

---

---

## EFEKTIVITAS STRATEGI *JOINT VENTURE* UNTUK MENINGKATKAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN UMKM

Ardiawan Kurniandi

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara  
ardiawank.117192007@stu.untar.ac.id (*corresponding author*)

Yanuar

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara

*Masuk: 10-10-2022, revisi: 02-11-2022, diterima untuk diterbitkan: 03-11-2022*

---

**Abstract:** The purpose of this study is to determine whether the joint venture strategy is effectively used in MSME companies, both among MSMEs and between large companies to increase profitability. This study uses a descriptive research method that is distributing many questionnaires distributed to the owners of MSME companies and using a quantitative approach that will be used in this study. where the questionnaire will obtain the influence factors of profitability, among others: Current Ratio, Total Assets Ratio, Debt Ratio, Debt to Equity Ratio, Sales Growth, and Company Size, with the regression data panel analysis method, it was found that there was significant data from the data before and after doing the joint venture, then using the joint venture strategy can increase the company.

**Keywords:** Current Ratio, Total Assets Ratio, Debt Ratio, Debt to Equity Ratio, Sales Growth, Company Size, Profitability, Joint Venture

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi *joint venture* efektif digunakan pada perusahaan UMKM, baik antar UMKM maupun antar perusahaan besar untuk meningkatkan profitabilitas. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, yaitu menyebarkan sejumlah kuesioner yang disebarkan kepada para pemilik perusahaan UMKM dan menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan digunakan dalam penelitian ini dimana dari kuesioner akan diperoleh faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas antara lain: *Current Ratio*, *Total Assets Ratio*, *Debt Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan, dengan metode analisis panel data regresi ditemukan adanya data yang signifikan dari data sebelum dan sesudah melakukan *joint venture*, maka dengan menggunakan strategi *joint venture* dapat meningkatkan perusahaan.

**Kata Kunci:** *Current Ratio*, *Total Assets Ratio*, *Debt Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Usaha Patungan

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Kreativitas dan inovasi perlu dikembangkan terus menerus untuk melakukan perkembangan suatu perusahaan. Akan tetapi, inovasi organisasi tergantung pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang mengarah pada terobosan. Salah satu ide dari pengembangan adalah berkolaborasi (yang selanjutnya akan disebut *joint venture*) dimana hal ini adalah untuk meningkatkan kemampuan kompetitif suatu entitas bisnis dengan mengidentifikasi saling melengkapi sumber daya yang terletak dengan orang lain dan menciptakan mekanisme pertukaran yang cocok dan berkelanjutan (Porter, 1986). Pada umumnya, suatu perusahaan baru/UMKM atau perusahaan yang sedang mengalami penurunan bisnisnya melakukan strategi *joint venture* untuk membangun atau mengembangkan kembali perusahaannya. Strategi *joint venture* pasti memiliki adanya perdebatan yang cukup besar mengenai risiko dan manfaat membangun hubungan dengan organisasi lain untuk tujuan komersial, hanya sedikit yang tidak setuju bahwa membentuk dan mengelola hubungan

eksternal merupakan strategi penting untuk pengembangan usaha kecil (Street & Cameron, 2007).

Banyak faktor yang memengaruhi apabila melakukan strategi *joint venture* antara lain mengumpulkan sumber daya dan mengurangi kendala, serta juga dapat berusaha mengambil keuntungan dari sumber daya untuk kepentingan pribadi (Jin & Wang, 2021). Hal ini tentunya dapat meningkatkan profitabilitas UMKM yang dimana profitabilitas adalah salah satu faktor penilaian atau faktor pengukuran suatu perusahaan apakah perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan pada kinerjanya (Barus & Leliani, 2013). Penelitian yang membahas *joint venture* ke perusahaan atau *joint venture* antara perusahaan besar. Berdasarkan hal tersebut timbul pertanyaan kritis, yaitu apakah strategi *joint venture* dapat meningkatkan profit dari suatu perusahaan UMKM. Namun, tidak banyak ditemukan penelitian antara perusahaan besar dengan perusahaan UMKM. Hal ini merupakan *research gap* pada penelitian ini. Penelitian ini akan mencoba menerapkan *joint venture* pada UMKM untuk meningkatkan profitabilitasnya.

Beberapa penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh *joint venture* terhadap perusahaan besar, seperti yang dilakukan oleh van der Meer-Kooistra dan Kamminga (2015) yang dimana membahas terkait proses yang dinamis dalam *joint venture* dalam suatu perusahaan serta Du et al. (2006) yang meneliti tentang pembagian hasil antar 2 perusahaan, tidak banyak penelitian yang membahas tentang pengaruh *joint venture* terhadap UMKM. Untuk menangani *research gap* tersebut, penelitian ini mencoba melakukan meneliti pengaruh *joint venture* terhadap perusahaan UMKM. Dengan konsep melakukan strategi *joint venture* baik antar sesama UMKM maupun UMKM dengan perusahaan besar, maka akan tercipta sinergi yang baik dan dapat membuka wawasan baru serta mendapatkan relasi yang baru juga, sehingga kedua belah pihak bisa memperoleh manfaat untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu memperoleh keuntungan. Tujuan penelitian ini ingin mengembangkan suatu model untuk mengetahui bagaimana suatu kerja sama antar sesama perusahaan UMKM atau antara UMKM dan perusahaan besar dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi *joint venture* efektif digunakan pada perusahaan UMKM baik antar sesama UMKM maupun antar perusahaan besar untuk meningkatkan profitabilitas suatu perusahaan UMKM tersebut. Dikarenakan beberapa penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh *joint venture* terhadap perusahaan besar, tidak banyak penelitian yang membahas tentang pengaruh *joint venture* terhadap UMKM.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Berdasarkan teori *Behavioral Finance* yang dilansir oleh Tversky dan Kahneman (1973), sebagian besar keputusan keuangan dibuat dalam situasi yang dimana dalam keadaan yang kompleksitas yang tinggi, dimana sering ditemukan harus memilih dari beberapa alternatif yang memiliki kemungkinan keberhasilan serta probabilitas yang tidak pasti. Dalam kondisi ini, "*homo-economicus*" akan melakukan pencarian alternatif yang relevan, menganalisis semua konsekuensi dengan mengintegrasikan keputusan-keputusan untuk memilih alternatif yang terbaik. Beban kognitif yang dibutuhkan untuk memutuskan permasalahan yang kompleks sering kali melebihi batas kemampuan orang, hal ini dapat diatasi dengan bergantung pada sejumlah aturan penyederhanaan atau heuristik sederhana, yang sering kali gagal mengakomodasi logika keputusan secara penuh (Ghozali, 2020). Sebagai contoh, apabila suatu perusahaan yang sedang membutuhkan pengembangan pangsa pasar atau peningkatan omset, perusahaan perlu untuk melakukan strategi *joint venture* untuk mengetahui kesalahan sistematis yang dilakukan pelaku pasar yang bertentangan dengan asumsi pasar irasional.

### **Joint Venture**

Dalam perusahaan *joint venture*, dua perusahaan kompetitor yang melakukan hubungan kerja sama dalam melakukan suatu proyek bisnis. Akan tetapi, bagaimana bisa suatu perusahaan menjadi partner sekaligus kompetitor di waktu yang sama, dimana hal ini terdengar sangatlah kontradiktif, namun kebanyakan produk yang familiar muncul berawal dari strategi *joint venture* (Sanga, 2018).

*Joint venture* adalah entitas yang dibuat ketika dua atau lebih perusahaan menyatukan sebagian dari sumber daya mereka untuk membuat organisasi milik bersama yang terpisah (Lu & Beamish, 2006), dimana hal ini mengacu ke perjanjian antara dua perusahaan independen yang tentunya akan melibatkan kerja sama antara dua perusahaan atau lebih untuk pembagian pembatasan kerja baik dari aktivitas teknis, keuangan, atau komersial (Suwanto, 2012).

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 (Presiden Republik Indonesia, 2008), UMKM adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berdasarkan tiga alat ukur, yaitu usaha kecil (UK), usaha menengah (UM), dan usaha besar (UB).

Di negara Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia yang sudah beberapa diperbaharui. Saat ini, peraturan atau regulasi dari UKM didasarkan pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 96 Tahun 2020 tentang Kementerian Koperasi dan UKM (Presiden Republik Indonesia, 2020).

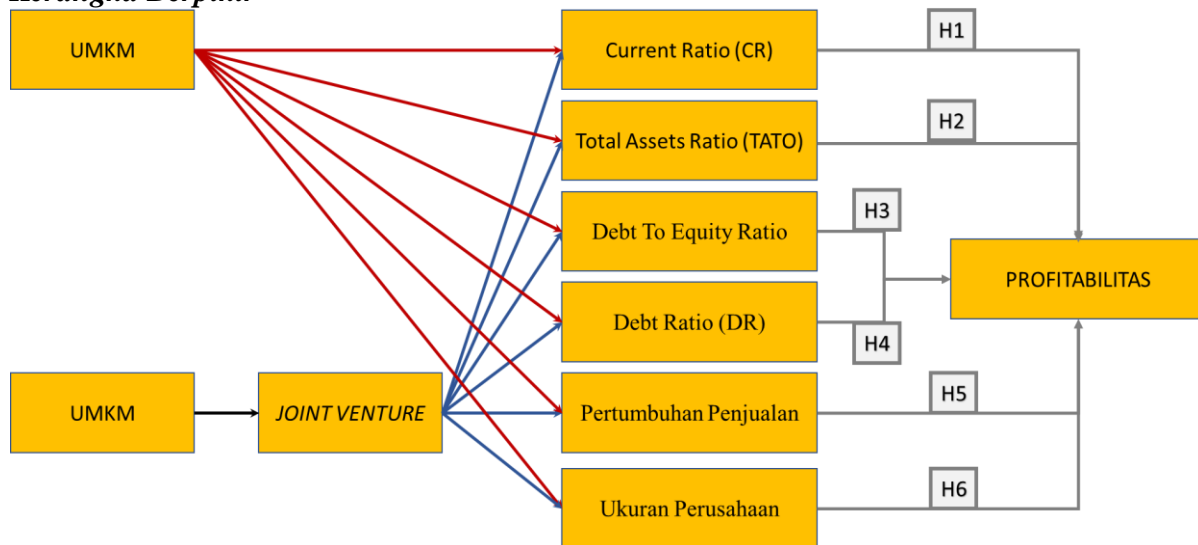
Sehingga dapat disimpulkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu bisnis kecil yang dibangun secara individual atau perorangan maupun rumah tangga yang memiliki batasan omset pertahunnya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dengan adanya UMKM ini, juga dapat mempertahankan dan mengembangkan tradisi dan kebudayaan.

### **Profitabilitas UMKM Sebelum dan Sesudah *Joint Venture***

Dari hasil penelitian, Welcher (2019) mengatakan bahwa suatu perusahaan multinasional mendapatkan 2 hal baru setelah melakukan strategi *joint venture* antara lain: Pertama, mendapatkan pengetahuan untuk mengembangkan perusahaan sendiri dan mendapatkan sumber daya yang saling melengkapi dan mengurangi informasi asimetris. Hal ini dilihat dengan menggunakan metode CSS (*Constrained Systematic Search*) sebagai proses untuk meningkatkan proses pemilihan *joint venture* dan mengurangi tingkat pembubaran kerja sama. Ustaömer et al. (2015) dalam penelitiannya mengatakan adanya perbedaan yang signifikan dari beberapa jenis *airline*. Sebagai contoh, perbedaan yang signifikan tersebut ada pada jenis AA Airline yang dimana pada harga tiket pesawat ekonomi tidak ada perbedaan, sedangkan tiket pesawat bisnis mendapatkan perbedaan yang signifikan setelah melakukan strategi *joint venture*. Sementara menurut pendapat Ng et al. (2007) pada penelitiannya, mengatakan bahwa hasil signifikan dari strategi *joint venture* berdasarkan ketergantungan pihak lokal dan pengalaman yang dimana ditemukan hasil yang signifikan pada tujuan keuangan dan tujuan non-keuangan. Hubungan dengan budaya juga terdapat sedikit hasil signifikan untuk tujuan keuangan.

Bisnis apa pun terkhusus UMKM yang diteliti pada penelitian ini akan memperoleh profit sebesar-besarnya, namun pada penelitian ini akan meneliti apakah dengan melakukan strategi *joint venture* dapat meningkatkan profit lebih besar dibandingkan dengan tanpa melakukan strategi *Joint Venture*. Dari penjelasan di atas, dapat digambarkan dengan kerangka berpikir sebagai berikut:

**Gambar 1**  
**Kerangka Berpikir**



Sumber: Peneliti (2022)

Berdasarkan hubungan variabel di atas, dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Perbedaan Current Ratio (CR) pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture*.  
H<sub>2</sub>: Perbedaan Total Asset Turnover (TATO) pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture*.  
H<sub>3</sub>: Perbedaan Debt to Equity Ratio (DER) pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture*.  
H<sub>4</sub>: Perbedaan Debt Ratio (DR) pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture*.  
H<sub>5</sub>: Perbedaan Pertumbuhan Penjualan pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture*.  
H<sub>6</sub>: Perbedaan Ukuran Perusahaan pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture*.

## METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, yaitu menyebarkan sejumlah kuesioner yang dibagikan pada para pemilik perusahaan UMKM di Jakarta dan menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dikarenakan kondisi saat pembagian kuesioner sedang kurang kondusif, maka pembagian kuesioner dilakukan secara *online* kepada para pemilik perusahaan UMKM di Jakarta melalui Google Form.

## Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jakarta yang dimana dapat diambil dari berbagai bidang usahanya. Untuk itu, penelitian ini memerlukan populasi atau pelaku usaha (*owner*) dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

## Sampel

Sampel yang dipakai untuk penelitian ini adalah pengusaha UMKM pada sektor usaha penjualan *online* yang berdomisili di Jakarta yang dimana mereka adalah menjalankan bisnisnya di lingkungan Jakarta. Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2018, p. 138) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* tergolong

dalam jenis sampling yang tidak memberikan peluang yang sama dari setiap populasi. Untuk itu, sampel dari penelitian ini sebanyak 42 responden dikarenakan adanya keterbatasan kriteria pada proses pencarian responden di wilayah Jakarta.

**Operasional Variabel**

Dalam menganalisis data, dibutuhkan beberapa variabel yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Definisi Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Pengukuran	Skala pengukuran
Profitabilitas (Y)	$Y = C+X1+X2+X3+X4+X5+X6$	Rasio
Current Ratio (X <sub>1</sub> )	$CR = \frac{Aset Lancar}{Hutang Lancar}$	Rasio
Total Asset Turnover (X <sub>2</sub> )	$TATO = \frac{Total Penjualan}{Total Aset}$	Rasio
Debt To Equity Ratio (X <sub>3</sub> )	$DER = \frac{Total Kewajiban}{Total Ekuitas}$	Rasio
Debt Ratio (X <sub>4</sub> )	$DR = \frac{Total Kewajiban}{Total Aset}$	Rasio
Pertumbuhan Penjualan (X <sub>5</sub> )	$Pert.Penj = \frac{Sales t - Sales t-1}{Sales t-1}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X <sub>6</sub> )	Ukuran Perusahaan: Ln (Total Asset)	Rasio

Sumber: Peneliti (2022)

**Metode Analisa**

Proses perhitungan untuk menganalisis hasil menggunakan metode regresi data panel yang dimana dimulai pada:

**Tabel 2**  
**Metode Analisa Metode Regresi Data Panel**

Metode Analisa	Hipotesis	Tingkat Signifikasi
Analisa Uji Chow	H <sub>0</sub> = Model yang tepat untuk regresi data panel adalah model CEM H <sub>1</sub> = Model yang tepat untuk regresi data panel adalah model FEM	$\alpha = 0.05 (5\%)$
Analisa Uji Hausman	H <sub>0</sub> = Model yang tepat untuk regresi data panel adalah model REM H <sub>1</sub> = Model yang tepat untuk regresi data panel adalah model FEM	$\alpha = 0.05 (5\%)$
Analisa Uji Lagrange Multiplier	H <sub>0</sub> = Model yang tepat untuk regresi data panel adalah model CEM H <sub>1</sub> = Model yang tepat untuk regresi data panel adalah model REM	$\alpha = 0.05 (5\%)$

Sumber: Peneliti (2022)

Untuk menentukan model regresi panel yang terbaik antara CEM (*Common Effect Model*), FEM (*Fix Effect Model*), dan REM (*Random Effect Model*) yang dimana akan didapat persamaan regresinya dengan diolah menggunakan *software* EViews 12. Data-data yang digunakan untuk perhitungan adalah periode selama 3 tahun perusahaan sebelum dan sesudah *joint venture*.

## PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Hasil dari analisis penelitian ini baik sebelum dan sesudah *joint venture* yang dianalisis dari analisa Uji Chow, analisa Uji Hausman, dan analisa Uji Lagrange Multiplier, diperoleh data yang tepat adalah menggunakan model regresi REM (*Random Effect Model*) dengan perolehan data sebelum dan sesudah sebagai berikut:

**Tabel 3**

### Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.255899	(41,78)	0.0000
Cross-section Chi-square	148.008446	41	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 07/22/22 Time: 10:36

Sample: 2001 2003

Periods included: 3

Cross-sections included: 42

Total panel (balanced) observations: 126

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.013047	0.010666	1.223278	0.2236
X1	1.001318	0.000474	2112.680	0.0000
X2	0.997367	0.001083	920.7363	0.0000
X3	0.998013	0.001086	918.6762	0.0000
X4	1.003109	0.001394	719.6646	0.0000
X5	0.997163	0.001029	968.5992	0.0000
X6	0.999233	0.000611	1635.036	0.0000
R-squared	0.999990	Mean dependent var	20.96079	
Adjusted R-squared	0.999990	S.D. dependent var	0.751626	
S.E. of regression	0.002400	Akaike info criterion	-9.172444	
Sum squared resid	0.000686	Schwarz criterion	-9.014873	
Log likelihood	584.8640	Hannan-Quinn criter.	-9.108428	
F-statistic	2042706.	Durbin-Watson stat	0.957002	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Peneliti (2022)



**Tabel 4**  
**Hasil Uji Hausman**

Correlated Random Effects - Hausman Test  
Equation: Untitled  
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	10.108103	6	0.1202

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X1	1.002246	1.001656	0.000000	0.2046
X2	0.999204	0.998620	0.000001	0.5655
X3	1.000995	0.999912	0.000000	0.0224
X4	0.999636	1.001286	0.000001	0.0207
X5	0.997857	0.997623	0.000001	0.7498
X6	0.996875	0.998748	0.000002	0.1722

Cross-section random effects test equation:

Dependent Variable: Y  
Method: Panel Least Squares  
Date: 07/22/22 Time: 10:39  
Sample: 2001 2003  
Periods included: 3  
Cross-sections included: 2  
Total panel (balanced) observations: 126

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.049818	0.027477	1.813098	0.0737
X1	1.002246	0.000666	1504.385	0.0000
X2	0.999204	0.001459	684.6310	0.0000
X3	1.000995	0.001060	944.1336	0.0000
X4	0.999636	0.001414	707.0585	0.0000
X5	0.997857	0.001152	866.4648	0.0000
X6	0.996875	0.001580	631.0898	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.999997	Mean dependent var	20.96079
Adjusted R-squared	0.999995	S.D. dependent var	0.751626
S.E. of regression	0.001648	Akaike info criterion	-9.696321
Sum squared resid	0.000212	Schwarz criterion	-8.615833
Log likelihood	658.8682	Hannan-Quinn criter.	-9.257352
F-statistic	553302.5	Durbin-Watson stat	2.568260
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Peneliti (2022)

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Lagrange Multiplier**

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects  
Null hypotheses: No effects  
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	26.67448 (0.0000)	0.756759 (0.3843)	27.43124 (0.0000)
Honda	5.164735 (0.0000)	-0.869919 (0.8078)	3.036894 (0.0012)
King-Wu	5.164735 (0.0000)	-0.869919 (0.8078)	0.264408 (0.3957)
Standardized Honda	5.612161 (0.0000)	-0.572904 (0.7166)	-1.473237 (0.9297)
Standardized King-Wu	5.612161 (0.0000)	-0.572904 (0.7166)	-2.062541 (0.9804)
Gourieroux, et al.	--	--	26.67448 (0.0000)

Sumber: Peneliti (2022)

**Tabel 6**  
**Hasil Uji REM (Random Effect Model)**

Dependent Variable: Y  
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
Date: 07/22/22 Time: 10:38  
Sample: 2001 2003  
Periods included: 3  
Cross-sections included: 42  
Total panel (balanced) observations: 126  
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.019290	0.013610	1.417294	0.1590
X1	1.001656	0.000477	2099.819	0.0000
X2	0.998620	0.001048	952.5805	0.0000
X3	0.999912	0.000948	1054.380	0.0000
X4	1.001286	0.001221	820.2972	0.0000
X5	0.997623	0.000889	1121.727	0.0000
X6	0.998748	0.000782	1277.432	0.0000
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random		0.001733	0.5250	
Idiosyncratic random		0.001648	0.4750	
Weighted Statistics				
R-squared	0.999990	Mean dependent var	10.08932	
Adjusted R-squared	0.999990	S.D. dependent var	0.529579	
S.E. of regression	0.001676	Sum squared resid	0.000334	
F-statistic	2079817.	Durbin-Watson stat	1.730794	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.999990	Mean dependent var	20.96079	
Sum squared resid	0.000711	Durbin-Watson stat	0.813806	

Sumber: Peneliti (2022)

**Tabel 7**  
**Tabel Perbandingan Sebelum dan Sesudah Joint Venture**

No.	Variabel	Tiga Tahun Sebelum Joint Venture		Tiga Tahun Setelah Joint Venture	
		Coefficient	Prob.	Coefficient	Prob.
1	C	0,0192	0,1590	-0,0352	0,4269
2	CR	1,0016	0,0000	1,0041	0,0000
3	TATO	0,9986	0,0000	1,0087	0,0000
4	DER	0,9999	0,0000	0,9995	0,0000
5	DR	1,0012	0,0000	1,0052	0,0000
6	Pertumbuhan Penjualan	0,9976	0,0000	1,0004	0,0000
7	Ukuran Perusahaan	0,9987	0,0000	1,0009	0,0000
8	F-Statistic	2079817		121738,2	
9	Prob. (F-Statistic)	0,000000		0,000000	
10	Adjusted R <sup>2</sup>	0,999990		0,999829	
11	R <sup>2</sup>	0,999990		0,999837	

Sumber: Peneliti (2022)

**H<sub>1</sub>: Perbedaan Current Ratio (CR) pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah Joint Venture**

Dari data pada tabel, dapat disimpulkan bahwa adanya perubahan yang signifikan dari sebelum proses *joint venture* dengan sesudah proses *joint venture*, dimana untuk nilai CR mengalami peningkatan sebesar 0,0025, yang berarti adanya peningkatan pada aset dan hutang yang berjalan bersamaan dengan begitu perusahaan ini mampu memenuhi kewajiban jangka pendek.

**H<sub>2</sub>: Perbedaan Total Asset Turnover (TATO) pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah Joint Venture**

Dari data pada tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai TATO terdapat perubahan yang signifikan dari sebelum proses *joint venture* dengan sesudah proses *joint venture*. Untuk nilai



TATO, mengalami peningkatan sebesar 0,0101 yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan harta perusahaan dari keuntungan penjualan yang diinvestasikan.

### **H<sub>3</sub>: Perbedaan Debt to Equity Ratio (DER) pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture***

Dari data pada tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai DER terdapat perubahan yang signifikan dari sebelum proses *joint venture* dengan sesudah proses *joint venture*, yang dimana nilai DER mengalami penurunan sebesar -0,0004 yang dimana adanya kesulitan dalam proses pendanaan perusahaan untuk memenuhi seluruh biaya kewajibannya, yang dimana hal ini dapat berisiko pada pemegang saham.

### **H<sub>4</sub>: Perbedaan Debt Ratio (DR) pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture***

Dari data pada tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai DR terdapat perubahan yang signifikan dari sebelum proses *joint venture* dengan sesudah proses *joint venture*, yang dimana Nilai DR pada tabel memiliki peningkatan dengan nilai sebesar 0,0040 yang membahayakan untuk kreditur dan pemegang saham karena banyaknya aktiva dan hutang yang harus diproses.

### **H<sub>5</sub>: Perbedaan Pertumbuhan Penjualan pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture***

Dari data pada tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai pertumbuhan penjualan terdapat perubahan yang signifikan dari sebelum proses *joint venture* dengan sesudah proses *joint venture*, dimana nilai pertumbuhan penjualan juga mengalami peningkatan sebesar 0,0028 dengan demikian perusahaan dapat dikatakan mempunyai tren yang meningkat.

### **H<sub>6</sub>: Perbedaan Ukuran Perusahaan pada perusahaan UMKM sebelum dan sesudah *Joint Venture***

Dari data pada tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai ukuran perusahaan terdapat perubahan yang signifikan dari sebelum proses *joint venture* dengan sesudah proses *joint venture*, yang dimana nilai Ukuran Perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,0022 yang berarti perusahaan mempunyai profitabilitas yang meningkat yang juga dapat memperluas pangsa pasar.

## **Kesimpulan**

Dari hasil perhitungan sebelum dan sesudah menggunakan strategi *joint venture*, adanya peningkatan pada Current Ratio yang dimana berarti suatu perusahaan yang menggunakan strategi ini dapat mampu atau tetap menyanggupi pembayaran kewajiban jangka pendeknya yang dimana hal ini dapat menambah aset lancar dan hutang lancar perusahaan.

Dari hasil perhitungan sebelum dan sesudah menggunakan strategi *joint venture*, adanya peningkatan pada Total Asset Turnover yang dimana berarti suatu perusahaan dapat meningkatkan investasi dalam bentuk harta perusahaan.

Dari hasil perhitungan sebelum dan sesudah menggunakan strategi *joint venture*, adanya peningkatan pada Debt Ratio. Hal ini harus menjadi fokus perusahaan dikarenakan hal ini apabila tidak dikontrol akan membalik menjadi kerugian bagi perusahaan, dimana jika Debt Ratio semakin tinggi akan berisiko untuk kreditur dan pemegang saham perusahaan.

Dari hasil perhitungan sebelum dan sesudah menggunakan strategi *joint venture*, adanya peningkatan pada Debt to Equity Ratio dimana semakin tinggi nilai Debt to Equity Ratio maka perusahaan dapat dikatakan pendanaan perusahaan semakin kecil oleh pemegang saham.

Dari hasil perhitungan sebelum dan sesudah menggunakan strategi *joint venture*, adanya peningkatan pada pertumbuhan penjualan perusahaan yang dimana perusahaan dapat melakukan investasi baik dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap.

Dari hasil perhitungan sebelum dan sesudah menggunakan strategi *joint venture*, adanya peningkatan pada ukuran perusahaan dimana hal ini perusahaan berhasil memperluas pangsa pasar perusahaan yang dimana perusahaan dapat melakukan investasi baik dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barus, A. C., & Leliani. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 3(2), 111–121. <https://doi.org/10.55601/jwem.v3i2.207>
- Du, L., Hu, Q., & Liu, L. (2006). A profit sharing scheme for a two-firm joint venture. *European Journal of Operational Research*, 170(1), 277–292. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2004.06.025>
- Ghozali, I. (2020). *25 grand theory: 25 teori besar ilmu manajemen, akuntansi dan bisnis (Untuk landasan teori skripsi, tesis dan disertasi)*. Yoga Pratama.
- Jin, J. L., & Wang, L. (2021). Resource complementarity, partner differences, and international joint venture performance. *Journal of Business Research*, 130, 232–246. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.037>
- Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2006). SME internationalization and performance: Growth vs. profitability. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(1), 27–48. <https://doi.org/10.1007/s10843-006-8000-7>
- Ng, P. W. K., Lau, C. M., & Nyaw, M. K. (2007). The effect of trust on international joint venture performance in China. *Journal of International Management*, 13(4), 430–448. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2007.03.004>
- Porter, M. E. (1986). Changing patterns of international competition. *California Management Review*, 28(2), 9–40. <https://doi.org/10.2307/41165182>
- Presiden Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Presiden Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 96 tahun 2020 tentang kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/147521/perpres-no-96-tahun-2020>
- Sanga, S. (2018). A theory of corporate joint ventures. *California Law Review*, 106(5), 1437–1475. <https://doi.org/10.15779/Z38G73740T>
- Street, C. T., & Cameron, A. F. (2007). External relationships and the small business: A review of small business alliance and network research. *Journal of Small Business Management*, 45(2), 239–266. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2007.00211.x>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kombinasi (Mixed methods)*. Alfabeta.
- Suwanto, S. (2012). *Ventura bersama (Joint venture): Panduan akuntansi PSAK 12 (Revisi 2009)/IAS 31 dan interaksinya dengan standar akuntansi lainnya*. Salemba Empat.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207–232. [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(73\)90033-9](https://doi.org/10.1016/0010-0285(73)90033-9)
- Ustaömer, T. C., Durmaz, V., & Lei, Z. (2015). The effect of joint ventures on airline competition: The case of American Airlines, British Airways and Iberia Joint Business. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 210, 430–439. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.391>
- van der Meer-Kooistra, J., & Kamminga, P. E. (2015). Joint venture dynamics: The effects of decisions made within a parent company and the role of joint venture management control. *Management Accounting Research*, 26, 23–39. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2014.10.001>
- Welcher, T. (2019). A new way to look at an old problem: International joint venture partner selection via constrained systematic search. *Business Horizons*, 62(2), 199–205. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.011>