

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan mempunyai tujuan dalam mendirikan usahanya, diantaranya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan kebutuhan antar perusahaan lainnya dalam memperoleh laba yang maksimal. Tetapi, dalam proses memperoleh laba yang tinggi tentu harus dibarengi dengan sebuah strategi penjualan yang mumpuni agar tujuan setiap perusahaan tercapai. Sebuah perusahaan juga wajib untuk memperhatikan pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan selama berlangsungnya aktivitas operasional agar memperoleh laba yang diinginkan. Pendapatan dan Beban tidak dapat dipisahkan, pendapatan merupakan hasil yang diperoleh daripada kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan sedangkan beban merupakan biaya yang dikeluarkan ataupun dipergunakan untuk memperoleh pendapatan.

Profitabilitas adalah suatu pergerakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba yang besar yang dinyatakan dalam data persentase (%) yang dimana bisa di ketahui apakah perusahaan mengalami keuntungan atau tidak. Profit bagi perusahaan sangatlah penting bagi kelangsungan berjalannya perusahaan atau tidak.

Perusahaan juga perlu untuk selalu mengevaluasi profit yang timbul dan cost (biaya) pengeluaran selama berjalannya aktivitas operasional. Setiap aktivitas yang berjalan dalam perusahaan haruslah mempunyai aktivitas perencanaan agar efisien karena sejatinya bila profit yang timbul besar tetapi tidak berbanding lurus dengan pengeluaran biaya lainnya tetap saja

perusahaan tidak mengalami pertumbuhan keuntungan yang sehat, dan sebaliknya jika pengeluaran biaya sudah seefisien mungkin akan tetapi profit tidak mengalami pertumbuhan tetap perusahaan bisa dikatakan tidak sehat. Dengan demikian, sebuah manajemen yang baik harus mampu dalam mengendalikan kegiatan usahanya, salah satu caranya ialah manajemen harus melakukan efisiensi biaya usaha yang dilakukan oleh perusahaan selama usaha berlangsung termasuk didalamnya perusahaan yang bergerak di bidang retail.

Bisnis retail merupakan sebuah bisnis yang menghidupi banyak orang dan juga memberikan keuntungan yang signifikan. Pada saat krisis moneter melanda Indonesia di akhir tahun 1997, yang kemudian berkembang menjadi krisis ekonomi, perekonomian Indonesia banyak tertolong oleh sektor perdagangan eceran. Oleh karena itu, sejak pertengahan 1990-an banyak produsen dan distributor besar yang terjun langsung ke bisnis retail. *Retailing* merupakan semua kegiatan yang dilakukan dengan melibatkan penjualan barang ataupun jasa secara langsung kepada para konsumen akhir untuk penggunaan yang bersifat pribadi dan bukan bisnis. Salah satu *retailer* ataupun sebuah badan usaha yang melakukan eceran ialah toko dengan segala jenis bentuknya.

Penelitian yang dilakukan Fahmi dalam (Kurniasari, 2017) “Rasio Profitabilitas ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya nilai keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi”. Hal ini dapat dilihat dari total akumulasi profitabilitas setiap tahunnya, akan tetapi perusahaan belum mampu mengefesiensikan beban operasionalnya, hal ini dapat dilihat dari nilai laba bersihnya yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Faktor yang mempengaruhi laba bersih adalah meningkatnya beban operasional pada beberapa tahun sehingga profitabilitas dalam perusahaan kurang maksimal.

PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk merupakan sebuah bisnis retail yang melakukan pemasaran barang dari mulai kebutuhan sehari-hari sampai kepada kebutuhan *Fashion & Supermarket* seperti pakaian, tas, aksesoris sandal sepatu dan perlengkapan rumah tangga. PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk berusaha dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal ini dilakukan karena semakin berkembang dan majunya jaman era modern dan banyaknya competitor yang melakukan inovasi baru dalam pemenuhan kebutuhan untuk menarik Traffic Customer dengan tujuan meningkatkan pendapatan.

Tabel 1.1

Laporan Actual Profitabilitas

PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk , Tahun 2019 - 2021

NO	TAHUN	TARGET	REALISASI	% ACHV	VALUE (+/-)	GROWTH
1	2019	676.000.000.000	679.019.150.180	101%	1.019.150.180	100%
2	2020	690.000.000.000	657.019.145.078	95%	-32.980.894.000	-3%

3	2021	690.000.000.000	670.111.019.145	97%	-19.888.980855	- 2%
---	------	-----------------	-----------------	-----	----------------	------

Sumber: PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk.

Fenomena masalah dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa jika pendapatan PT.Ramayana lestari sentosa periode 2019-2021 mengalami penurunan akibat adanya “bencana Corona Virus /Pandemi Covid 19” yang melanda seluruh wilayah Indonesia dan adanya Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang mengakibatkan banyak gerai Ramayana yang tutup dikarenakan menurunnya daya beli masyarakat sehingga membuat profitabilitas menurun.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Profitabilitas PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia(BEI) periode 2019-2021”.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut Abuzar dkk, (2014:2) menyatakan“masalah penelitian adalah suatu kondisi yang perlu diperbaiki,atau hambatan yang perlu dihilangkan,atau adanya kemenduan arti(*ambiguities*) dari suatu fenomena,atau bahkan tentang suatu pernyataan yang belum terjawab dari penelitian-penelitian terdahulu”.

Berdasarkan uraian diatas sebagai alasan pemilihan judul dan penelitian yang dilakukan pada PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk maka penulis Merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Profitabilitas PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk selama covid-19 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia(BEI) periode 2019-2021?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana Profitabilitas PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk selama covid-19 berdasarkan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai Profitabilitas PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk.

2. Bagi PT Ramayana Lestari Sentosa

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi PT. Ramayana Lestari Sentosa dalam meningkatkan Profitabilitas.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai informasi yang dapat digunakan untuk bahan penelitian dan menambah pengetahuan bagi yang berminat dalam bidang yang serupa.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Profitabilitas

2.1.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba, semakin besar tingkat keuntungan/laba, semakin baik pula manajemen dalam mengelola perusahaan (Sutrisno, 2003:222). Rasio profitabilitas ini akan memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran pemilik perusahaan meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas.

Ada beberapa pengertian profitabilitas menurut beberapa ahli, yaitu sebagai berikut:

1. **Gross Profit Margin(GPM).** Rasio gross profit margin atau margin keuntungan kotor berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual. Gross profit margin sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka gross profit margin akan menurun, begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain, rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien (Sutrisno, 2003:222)
2. **Net Profit Margin (NPM),** menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan
3. **Return On Investment (ROI)** atau return on assets menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktiva .
4. **Return On Equity (ROE)** atau return on net worth mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan atau untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik. Rasio ini dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan makin besar

Factor-faktor lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas yaitu :

1. Profit Margin, yaitu perbandingan antara “net operating income” dengan “net sales”
2. Turnover of operating assets (tingkat perputaran aktiva usaha), yaitu kecepatan berputarnya operating assets dalam suatu periode tertentu

3. Analisis Profitabilitas merupakan analisis dalam laporan keuangan yang penting karena berhubungan dengan tingkat laba, besarnya penjualan, harga pokok penjualan, serta beban operasi dan beban non operasi, untuk menilai sumber, daya tahan(persistence), pengukuran, dan hubungan usaha utamanya. Penelitian ini memungkinkan untuk membedakan kinerja yang terkait dengan keputusan operasi dan kinerja yang terkait dengan keputusan pendanaan dan investasi.

Dari definisi diatas penulis menarik kesimpulan tentang pengertian pendapatan, pendapatan adalah arus masuk atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban atas pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain. Hal ini biasanya diukur dalam suatu harga pertukaran yang berlaku.

2.2 Operating Gross Profit Margin

2.2.1 Pengertian Operating Profit Margin (OPM)

OPM adalah rasio untuk mengukur efisiensi operasional perusahaan. Rasio margin operasi juga mencakup beban penjualan dan juga beban administrasi sebagai variabel dari laba operasi.

Semakin tinggi OPM, akan semakin baik. Sebab penjualan yang didapatkan perusahaan mampu memenuhi beban operasi perusahaan dengan lebih efisien.

Hal yang penting dari rasio ini adalah OPM menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba yang sesungguhnya, karena tidak memperhitungkan tambahan laba/rugi lainnya yang didapatkan di luar operasi perusahaan. Angka OPM ini bisa diperoleh dengan rumus (laba bersih operasi : penjualan bersih) x 100%.

2.2.2 Gross profit margin (GPM)

GPM adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba kotor. GPM membandingkan laba kotor dengan penjualan.

Semakin tinggi GPM akan semakin baik karena perusahaan mampu mengelola biaya pokok penjualan dengan efisien untuk menghasilkan laba kotor yang tinggi. Biaya pokok penjualan antara lain meliputi biaya bahan pokok, biaya produksi, dan biaya tenaga kerja langsung.

GPM bisa dihitung dengan rumus $(\text{laba kotor} : \text{penjualan bersih}) \times 100\%$.

2.2.3 Net Profit Margin (NPM)

NPM adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba bersih dari penjualannya. NPM dapat memberikan informasi kepada investor seberapa besar kemampuan perusahaan mengelola biaya-biaya hingga akhirnya mendapatkan laba bersih.

Biaya produksi, operasi dan pajak masuk ke dalam perhitungan NPM. Jadi NPM menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya, sehingga penjualan dapat dikonversi menjadi laba bersih.

NPM bisa dihitung dengan rumus $(\text{laba bersih setelah pajak} : \text{penjualan bersih}) \times 100\%$

2.2.4 Return on equity (ROE)

Return on equity adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan mendapatkan laba dari modal perusahaan. ROE didapatkan dari laba bersih dibagi dengan total ekuitas.

2.2.5 Return on assets (ROA)

ROA adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan mendapatkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimiliki. Semakin tinggi nilai ROA akan semakin baik kinerja perusahaan.

Investor bisa membandingkan ROE dengan perusahaan yang berada di sektor dan memiliki bisnis sejenis.

Rumusnya (laba sebelum bunga dan pajak : total aktiva) x 100%.

2.3 Pengertian *Retail*

Retail menurut Berman & Evans (2017) adalah **tahapan terakhir dari proses distribusi. semua bisnis dan orang-orang yang terlibat dalam pergerakan fisik dan transfer kepemilikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.** *Retailing* (retail) adalah semua kegiatan penjualan barang amupu jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan atau rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis. Apabila institusi pabrikan, retail store atau wholesaler menjual sesuatu kepada konsumen akhir untuk pemakaian nonbisnis, maka itu berarti mereka sudah melakukan penjualan retail menurut Ilmu Ekonomi ID (2016).

Retailing merupakan sebuah aktivitas yang mengikutsertakan pemasaran barang dan juga jasa yang secara langsung kepada para pelanggan. Sedangkan *retailer* merupakan semua organisasi bisnis yang mendapatkan lebih daripada setengah hasil penjualan *retailing*. Dengan demikian, maka konsumen yang menjadi sasaran daripada *retailing* ialah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri (Sunyoto, 2015).

Kotler (2016) mengemukakan bahwa *ritel* meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.” Kotler juga menambahkan setiap bisnis perusahaan yang volume penjualannya utamanya berasal dari *retailing*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *retail* merupakan salah satu rantai saluran distribusi yang memegang peranan yang penting dalam penyampaian barang dan jasa kepada konsumen akhir. *Retail* meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.

Philip Kotler dan Amstrong (2018)

Mengemukakan Retail merupakan sistem manajemen terkelola dengan baik, menawarkan kenyamanan berbelanja, harga jual sudah tetap (fixed price) sehingga tidak ada proses tawar-menawar dan adanya sistem swalayan / pelayanan mandiri,serta pemajangan produk pada rak terbuka sehingga pelanggan bisa melihat, memilih, bahkan mencoba produk terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli

CristinaWhidya Utami.(2019)

Mengatakan Bahwa Retail adalah proses akhir dalam distribusi produk, dimana peran untuk menjual produk dengan jumlah yang kecil kepada pelanggan. Dan Pelayanan yang diberikan pada umumnya meliputi transportasi dan stock keeping untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk selalu tersedia pada saat dibutuhkan. Peritel berupaya untuk memuaskan pelanggan dengan memenuhi beberapa kebutuhannya seperti sembako, sabun, parfum, moutwash, dll. Perusahaan manufaktur mendistribusikan produknya kepada peritel maupun ritel besar (wholesaler) untuk menjual produknya ke konsumen akhir.

Hendri Ma'Aruf (2018)

Retail merupakan kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga. Sedangkan pengecer adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat sebagai konsumen, ritel perorang atau peritel kecil memiliki jumlah gerai bervariasi, mulai dari satu gerai hingga lebih.

Suliyanto, (2018)

Retail yakni segala usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi.

Kwan, Oky Gunawan, (2018)

Retail merupakan pusat perbelanjaan berbentuk Mall Atau Plaza yang berintikan satu atau beberapa department store besar sebagai daya tarik dan dengan banyaknya tenant rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mal atau pedestrian yang merupakan unsur utama dan sebuah shopping mall, dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang. dan sebagai kelompok satuan komersil yang dibangun pada lokasi yang strategis.

2.4 Penelitian Sebelumnya

Dwi Ayuningtyas (2017) Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ayuningtyas dan Kurnia berjudul pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan kebijakan dividen dan kesempatan investasi sebagai variabel antara. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap kebijakan dividen. Pengaruh profitabilitas terhadap kesempatan investasi. Pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, dan kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen dan kesempatan investasi. Hasil dari penelitian ini adalah profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen.

Ambarwati, Yuniarta, dan Sinarwati (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal kerja, likuiditas, aktivitas dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia.

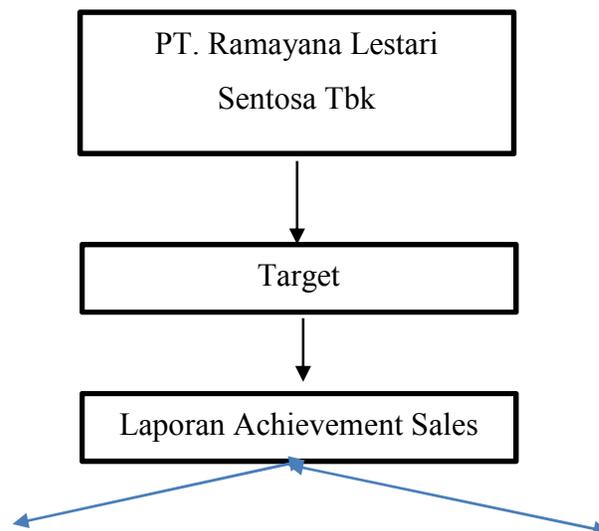
Chasanah dan Adhi (2017) meneliti tentang “Profitabilitas, Struktur Modal dan Likuiditas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan”. Teknik analisis yang digunakan regresi linear berganda populasi yang digunakan Perusahaan Real Estate yang listed di BEI tahun 2012-2015. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variable struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan sedangkan variable likuiditas tidak berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan

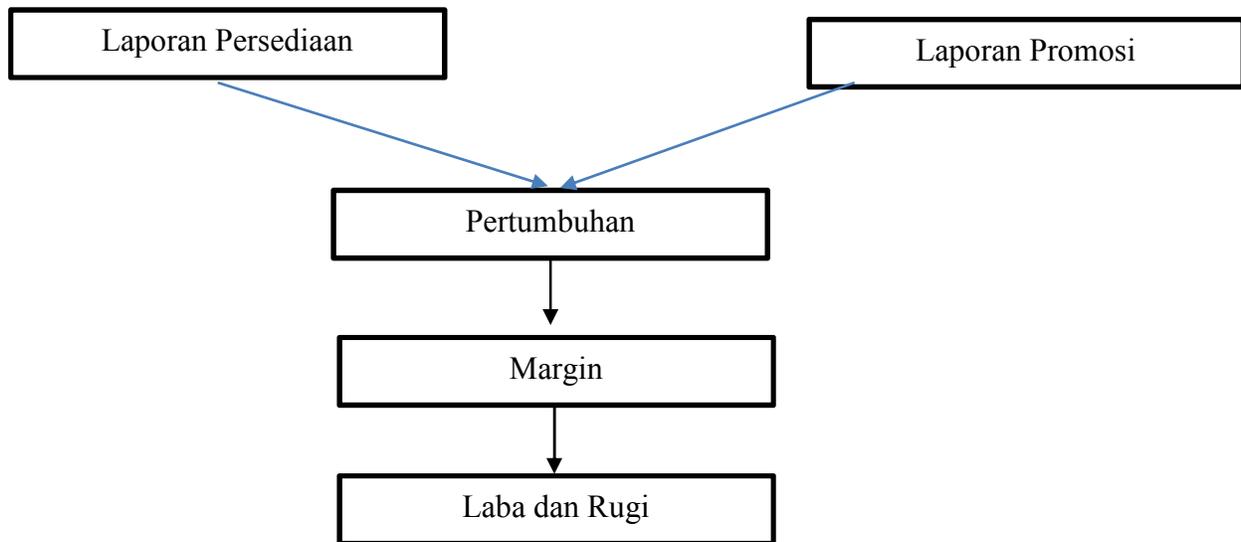
Manoppo dan Arie (2016) meneliti tentang “Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di BEI periode 2011-2014”. Metode analisis yang digunakan dengan jenis penelitian kausalitas. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa: 1) Struktur Modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 2) Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 3) Profitabilitas yang diukur menggunakan return on investment memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011 - 2014. Profitabilitas yang diukur menggunakan net profit margin tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diukur menggunakan return on equity tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rahmawati et, al (2015) meneliti tentang “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti, Real Estate, dan Building Construction Listed di BEI periode 2010-2013”. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, profitabilitas dan keputusan investasi berpengaruh signifikan dengan arah positif, struktur modal berpengaruh signifikan dengan arah negatif, dan ukuran 8 perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan.

Harahap,(2015) Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

2.5 Kerangka Berpikir





BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

1. Kuantitatif

kuantitatif yaitu riset yang hasil analisisnya disajikan dalam bentuk angka- angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam bentuk urain (Hasan, 2004 : 30) Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena. Pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antar pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

Metode kuantitatif lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran setiap fenomena dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan symbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut.

Data kuantitatif yaitu data dalam bentuk jumlah atau angka dituangkan untuk menerangkan suatu kejelasan dari angka-angka atau membandingkan dari beberapa gambaran sehingga memperoleh gambaran baru, kemudian dijelaskan kembali dalam kalimat atau uraian.

3.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono, (2016:225) **“data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”**. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder didapat dari lembaga maupun perusahaan atau pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data tertera di dalam situs yang ditegaskan bahwa kolom pada seluruh matriks tata waktu disusun dengan jangka waktu, dalam susunan tahapan, sehingga dapat dilihat kapan gejala tertentu terjadi. Pada dasarnya adalah kronologi. Adapun beberapa tahapan analisis data adalah sebagai berikut (Huberman, 2017):

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan pengolahan data yang di dalamnya akan dilakukan proses mengikhtiarkan hasil pengumpulan data dengan selengkap mungkin dan kemudian memilahnya ke dalam sebuah konsep tertentu atau tema tertentu. Reduksi data merupakan sebuah bentuk analisis data yang memiliki tujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan juga mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan juga diverifikasi.

2. Penyajian data

Penyajian data ini merupakan data yang diperoleh dari tempat penelitian akan dipaparkan secara ilmiah oleh penulis dengan tidak menutupi kekurangan. Sajian data merupakan sebuah rangkaian daripada organisasi informasi yang memungkinkan untuk memperoleh dan melakukan kesimpulan riset. Penyajian data bertujuan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan sebuah kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan memberikan Tindakan.

3.4 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu hal yang menjadi pokok persoalan untuk kemudian akan diamati dan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) periode 2019-2021 yang bergerak dibidang penjualan retail.

