

Resiko Bisnis, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Perataan Laba Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 pada Sektor Barang Konsumsi

Fitri Ella Fauziah¹, Murharsito^{2*}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jepara
Jl. Taman Siswa, Pekeng, Kauman, Tahunan, Kec. Tahunan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah, Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jepara
Jl. Taman Siswa, Pekeng, Kauman, Tahunan, Kec. Tahunan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah, Indonesia

Email: ¹fitriella@unisnu.ac.id, ^{2,*}murharsito@unisnu.ac.id

Email Penulis Korespondensi: murharsito@unisnu.ac.id

Abstrak—Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan risiko perusahaan, profitabilitas, nilai perusahaan, dan perataan laba sebelum dan pada masa pandemi covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi penelitian mencakup perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI dan pemilihan sampel penelitian menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan uji beda sampel t-test dan uji Wilcoxon berpasangan. Temuan penelitian adalah bahwa profitabilitas memiliki nilai uji beda sebesar 0.017 yang berarti bahwa memiliki perbedaan sebelum dan selama epidemi Covid-19, namun variabel nilai perusahaan, risiko bisnis, dan perataan laba masing-masing memiliki nilai uji beda sebesar 0.266; 0.601 dan 0.218 yang berarti tidak ada perbedaan sebelum dan selama epidemi covid-19.

Kata Kunci: Risiko Bisnis; Profitabilitas; Nilai Perusahaan; Perataan Laba; Pandemi

Abstract—The objective of this study is to determine whether there are differences in company risk, profitability, company value and income smoothing before and during the Covid-19 pandemic. This research is quantitative research with the research population including consumer goods companies listed on the IDX and the research sample selection used purposive sampling. Data analysis used the sample difference test t-test and paired Wilcoxon test. The research findings are that profitability has a different test value of 0.017, which means that it has a difference before and during the Covid-19 epidemic, but the variables of company value, business risk and income smoothing each have a different test value of 0.266; 0.601 and 0.218 which means there is no difference before and during the Covid-19 epidemic.

Keywords: Business Risk; Profitability; Firm Value; Income Smoothing; Pandemic

1. PENDAHULUAN

Covid-19 merupakan penyakit menular yang menginfeksi orang lain melalui hidung atau mulut. Penyakit ini telah memakan korban yang sangat banyak dan menjadi pandemi di seluruh dunia. Setelah korban ditemukan di Kota Depok, Jawa Barat, pada 2 Maret 2020, Covid-19 pertama kali muncul ke publik di Indonesia. Kemudian menyebar ke lokasi lain, dengan jumlah kasus terus meningkat setiap hari. Menurut informasi Gugus Tugas Penanganan Covid-19 per 14 November 2022, Indonesia memiliki 6,5 juta kasus terkonfirmasi dengan tingkat kematian 159.104 kasus.

Meningkatnya kasus COVID-19 dan tingginya angka kematian berdampak pada ekonomi dan kesehatan. Dampak ini terlihat jelas dengan adanya banyak permintaan produk kesehatan serta makanan/minuman yang mampu meningkatkan daya tahan tubuh. Selain itu, pandemi covid-19 juga berdampak pada aktivitas ekonomi masyarakat umum, seperti berubahnya metode belanja masyarakat ke grosir dan e-commerce. Selama pandemi, masyarakat juga lebih banyak memilih membeli bahan mentah dan mengolahnya sendiri dibanding membeli makanan siap saji, baik takeout/delivery maupun makan di tempat. Berbagai upaya dilakukan untuk menekan penyebaran covid-19. Salah satunya adalah pembatasan sosial yang diberlakukan pemerintah melalui kebijakan PPKM, yang secara langsung mengurangi aktivitas ekonomi dan menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Ketika dihadapkan pada keadaan dan kondisi tertentu, wajar bila pola konsumsi masyarakat berubah (Herianto, Lala, & Nurpasila, 2021). Selama pandemi, masyarakat akan berupaya menjaga imunitas tubuh dengan banyak mengonsumsi buah dan sayur, vitamin, memperbanyak minum air putih, menjaga kebersihan makanan, serta mengurangi aktivitas yang dapat menimbulkan kerumunan. Hal ini tentu mengakibatkan pergeseran pola konsumsi masyarakat. Sesuai dengan penelitian oleh Ben Hassen, El Bilali, and Allahyari (2020), mengatakan bahwa selama epidemi, kebiasaan konsumsi makanan masyarakat berubah menjadi lebih baik di Qatar. Bensin, listrik, produk BBM, makanan, pulsa/paket data, makanan dan minuman siap saji, serta produk kesehatan hanyalah sebagian kecil dari komoditas yang pola konsumsinya berkembang di Indonesia. Statistik Badan Tenaga Kerja dan Statistik (BLS) menunjukkan, sejak 27 Juni 2020 hingga 27 Juni 2021 berikutnya, konsumsi produk kesehatan meningkat 73,5 persen, bahan makanan 65,7 persen, pulsa/paket data 56,6 persen, dan makanan dan minuman olahan sebesar 46,1 persen. dan konsumsi listrik menjadi 37,3%, sedangkan BBM dan angkutan umum turun masing-masing menjadi 42,5% dan 42% (Databoks.katadata.co.id, 2020).

Jika dicermati, tingkat konsumsi masyarakat untuk barang konsumsi (Consumer Goods) selama pandemi mengalami kenaikan hingga di atas 40%. Kegiatan operasional organisasi, khususnya penjualan, tidak diragukan lagi dipengaruhi oleh pertumbuhan ini. Penjualan adalah elemen penting yang dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan. Karena penjualan yang lebih tinggi menghasilkan keuntungan yang lebih besar untuk bisnis, penjualan yang lebih rendah menghasilkan output yang lebih rendah, yang berdampak pada profitabilitas perusahaan (Hurriyaturohman, Indupurnahayu, Agustin, & Asviriwangi, 2022). Profitabilitas bisnis menunjukkan seberapa

sukses bisnis itu. Kemampuan bisnis untuk menghasilkan laba disebut sebagai profitabilitas, dan digunakan untuk menentukan seberapa baik bisnis dapat menghasilkan laba yang berada dalam batas yang dapat diterima. Bisnis dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja yang baik, begitu pula sebaliknya. Dari justifikasi tersebut, diduga terdapat perbedaan profitabilitas bagi pelaku usaha di industri barang konsumsi antara sebelum dan selama wabah.

Meningkatnya pertumbuhan penjualan selama pandemi terhadap barang konsumsi tentu juga akan berdampak terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan mengacu pada seberapa sukses perusahaan yang dirasakan oleh investor, yang berkorelasi langsung dengan harga sahamnya (Kamaliah, 2020). Bisnis dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang kuat akan memiliki masa depan yang menjanjikan. Hal ini tentu akan direspon baik oleh investor yang berdampak pada kenaikan harga saham (Kaharuddin, Fajriah, & Ridjal, 2022). Dengan kata lain, pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi yang dilihat oleh bisnis di industri produk konsumen akibat perubahan perilaku konsumen akibat pandemi dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Dari justifikasi tersebut, diduga terdapat perbedaan profitabilitas bagi pelaku usaha di industri barang konsumsi antara sebelum dan selama wabah.

Risiko bisnis didefinisikan sebagai potensi kerugian yang diakibatkan oleh peristiwa tertentu (Pujakesuma, 2022). Pengembalian modal yang diprediksi yang diinvestasikan di perusahaan terkait erat dengan definisi risiko bisnis sebagai fungsi dari ketidakpastian. Bisnis dengan tingkat penjualan yang konsisten secara umum juga memiliki arus kas yang relatif stabil sehingga menurunkan risiko bisnis (Setyowati & Sari, 2019). Hal ini dilakukan agar perusahaan dengan pendapatan yang konsisten dapat meningkatkan biaya tetapnya dan mengambil lebih banyak hutang dalam siklus berikutnya dari proses penuh, karena hal itu akan lebih kecil risikonya dibandingkan perusahaan dengan pendapatan yang tidak menentu (Chandra, Tanton, Villany, Lubis, & Akbar, 2019). Permintaan akan barang konsumsi yang tinggi saat pandemi, tentu akan berdampak terhadap kestabilan penjualan yang dimiliki oleh perusahaan sektor barang konsumsi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan sektor barang konsumsi pada saat pandemi akan mengalami penurunan risiko bisnis. Berdasarkan justifikasi ini, diasumsikan bahwa bisnis produk konsumen menghadapi risiko komersial yang berbeda sebelum dan selama pandemi.

Menurut teori, bisnis dengan nilai perusahaan yang tinggi sering menggunakan perataan laba untuk menjaga stabilitas nilai pasar mereka. Hal ini karena perataan laba dan nilai perusahaan saling bergantung. Pendekatan perataan laba membantu memastikan bahwa laba yang dilaporkan perusahaan tetap relatif stabil dari waktu ke waktu, yang pada gilirannya menunjukkan keandalan hasil keuangan bisnis (Haniftian & Dillak, 2020). Mempertahankan tingkat produktivitas ini sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang perusahaan. Perusahaan di industri produk konsumen harus melihat peningkatan nilai perusahaan sebagai akibat dari tingginya penjualan pandemi covid-19. Hal inilah yang tentunya akan menimbulkan peningkatan persepsi bahwa terdapat perbedaan income smoothing bagi pelaku usaha di industri produk konsumsi antara sebelum dan selama pandemi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji perubahan profitabilitas, nilai perusahaan, risiko bisnis, dan perataan laba pada perusahaan produk konsumen yang tercatat di BEI sebelum dan sesudah pandemi Covid-19. Sejauh ini, belum ditemukan adanya penelitian yang dapat mengkaji lebih dalam mengenai perbedaan pada profitabilitas, nilai perusahaan, risiko bisnis dan perataan laba antara sebelum dan saat pandemi terjadi, yang dikaji oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti berharap penelitian dapat menjadi informasi yang dapat berguna bagi perusahaan, serta tambahan literatur bagi penelitian lain.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang berupaya menjawab hipotesis penelitian dengan menggunakan alat analisis SPSS. Penelitian dilakukan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Gambar 1 di bawah menampilkan kerangka pemikiran teoritis dari penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.2 Perumusan Hipotesis

2.2.1 Profitabilitas Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Perusahaan menggunakan rasio profitabilitas, yang menganalisis berapa banyak uang yang dihasilkan sehubungan dengan penjualan dan investasi, untuk mengevaluasi kinerja manajemen mereka. Semakin besar rasio profitabilitas

suatu perusahaan, maka semakin baik mampu menghasilkan laba (Haniftian & Dillak, 2020). Ada spekulasi bahwa profitabilitas perusahaan berubah akibat pandemi, dibandingkan dengan kondisi sebelum pandemi. Dilansir dari (Databoks.katadata.co.id, 2020), selama pandemi terjadi perubahan pola konsumsi yang mengakibatkan meningkatnya permintaan atas barang konsumsi. Dengan demikian, profitabilitas pada perusahaan sektor barang konsumsi juga akan mengalami peningkatan karena adanya peningkatan penjualan selama masa pandemi dibandingkan dengan sebelum pandemi. Berdasarkan uraian penjelasan diatas maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H₁: Untuk bisnis yang termasuk dalam kategori industri barang konsumsi BEI, terdapat disparitas profitabilitas sebelum dan selama wabah Covid-19.

2.2.2 Nilai Perusahaan Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Dalam hal suatu perusahaan dijual, harga saham akan mencerminkan nilai perusahaan, yaitu harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli. Ketika sebuah perusahaan menerima peringkat yang menguntungkan dari investor, ia bekerja untuk mempertahankan atau bahkan menaikkan peringkat itu. Hal ini didorong oleh kemungkinan bisnis untuk mengumpulkan lebih banyak uang dari investor baru serta kenaikan lebih lanjut dalam volume dan harga saham yang telah diterbitkan di pasar modal. Sesuai dengan dugaan hipotesis sebelumnya, dengan adanya pandemi akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Dimana laba perusahaan akan naik yang pada gilirannya akan mempengaruhi harga saham. Demikian pula jika harga saham naik maka nilai perusahaan akan naik. Investigasi mengungkapkan bahwa ada perbedaan nilai perusahaan sebelum dan pada saat terjadi pandemi CoVD-19 (Hidayat, 2021). Setelah meninjau pembenaran yang diberikan, kami dapat menyimpulkan hipotesis studi berikut:

H₂: Selama dan sebelum penyebaran CoV-19, harga saham perusahaan-perusahaan di sektor industri barang konsumsi BEI sangat bervariasi.

2.2.3 Risiko Bisnis Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Bisnis dengan tingkat penjualan yang relatif stabil juga memiliki arus kas yang relatif stabil, yang menurunkan risiko bisnis dan memungkinkan tingkat penjualan yang relatif stabil untuk mengambil lebih banyak utang (Setyowati & Sari, 2019). Risiko bisnis adalah ketidakpastian pendapatan masa depan yang diantisipasi dengan tidak adanya hutang untuk organisasi. Pandemi covid-19 yang berdampak pada perekonomian tentunya juga akan mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan. Diduga penjualan perusahaan sektor barang konsumsi di masa pandemi mengalami peningkatan akibat perubahan pola konsumsi masyarakat, sehingga bisnis dapat mempertahankan lebih banyak pendanaan untuk siklus berikutnya. Keadaan ini akan meningkatkan risiko komersial perusahaan. Ini mengarah pada hipotesis penelitian, yaitu:

H₃: Risiko bisnis bagi perusahaan yang terdaftar di pasar barang konsumsi BEI bervariasi sebelum dan selama wabah Covid-19.

2.2.4 Perataan Laba Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Untuk menciptakan laba yang proporsional, manajemen perusahaan berusaha untuk mengurangi volatilitas laba perusahaan, yang dikenal dengan perataan laba. Dengan adanya pandemi covid-19 menjadikan perolehan laba perusahaan berfluktuatif dibandingkan dengan laba sebelum pandemic (Putri & Nuswandari, 2022). Sesuai dengan dugaan hipotesis sebelumnya, yaitu pandemi covid-19 mempengaruhi nilai perusahaan. Yang mana nilai perusahaan akan mengalami peningkatan, sehingga perusahaan terdorong untuk melakukan perataan laba yang lebih intens dibandingkan dengan sebelum pandemi untuk menjaga kestabilan nilai pasar. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian, yaitu:

H₄: Perataan laba bervariasi untuk perusahaan yang terdaftar di sektor industri barang konsumsi BEI sebelum dan selama wabah Covid-19.

2.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

2.3.1 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan uang, diukur dari pendapatan, aset, dan ekuitas (Sellah & Herawaty, 2019). ROA, atau total laba bersih dibagi total aset, adalah rumus yang digunakan untuk menentukan profitabilitas.

2.3.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan sudut pandang investor atas perusahaan, dan terkait erat dengan harga saham (Arrasyid & Helmina, 2024). Dengan demikian, dalam penelitian ini mengukur nilai suatu perusahaan dengan menggunakan nilai pasar dibagi dengan rumus nilai buku..

2.3.3 Risiko Bisnis

Yang kami maksud dengan "risiko bisnis" adalah adalah berbagai bentuk kemungkinan terjadinya kerugian suatu bisnis yang bisa disebabkan oleh factor internal maupun eksternal (Maskhulin, Setyawan, Andarini, & Kusumasari,

2024). Untuk mengukur kerentanan bisnis, seseorang dapat menghitung DOL (derajat leverage operasi) dengan membagi persentase perubahan EBIT (pendapatan sebelum bunga dan pajak) dengan persentase perubahan penjualan..

2.3.4 Perataan Laba

Perataan laba, seperti yang didefinisikan oleh Mirwan dan Amin (2020), adalah praktik rekayasa laba oleh manajemen untuk mengurangi volatilitas laba yang dilaporkan. Setiap keuntungan ditentukan oleh Indeks Eckel.

$$Indeks\ Eckel = \frac{CV\ \Delta I}{CV\ \Delta S} \tag{1}$$

Di mana CV ΔI dan CV ΔS dapat dihitung sebagai berikut:

$$CV\ \Delta I = \sqrt{\sum \left(\frac{\Delta I_i - \bar{\Delta I}}{n-1}\right)^2 : \Delta I} \tag{2}$$

$$CV\ \Delta S = \sqrt{\sum \left(\frac{\Delta S_i - \bar{\Delta S}}{n-1}\right)^2 : \Delta S} \tag{3}$$

Dimana CV ΔI adalah koefisien variabel untuk perubahan laba, sedangkan Δi adalah perubahan laba dalam satu periode dan ΔI adalah rata-rata perubahan laba. Di sisi lain CV ΔS adalah koefisien variabel untuk perubahan penjualan, sedangkan Δs adalah perubahan penjualan dalam satu periode dan ΔS adalah rata-rata perubahan penjualan. Sedangkan n adalah jumlah tahun pengamatan.

2.4 Jenis dan sumber data

Data sekunder adalah apa yang telah digunakan untuk analisis ini. Informasi tersebut dihimpun dari situs terkait barang konsumsi emiten di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada subsektor produk konsumen antara tahun 2018 dan 2021 menjadi sampel penelitian ini. Sampling purposive, bukan random sampling, digunakan dalam metode ini. Karena pengecualian calon peserta, purposeful sampling adalah teknik penarikan sampel terbatas. Kriteria berikut digunakan untuk memilih sampel. Tabel 1 di bawah menyajikan proses penentuan sampel dengan metode purposive dengan beberapa kriteria sehingga menghasilkan sampel sejumlah 10 perusahaan.

Tabel 1. Penentuan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Jumlah populasi	62
2.	Perusahaan tidak menyajikan laporan keuangan secara berturut-turut pada periode 2018-2021	[19]
3.	Laporan keuangan menggunakan mata uang asing pada periode 2018-2021	[0]
4.	Perusahaan mengalami kerugian pada 2018-2021	[15]
5.	Laporan keuangan tidak menampilkan data kepemilikan manajerial pada periode 2018-2021	[12]
6.	Perusahaan tidak memiliki indeks eckel (tidak meratakan laba) pada 2018-2021	[6]
7.	Total sampel per tahun	10

2.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, statistik deskriptif, uji normalitas, dan berbagai uji digunakan untuk analisis data. Tes peringkat bertanda Wilcoxon dan uji-t sampel berpasangan adalah di antara berbagai tes yang digunakan. Uji-t sampel berpasangan adalah uji terpisah yang digunakan ketika data uji terdistribusi secara teratur. Di sisi lain, uji peringkat bertanda Wilcoxon akan digunakan untuk menguji perbedaan jika data yang diuji tidak berdistribusi normal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 di bawah menyajikan hasil dari pengolahan data statistik deskriptif dengan menggunakan SPSS 25 terhadap data penelitian.

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas sebelum covid	20	.0526	16.7475	7.662702	4.7369034
Profitabilitas saat covid	20	.3062	18.2264	9.532567	5.0947238
Nilai perusahaan sebelum covid	20	.2966	6.4786	2.417679	1.6579262
Nilai perusahaan saat covid	20	.5921	6.3013	2.708210	1.6966848
Risiko bisnis sebelum covid	20	-.8913	23.3498	1.299889	5.2158148

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Risiko bisnis saat covid	20	-10.9500	1.1150	-.306323	2.5254840
Perataan laba sebelum covid	20	.1213	16.5102	1.501129	3.6399612
Perataan laba saat covid	20	.0845	18.6474	2.151323	4.1207989
Valid N (listwise)	20				

Terlihat dari tabel hasil di atas bahwa ada 20 titik data sampel yang digunakan. Berikut hasil statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Profitabilitas

Profitabilitas tertinggi sebelum pandemi adalah 16,7475 dan terendah adalah 0,0526. Sedangkan selama pandemi profitabilitas tertinggi adalah 18,2264 dan terendah adalah 0,3062. Adapun nilai rata-rata untuk variabel profitabilitas sebelum covid memiliki rata-rata sebesar 7,6627 dan Profitabilitas saat covid adalah sebesar 9,5325. Angka tersebut menunjukan bahwa terjadi peningkatan profitabilitas pada sektor barang konsumsi pada saat pandemi covid berlangsung.

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan tertinggi sebelum pandemi adalah 6,4786 dan terendah adalah 0,2966. Sedangkan selama pandemi nilai perusahaan tertinggi adalah 6,3013 dan terendah adalah 0,5921. Sebelum pandemi Covid-19, nilai rata-rata perusahaan adalah \$2.416, sedangkan setelah wabah menjadi \$2.7082. Hal ini menunjukkan peningkatan nilai perusahaan selama pandemi CoVD-19 yang sebanding dengan yang terlihat di sektor barang konsumsi.

3. Risiko Bisnis

Risiko bisnis tertinggi sebelum pandemi adalah 23,3498 dan terendah adalah -0,8913. Sedangkan selama pandemi risiko bisnis tertinggi adalah 1,1150 dan terendah adalah -10,9500. Adapun Nilai rata-rata untuk variabel risiko bisnis sebelum covid adalah 1,2998 dan saat covid adalah -0,3063. Artinya terjadi penurunan risiko bisnis pada sektor barang konsumsi pada saat pandemi covid terjadi.

4. Perataan Laba

Perataan laba tertinggi sebelum pandemi adalah 16,5102 dan terendah adalah 0,1213. Sedangkan selama pandemi perataan laba tertinggi adalah 18,6474 dan terendah adalah 0,0845. Adapun Nilai rata-rata variabel perataan laba sebelum covid 1,5011 dan variabel perataan laba saat covid adalah 2.1513. Hal ini menunjukkan bahwa perataan laba pada sektor barang konsumsi pada saat pandemi covid-19 mengalami peningkatan.

3.2 Hasil Uji Normalitas

Uji hipotesis yang tepat dipilih dengan melakukan uji normalitas. Jika data penelitian terdistribusi secara teratur, data dapat diperiksa lebih lanjut dengan menggunakan uji t sampel berpasangan; jika tidak, uji peringkat bertanda Wilcoxon akan digunakan untuk memeriksa data. Tabel 3 berikut menunjukkan hasil uji normalitas data penelitian secara ringkas.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Profitabilitas sebelum covid	.156	20	.200*	.960	20	.552
Profitabilitas saat covid	.187	20	.066	.947	20	.323
Nilai perusahaan sebelum covid	.178	20	.099	.933	20	.176
Nilai perusahaan saat covid	.145	20	.200*	.935	20	.190
Risiko bisnis sebelum covid	.461	20	.000	.305	20	.000
Risiko bisnis saat covid	.445	20	.000	.347	20	.000
Perataan laba sebelum covid	.405	20	.000	.377	20	.000
Perataan laba saat covid	.308	20	.000	.499	20	.000

*. This is a lower bound of the true significance.
a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan tabel output diatas, dapat dilihat bahwa profitabilitas dan nilai perusahaan berdistribusi normal. Hal ini karena profitabilitas sebelum dan saat covid-19 memiliki nilai signifikan > 0,05, yakni 0,552 dan 0,323. Begitupun dengan nilai perusahaan yang memiliki nilai signifikan > 0,05, yaitu 0,176 dan 0,190 pada sebelum dan saat covid-19 berlangsung. Sehingga kedua variabel tersebut dapat dilakukan analisis lebih lanjut menggunakan uji paired t sample. Sebaliknya, Signifikansi statistik untuk faktor risiko bisnis dan perataan laba adalah 0,05, atau 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa data untuk kedua variabel tidak berdistribusi normal, sehingga diperlukan penggunaan uji peringkat bertanda Wilcoxon sebagai uji alternatif.

3.3 Uji Beda

3.3.1 Uji Paired Sample t Test

Uji t-rest sampel berpasangan dapat digunakan untuk menganalisis variabel nilai perusahaan dan profitabilitas berdasarkan uji normalitas sebelumnya. Dengan menggunakan uji t sampel berpasangan, kami mendapatkan hasil sebagai berikut.

3.3.1.1 Uji Korelasi

Tabel 4 dibawah, menyajikan hasil uji korelasi dari data penelitian. Hasil dari uji korelasi menunjukkan bahwa nilai sigifikansi variabel profitabilitas dan nilai perusahaan adalah sama yaitu 0,000. Artinya kedua variabel tersebut tidak berkorelasi dan dapat dilanjutkan ketahap interpretasi hasil t-test (uji beda).

Tabel 4. Hasil Uji Beda Korelasi

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Profitabilitas sebelum covid & profitabilitas saat covid	20	.790	.000
Pair 2	Nilai perusahaan sebelum covid & nilai perusahaan saat covid	20	.772	.000

3.3.1.2 Uji Beda

Tabel 5 menyajikan hasil uji beda paired sample t test. Berdasarkan tabel tersebut, nilai Profitabilitas Asymp. Sig. (2-tailed) nilai signifikansinya adalah 0,017 0,05 seperti yang terlihat pada tabel hasil di atas. Hal ini menunjukkan adanya perubahan margin keuntungan dari sebelum pandemi Covid-19 menjadi setelahnya. Dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka nilai perusahaan sebesar 0,266 sangat signifikan. Nilai perusahaan stabil baik sebelum maupun sesudah pandemi Covid-19, seperti yang ditunjukkan di sini.

Tabel 5. Hasil Uji Beda Paired Sample t Test

		Mean	Std. Deviation	Std. Error mean	95% confidence interval of the difference		T	Df	Sig (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Profitabilitas sebelum covid – profitabilitas saat covid	-1.8698	3.2029	.7162	-3.3688	-.3708	-2.611	19	.017
Pair 2	Nilai perusahaan sebelum covid – nilai perusahaan saat covid	-.2903	1.1338	.2535	-.8211	.2401	-1.146	19	.266

3.3.2 Uji Wilcoxon Signed Rank Test

Uji peringkat bertanda Wilcoxon digunakan karena temuan uji normalitas mengungkapkan bahwa data tidak terdistribusi secara merata. Temuan uji peringkat bertanda Wilcoxon dirangkum dalam tabel di bawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Beda Wilcoxon Signed Rank Test

	Risiko bisnis saat covid - risiko bisnis sebelum covid	Perataan laba saat covid - perataan laba sebelum covid
Z	-.523 ^b	-1.232 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.601	.218
A. Wilcoxon signed ranks test		
B. Based on negative ranks.		

Tabel 6 di atas, menyajikan hasil uji beda Wilcoxon signed rank test. Menurut tabel output Asymp, nilai-nilai tersebut di atas adalah hasil yang paling mungkin untuk berbagai variabel yang terkait dengan risiko bisnis dan perataan laba. Tingkat signifikansi dua sisi adalah 0,601 dan 0,218. Nilai p di atas 0,05 menunjukkan bahwa tidak ditemukan perbedaan yang signifikan. Sebelum dan sesudah penyebaran virus Covid-19, ada sedikit perubahan dalam cara bisnis mengelola risiko atau memuluskan pendapatannya.

3.4 Pembahasan

3.4.1 Perbedaan Profitabilitas Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Temuan Tabel 7 dari berbagai pengujian menunjukkan adanya perbedaan profitabilitas sebelum dan selama wabah Covid-19. Hal ini terlihat pada Tabel 4, di mana hasilnya jauh berbeda berdasarkan nilai rata-rata yaitu 7,6627 sebelum epidemi dan 9,5325 selama epidemi. Perbedaan yang cukup signifikan tersebut tentu tak luput dari adanya perubahan

pola konsumsi masyarakat yang menyebabkan permintaan akan barang konsumsi semakin tinggi, utamanya pada produk farmasi dan makanan/minuman. Sehingga laba yang dihasilkan akan lebih tinggi dibanding dengan sebelum pandemi covid-19 berlangsung. Profitabilitas, yang diukur dengan ROA, ditentukan dengan membagi laba bersih dengan total aset. Pengembalian Aset Industri mengukur efisiensi perusahaan dalam mengubah sumber dayanya menjadi uang tunai. Konsekuensinya, ketika keuntungan tumbuh, demikian juga peluang untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini konsisten dengan hasil temuan penelitian bahwa keuntungan sebelum dan sesudah pandemi sangat bervariasi di seluruh industri (Fujianti, 2022).

3.4.2 Perbedaan Nilai Perusahaan Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Hasil pengujian Tabel 7 menunjukkan bahwa tidak ada perubahan nilai perusahaan sebelum atau sesudah wabah Covid-19. Tabel 4 menunjukkan hal ini sangat jelas karena temuan tidak berbeda nyata tergantung pada nilai rata-rata, yaitu 2,7082 sebelum pandemi dan 2,4176 selama pandemi. Berbeda dengan sektor lainnya, sektor industri barang konsumsi mengalami peningkatan pendapatan usaha di masa pandemi, meskipun sektor lain diperkirakan akan mengalami penurunan pendapatan. Pasalnya, pandemi justru akan mengakibatkan kebutuhan pangan pokok, kebersihan, suplemen, dan vitamin menjadi lebih besar. Penilaian investor bahwa industri ini akan lebih berkembang selama pandemi adalah wajar saja. Meski demikian, tampaknya investor masih enggan memberikan nilai lebih tinggi kepada korporasi tersebut, terbukti dari valuasi perusahaan yang sebelum pandemi Covid-19 tidak banyak berubah. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya pada industri pertambangan dan barang konsumen bahwa tidak ada perubahan nilai perusahaan sebelum dan pada saat pandemi covid 19 (Febriani, Buchdadi, & Siregar, 2023).

3.4.3 Perbedaan Risiko Bisnis Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Hasil pengujian Tabel 7 menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan risiko bisnis antara masa pandemi Covid-19 dengan masa lainnya. Hal ini terlihat pada Tabel 4, dimana temuan berdasarkan nilai rata-rata dan menunjukkan bahwa sebelum epidemi nilai 1,2998 dan selama pandemi adalah -0,3063. Argumen yang dapat dibangun dari hasil penelitian ini adalah tingkat penjualan pada masa pandemi mengalami peningkatan, sehingga kebutuhan untuk kegiatan operasional perusahaan dapat dengan mudah dipenuhi. Dengan demikian, risiko bisnis perusahaan juga akan semakin rendah. Jadi, tidak ada beda risiko bisnis sebelum pandemi dan saat pandemi bagi perusahaan. Hal ini sejalan dengan pengamatan resiko pada perusahaan-perusahaan healthcare pada masa pandemic yang tidak berbeda (Valencia, 2022)

3.4.4 Perbedaan Perataan Laba Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 7, tidak ada perbedaan antara perataan laba sebelum dan sesudah wabah Covid-19. Tabel 4 menunjukkan hal tersebut dengan sangat jelas karena hasil temuan tidak jauh berbeda tergantung dari nilai rata-ratanya, yaitu 1,5011 sebelum pandemi dan 2,1513 selama pandemi. Karena manajemen dan investor biasanya memiliki tingkat informasi yang berbeda, perataan laba sering terjadi. Karena manajemen ingin menggenjot dengan menunjukkan laba yang tidak fluktuatif, maka manajemen termotivasi untuk melakukan perataan laba. Perataan laba dapat menarik stakeholders untuk turut serta dalam perusahaan dan akan menaikkan harga saham. Di masa pandemi ini, penjualan perusahaan barang konsumsi mengalami kenaikan yang tinggi, sehingga diduga manajemen perusahaan melakukan perataan laba sebagaimana yang perusahaan lakukan sebelum masa pandemi. Dengan demikian, tidak ada beda perataan laba antara sebelum dan saat perataan laba. Hal ini sejalan dengan penelitian pada sektor pariwisata, hotel, restoran dan penjualan retail yang terkena dampak pandemi cukup keras namun tidak ditemukan terdapat perbedaan dalam hal manajemen laba akrual ketika masa pandemi (Nafis & Sebrina, 2023).

4. KESIMPULAN

Temuan akhir penelitian adalah adanya perbedaan profitabilitas antara masa wabah Covid-19 dengan masa lainnya, sedangkan untuk variabel nilai perusahaan, risiko bisnis dan perataan laba tidak memiliki perbedaan baik sebelum dan saat pandemi. Perbedaan yang cukup signifikan pada profitabilitas perusahaan di masa sebelum wabah dan saat wabah karena adanya perubahan pola konsumsi masyarakat yang menyebabkan permintaan akan barang konsumsi semakin tinggi. Tidak ada beda nilai perusahaan pada masa sebelum dan saat wabah disebabkan investor masih enggan memberikan nilai lebih tinggi kepada korporasi tersebut karena kenaikan karena wabah ini hanya dianggap temporal saja. Tidak ada beda risiko bisnis pada masa sebelum dan saat wabah disebabkan tingkat penjualan pada masa pandemi mengalami peningkatan, sehingga kebutuhan untuk kegiatan operasional perusahaan dapat dengan mudah dipenuhi. Tidak adanya perbedaan perataan laba di masa sebelum wabah dan saat wabah karena di masa pandemi ini, penjualan perusahaan barang konsumsi mengalami kenaikan yang tinggi, sehingga diduga manajemen perusahaan melakukan perataan laba sebagaimana yang perusahaan lakukan sebelum masa pandemic. Keterbatasan penelitian ini hanya meneliti di perusahaan barang konsumsi, sehingga penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi perusahaan di sektor lain.

REFERENCES

Arrasyid, A. H., & Helmina, M. R. A. (2024). Literature Review: Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 331-343.

- Ben Hassen, T., El Bilali, H., & Allahyari, M. S. J. S. (2020). Impact of COVID-19 on food behavior and consumption in Qatar. *12(17)*, 6973.
- Chandra, A., Tantoni, W., Villany, W., Lubis, M. S., & Akbar, F. (2019). Pengaruh Struktur Aktiva, Return on Assets Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011–2015. *Profita: Komunikasi Ilmiah dan Perpajakan*, *12(2)*, 263-278.
- Febriani, A. N., Buchdadi, A. D., & Siregar, M. E. S. (2023). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan Sebelum dan Di Saat Pandemi Covid-19. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, *2(1)*, 149-164.
- Fujianti, L. (2022). ANALISIS PERBEDAAN KINERJA KEUANGAN SEBELUM DAN MASA PANDEMI COVID 19 DI BERBAGAI SUB SEKTOR INDUSTRI MANUFAKTUR. *Jurnal Riset Bisnis*, *6(1)*, 41-53.
- Haniftian, A., & Dillak, V. J. J. J. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Cash Holding, Dan Nilai Perusahaan Terhadap Perataan Laba. *JURNAL AKUNTANSI & EKONOMI FE. UN PGRI Kediri*, *5(1)*, 88-98.
- Herianto, H., Lala, A. A. T., & Nurpasila, N. (2021). Perilaku konsumsi sebelum dan selama pandemi COVID-19 di Indonesia: Studi perbandingan. *Journal of Islamic Economics & Finance Studies*, *2(1)*, 94-109.
- Herianto, H., Lala, A. A. T., Nurpasila, N. J. J. o. I. E., & Studies, F. (2021). Perilaku Konsumsi Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia: Studi Perbandingan. *2(1)*, 94-109.
- Hidayat, M. (2021). Analisis perbandingan kinerja keuangan dan nilai perusahaan sebelum dan disaat pandemi covid 19. *Measurement Jurnal Akuntansi*, *15(1)*, 9-17.
- Hurriyaturohman, H., Indupurnahayu, I., Agustin, D., & Asviriwangi, V. (2022). Dampak Covid-19 Terhadap Tingkat Penjualan Pada Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei. *Neraca Keuangan: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, *17(1)*, 90-96.
- Kaharuddin, S. A. N., Fajriah, Y., & Ridjal, H. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Likuiditas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mirai Management*, *7(3)*, 145-162.
- Kamaliah. (2020). Disclosure of corporate social responsibility (CSR) and its implications on company value as a result of the impact of corporate governance and profitability. *Int'l J.L. & Mgmt.*, *62*, 339.
- Maskhulin, P. I. A., Setyawan, W. P., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Memahami dan Menelola Resiko Bisnis Dalam Perencanaan dan Pengembangan BIsnis Neraca: *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, *2(4)*, 194-203.
- Nafis, B., & Sebrina, N. (2023). Pengaruh Pandemi Covid-19 dan Karakteristik Perusahaan terhadap Manajemen Laba Akreal. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, *5(1)*, 83-100.
- Pujakesuma, A. (2022). Penerapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance dan Resiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, *6(4)*, 974-986.
- Putri, R. N. F., & Nuswandari, C. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perataan Laba (Income Smoothing) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI 2016-2020. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, *15(2)*, 447-453.
- Sellah, S., & Herawaty, V. (2019). Pengaruh profitabilitas, leverage, reputasi auditor, nilai perusahaan, dan umur perusahaan terhadap praktik perataan laba dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan.
- Setyowati, W., & Sari, N. R. N. (2019). Pengaruh Likuiditas, Operating Capacity, Ukuran Perusahaan Dan pertumbuhan Penjualan Terhadap Financial Distress (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2017). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, *7(2)*, 73-84.
- Valencia, C. (2022). Perbandingan Rasio Keuangan dan Risiko Kebangkrutan Sebelum dan Sesudah Pandemi Pada Healthcare Firms di Bursa Efek Indonesia. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, *13(2)*, 86-98.