang telah dipublikasi secara online. Adapun sumber yang diambil berasal dari *Google Scholar*, *Mendeley*, dan media online lainnya yang menjelaskan topik bidang akuntansi keuangan dan manajemen. Pendekatan dilakukan dengan cara yang bersifat induktif, yang artinya tidak memberikan petunjuk atau pedoman terkait pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Penelitian ini bersifat eksploratif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan pemahaman awal tentang suatu topik atau masalah penelitian yang belum begitu dipahami atau dijelaskan dengan baik, sehingga penelitian ini cenderung sesuai dengan metode kualitatif. Semua data sekunder yang terhimpun telah menjalani proses pengumpulan, pengambilan, pengelompokan, serta analisis dengan pendekatan sistematis dan ilmiah.

Kerangka Pemikiran

Gambar 5.1



6. Hipotesis

6.1 Pengaruh Efektivitas Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Untuk mengetahui tingkat efektivitas pemasaran, dilakukan analisis rasio *turnover total aset* (TATO) untuk menilai sejauh mana perusahaan memanfaatkan asetnya dalam menghasilkan pendapatan. Faktor efektivitas Pemasaran berdampak positif signifikan pada ROE. Penggunaan dan pemanfaatan aset yang tinggi menunjukkan bahwa bisnis dapat mengelola asetnya dengan baik, yang pada gilirannya akan menghasilkan peningkatan penjualan, yang pada gilirannya akan meningkatkan laba usaha (Lendrawati & Abdi, 2021).

Hal ini telah ditunjukkan oleh penelitian Muchori (2018) dalam penelitian Sahlan & Abdi, (2022) bahwa efektivitas pemasaran meningkatkan kinerja keuangan. Pada penelitian Sahlan & Abdi, (2022) ditemukan bahwa *Total Asset Turnover* (TATO) memiliki dampak positif signifikan terhadap kinerja keuangan industri subsektor terdaftar di BEI. Nilai TATO memiliki korelasi positif dengan penjualan dan aset milik perusahaan. Semakin besar penjualan, semakin tinggi potensi keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kekayaan dan keuntungan untuk pemiliknya (Sahlan & Abdi, 2022). Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian Tania & Abdi (2023), yang menyatakan bahwa efektivitas pemasaran, yang dianalisis melalui *Total Asset Turnover* (TATO), bahwa efektivitas pemasaran membuat dampak positif yang signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE), pada salah satu industri subsektor terdaftar di BEI.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian lain, contohnya: (Gunarta & Abdi, 2019), dan (Kartikaningsih, 2013).

H1 : Efektivitas pemasaran berdampak positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan

6.2 Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Kebijakan dividen dievaluasi dengan membandingkan dividen saham dengan laba saham, sebagai pertimbangan dalam pembagian laba atau penanaman investasi perusahaan. Berdasarkan penelitian Yuliana & Sulistyowati (2023) menemukan hasil bahwa kebijakan dividen tidak membuat dampak pada kinerja keuangan perusahaan, karena besar atau kecilnya pembagian dividen tidak memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Hasil serupa ditemukan oleh penelitian Erawati et al., (2022), bahwa kebijakan dividen tidak ada dampaknya pada kinerja keuangan. Ini disebabkan oleh perusahaan yang meskipun memiliki profitabilitas rendah, tetap mengeluarkan besarnya jumlah dividen untuk menjaga citra positif perusahaan (Erawati et al., 2022). Penelitian dari Lestari, (2018) juga mendapatkan

hasil serupa yaitu variabel kebijakan dividen tidak berdampak apapun terhadap kinerja keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian lain, contohnya: (Sari & Sudjarni, 2015), dan (Nuzril, 2017).

H2 : Kebijakan dividen tidak berdampak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan

6.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Ukuran perusahaan diwakili oleh Logaritma Natural (Ln) atau total aset perusahaan yang dapat menjadi alternatif membuat nilai total aset menjadi lebih sederhana dan tetap seimbang. Hasil penelitian dari Yuliana & Sulistyowati, (2023) menunjukkan, adanya dampak positif yang juga signifikan. Dengan meningkatkan ukuran perusahaan, nilai asetnya dapat meningkat.

Selain itu, jika aset perusahaan dikelola dengan lebih efektif, profitabilitasnya akan meningkat. Ini berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Yuliana & Sulistyowati, 2023). Hasil serupa juga ditemukan oleh (Erawati et al., 2022), yaitu ukuran perusahaan memiliki dampak positif signifikan pada kinerja keuangan. Jumlah aset, penjualan, tenaga kerja, dan faktor lain menunjukkan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan. Jumlah aktiva yang dimiliki suatu perusahaan menunjukkan bahwa jumlah modal yang ditanam lebih besar. Penelitian yang dilakukan oleh Maryadi & Dermawan, (2019) juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian lain, contohnya: (Putra & Chabachib, 2013), dan (Oktavia & Rahayu, 2022).

H3 : Ukuran perusahaan berdampak positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan

7. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Efektivitas pemasaran berdampak positif dan signifikan pada kinerja keuangan perusahaan;
2. Kebijakan dividen tidak berdampak signifikan pada kinerja keuangan perusahaan;
3. Ukuran perusahaan berdampak positif dan signifikan pada kinerja keuangan perusahaan.

Saran

Dengan memperoleh hasil penelitian ini yang masih belum sempurna, saran untuk penelitian berikutnya adalah perlunya penelusuran lain berkaitan dengan hal yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan bisnis ritel. Ada berbagai variabel yang bisa ditelusuri untuk penelitian yang membahas pengaruh sesuatu terhadap kinerja keuangan perusahaan bisnis ritel, misalnya adalah likuiditas, *leverage*, solvabilitas, manajemen aset. Dengan harapan setelah melakukan penelitian dengan variabel-variabel lain bisa menemukan kesimpulan yang lebih membantu berbagai pihak.

Daftar Pustaka

- Butarbutar, D. J. A., & Lisdayanti, A. (2020). PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS TERHADAP STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI RITEL MINIMARKET DI KOTA BANDUNG. *Inovasi*, 7(1), 16. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v7i1.p16-23.5441>
- Damarjati, A., & Fuad. (2018). PENGARUH LEVERAGE, DEBT MATURITY, KEBIJAKAN DIVIDEN, DAN CASH HOLDINGS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2017). *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(4), 1–12.
- Diana, L., & Osesoga, M. S. (2020). PENGARUH LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, MANAJEMEN ASET, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 12(1), 20–34. <https://doi.org/10.33508/jako.v12i1.2282>
- Erawati, T., Ayem, S., & Tokan, M. M. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 13(1), 85.
- Gunarta, W. S., & Abdi, M. (2019). PROFITABILITAS, MANAJEMEN ASET, DAN LEVERAGE SEBAGAI PREDIKTOR KINERJA KEUANGAN. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 593. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5371>
- Kartikaningsih, D. (2013). PENGARUH DEBT RASIO, CURRENT RASIO, TOTAL ASSETS TURNOVER, SIZE PERUSAHAAN, DAN NET PROFIT MARGIN TERHADAP RETURN ON EQUITY (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011). 1(2).
- Lendrawati, A., & Abdi, M. (2021). PENGARUH EFISIENSI, EFEKTIVITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PUBLIK BISNIS RITEL. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 591–600. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20560>
- Lestari, E. (2018). PENGARUH KEBIJAKAN HUTANG DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Eksekutif*, 15(2), 356–370. <http://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/196>
- Maryadi, A., & Dermawan, E. S. (2019). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, FINANCIAL LEVERAGE, DAN LIQUIDITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(3), 572. <https://doi.org/10.24912/jpa.v1i3.5560>
- Nurmasari, I., & Sukmana, A. (2019). ANALISIS AKTIVITAS DAN PROFITABILITAS UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PT MIDI UTAMA INDONESIA TBK (Dibandingkan Dengan Perusahaan Ritel yang Terdaftar di BEI). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 2(3), 76–88. <https://doi.org/10.32493/frkm.v2i3.3399>

- Nurzaeni, Z. A., Wiyono, G., & Kusumawardhani, R. (2022). PENGARUH LIKUIDITAS, AKTIVITAS DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA INDUSTRI SUB SEKTOR TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK INDONESIA. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 575–591. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1221>
- Sahlan, V., & Abdi, M. (2022). PENGARUH EFISIENSI OPERASIONAL, EFEKTIVITAS PEMASARAN, DAN FINANCIAL LEVERAGE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN. 04(01), 243–251.
- Sawir, A. (2001). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tania, & Abdi, M. (2023). PENGARUH EFISIENSI OPERASIONAL, EFEKTIVITAS PEMASARAN, DAN FINANCIAL LEVERAGE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PUBLIK. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(01), 76–83.
- Yuliana, L. A., & Sulistyowati, E. (2023). PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, KEBIJAKAN HUTANG, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 2(2), 110–125. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i2.5756>