

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *E-COMMERCE* DAN SIKLUS  
KONVERSI KAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR  
INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA TAHUN 2019-2021)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *E-Commerce* dan siklus konversi kas terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 baik secara parsial maupun simultan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan riset pustaka dan website. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif yang bersumber dari laporan keuangan tahunan atau bersumber dari laporan *annual report*. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 berjumlah 63 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai kriteria yang telah ditentukan dan diperoleh sebanyak 15 perusahaan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis secara parsial diketahui bahwa hasil Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO), *E-Commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) dan Siklus Konversi Kas berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO). Serta Ukuran Perusahaan, *E-Commerce* dan Siklus Konversi Kas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

**Kata kunci :** Ukuran Perusahaan, *E-Commerce*, Siklus Konversi Kas, dan Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO)

**THE EFFECT OF COMPANY SIZE, E-COMMERCE AND CASH  
CONVERSION CYCLE ON COMPANY FINANCIAL PERFORMANCE  
(CASE STUDY OF MANUFACTURING COMPANIES IN THE  
CONSUMPTION GOODS INDUSTRIAL SECTOR LISTED ON THE  
INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2019-2021)**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of company size, E-Commerce and the cash conversion cycle on company financial performance in manufacturing companies in the consumer goods industry sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021 either partially or simultaneously. The data collection method used in this study is by using library research and websites. The type of data used in this study is quantitative data that comes from annual financial reports or sources from annual reports. Source of data in this research is secondary data. The population in this study are manufacturing companies in the consumer goods industry sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021 totaling 63 companies. The sampling technique used a purposive sampling technique according to predetermined criteria and obtained as many as 15 companies. The data analysis method in this study uses multiple linear regression analysis. Based on the results of partial analysis it is known that the results of Company Size have no significant effect on Company Financial Performance (TATO), E-Commerce has no significant effect on Company Financial Performance (TATO) and the Cash Conversion Cycle has a significant positive effect on Company Financial Performance (TATO). As well as Company Size, E-Commerce and Cash Conversion Cycle simultaneously have a significant effect on Company Financial Performance (TATO) in manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021.*

**Key words :** *Company Size, E-Commerce, Cash Conversion Cycle, and Company Financial Performance (TATO)*