

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya berdirinya suatu perusahaan pasti memiliki tujuan yang jelas dan tepat yang ingin di capai. Tujuan utama perusahaan yaitu untuk memperoleh laba usaha (*profit*). Laba memegang peran penting bagi sebuah perusahaan karna laba merupakan alat untuk mengukur keberhasilan dalam suatu usaha dan laba sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen atau investor. Untuk menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan dalam persaingan dibutuhkan suatu pengelolaan sumber daya yang dilakukan oleh pihak manajemen dengan baik. Pihak manajemen harus mengkoordinasi penggunaan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan secara efektif dan efisien.

Laba usaha (*profit*) dapat ditingkatkan dengan memperoleh pendapatan yang lebih besar dibanding dengan biaya. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tersebut disebut dengan profitabilitas. Profitabilitas digunakan sebagai tolak ukur berhasil atau tidaknya perusahaan dalam menghasilkan laba serta efisiensi dan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber dana yang dimilikinya. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh dalam hubungannya dengan nilai penjualan, aktiva, dan modal sendiri. Untuk mengukur efektivitas operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan disebut dengan rasio profitabilitas (*profitability ratio*),

rasio ini dapat diukur dengan menggunakan beberapa ratio yaitu *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), dan *Return On Asset* (ROA).

ROA merupakan salah satu bentuk dari ratio profitabilitas yang dimaksud untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan melalui penjualan. Penjualan dapat terjadi secara tunai dan kredit. Dengan diterapkan penjualan secara kredit, maka mempermudah perusahaan dalam menjual produknya, untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan mempermudah perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak. Transaksi penjualan kredit dapat menimbulkan piutang. Makin besar volume penjualan kredit setiap tahunnya, berarti perusahaan harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang.

Piutang timbul karena adanya transaksi penjualan barang secara kredit. Perusahaan menerapkan salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Semakin tinggi penjualan secara kredit maka semakin banyak jumlah piutang dan laba yang diperoleh akan semakin besar. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola perputaran piutang dengan baik. Hubungan antara penjualan kredit dan piutang dinyatakan sebagai perputaran piutang. Selain besarnya jumlah piutang yang dimiliki, kecepatan kembalinya piutang menjadi kas sangat menentukan besarnya jumlah piutang yang dimiliki, penjualan kecepatan kembalinya piutang menjadi kas sangat menentukan besarnya

profitabilitas perusahaan. Ini menunjukkan perusahaan dengan segala kebijakan terhadap piutang akan dapat meningkatkan pendapatan dan laba karena resiko *bad debt* dapat diatasi sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat.

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui piutang dapat dilihat dari perputaran piutangnya, apabila perputaran piutang menurun maka akan berpengaruh pada kemampuan perusahaan mengembalikan investasi dalam piutang. Ketika perusahaan tidak mampu mengembalikan investasi dalam piutang menjadi kas dapat menunjukkan penjualan yang dilakukan secara kredit tersebut tidak dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan, sehingga profitabilitas perusahaan akan menurun. Perputaran piutang adalah cara yang mengukur seberapa sering piutang usaha berubah menjadi kas dalam suatu periode tertentu.

Menurut Hery (2018:179) perputaran piutang adalah rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama atau berapa kali dana yang tertanam dalam piutang berputar dalam satu periode atau berapa lama (dalam hari) rata-rata penagihan piutang.

Menurut Al Haryono Jusup (2014:496) perputaran piutang dihitung dengan membagi penjualan kredit bersih (penjualan bersih dikurangi penjualan tunai) dengan rata-rata piutang neto. Rata-rata piutang dapat dihitung dari piutang awal dan piutang akhir neto, kecuali apabila terdapat faktor musiman. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah piutang, semakin tinggi tingkat perputaran piutang perusahaan maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola piutangnya sehingga menunjukkan pengembalian laba yang baik dan meminimalkan adanya piutang tak tertagih.

Penjualan kredit mempengaruhi permintaan terhadap suatu produk yang ditawarkan terutama disaat kondisi sekarang yang begitu banyak pesaing yang sangat ketat, karena konsumen lebih memilih untuk membeli produk secara kredit, karena sebagian besar dari mereka memiliki kondisi keuangan yang kurang baik. Dengan adanya penjualan kredit maka timbul piutang. Piutang sebagai asset yang materil bagi perusahaan, karena sebagian besar penjualan pada umumnya dilakukan secara kredit, sehingga perusahaan harus menunggu saatnya piutang dilunasi, karena ada teggang waktu antara saat penyerahan barang sampai dengan diterimanya uang. Apabila pelunasan piutang tidak lancar, maka akan menggagu posisi keuangan, terutama perusahaan yang arus kasnya kurang baik karena modal kerjanya banyak tertahan dalam bentuk piutang tersebut.

Faktor terjadinya piutang tidak tertagih yaitu karna kurangnya penagihan, kurangnya kontrol dari pemberi piutang, dan kurang seleksi dalam pembagian kredit. Cara untuk mengatasi piutang tak yaitu dengan menganalisis kemampuan ekonomis calon konsumen.

Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan asset modal yang menghasilkan laba. Profitabilitas juga dapat menunjukkan sebarapa baik prospek perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup atau mengembangkan perusahaan dimasa yang akan datang. Dari penjualan sampai timbul piutang mempunyai tujuan yang ingin dicapai perusahaan yaitu untuk memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengetahui perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu, agar dapat meningkatkan laba.

Rasio profitabilitas pada penelitian ini menekan pada *Return On Asset* (ROA) karena merupakan salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang di tanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasikan keuntungan.

Penelitian mengenai pengaruh penjualan dan perputaran piutang terhadap profitabilitas telah banyak dilakukan, seperti penelitian yang di lakukan oleh Ade Pipit Fatmawati Dan Kevin Dwi Novianto (2015) dengan judul pengaruh penjualan dan perputarn piutang terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, menyatakan bahwa secara persial penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas (*return on asset*) dan perputaran piutang tidak berpengaruh terhadap (*return on asset*). Sedangkan secara simulatan, penjualan dan peputaran piutang berpengaruh terhadap profitabilitas (*return on asset*). Menurut hasil penelitian Rekayasa Sirait dengan judul pengaruh penjualan dan perputaran piutang terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2021) penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan pengaruh penjualan terhadap profitabilitas tidak berpengaruh sedangkan pengaruh perputaran piutang terhadap profitabilitas berpengaruh dan signifikan. Menurut hasil penelitian Ridla Tsamrotul Fuady dan Isma Rahmawati dengan judul penagaruh perputaran kas, perputaran piutang, dan peputaran persediaan terhadap profitabilitas (2018) penelitian menunjukkan bahwa perputaran kas, perputaran piutang, dan perputaran persediaan berpengaruh secara

simultan terhadap profitabilitas. Analisis secara persial menunjukkan hanya perputaran persediaan yang berpengaruh terhadap profitabilitas. Sedangkan perputaran piutang tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya ketidak konsistenan mengenai pengaruh penjualan dan perputaran piutang terhadap profitabilitas, salah satu penyebabnya adalah belum optimalnya perusahaan mengelola perputaran piutang untuk meningkatkan profitabilitas.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk kembali menguji pengaruh penjualan dan perputaran piutang terhadap profitabilitas. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya **“PENGARUH PENJUALAN DAN PERPUTARAN PIUTANG TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2019-2021”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021?
2. Apakah perputaran piutang berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021?

3. Apakah pengaruh penjualan dan perputaran piutang simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021?

1.3 Batasan Masalah

Karena batasan waktu dan pengalaman peneliti, dalam penelitian ini berfokus pada Return On Asset (ROA) untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dapat dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.
2. Untuk mengetahui apakah perputaran piutang berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.
3. Untuk mengetahui apakah penjualan dan perputaran piutang simultan terhadap profitabilitas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Akademis

Peneliti ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh penjualan dan perputaran piutang terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur.

2. Penulis

Hasil penelitian ini berguna dalam rangka menambah pengetahuan dan perputaran piutang terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur.

3. Perusahaan

Hasil penelitian yang terbatas ini diterapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan perkembangan perusahaan untuk masa mendatang bagi perusahaan dalam mengelola modal kerjanya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori keagenan menghubungkan berbagai aspek perilaku manusia yang mana teori agensi berasumsi bahwa baik pemilik modal atau principal maupun pengelola (agen) merupakan pihak yang rasional yang memiliki kepentingan masing-masing (Triyuwono, 2018)

Teori agensi mengatakan bahwa principal atau pemilik/manajer puncak membawahi agen dan karyawan untuk melaksanakan kinerja yang efisien. Teori agensi beranggapan bahwa setiap individu termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara principal dan agen.

Konflik antara manajer dan pemegang saham sering disebut dengan masalah keagenan dapat meminimalkan suatu mekanisme pengawasan yang dapat menjajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga timbul biaya keagenan. Penelitian ini melakukan landasan teori agensi karena teori ini dapat mengemukakan mengenai masalah keagenan antara pemilik perusahaan dan manajemen, dan manajemen membutuhkan ratio-ratio keuangan untuk kebijakan yang dapat menguntungkan pemilik perusahaan.

2.1.2 Profitabilitas

Profitabilitas mempunyai peranan penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, karena profitabilitas yang menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik di masa

yang akan datang atau tidak. Menurut Fahmi dalam Linanda & Afriyenis, (2018) menyatakan bahwa profitabilitas adalah rasio yang mengukur keberhasilan manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya keuntungan yang didapat dalam penjualan investasi. Profitabilitas perusahaan yang tinggi berarti efisiensi penggunaan modal yang digunakan perusahaan tinggi, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Kinerja perusahaan dapat menggambarkan tentang baik buruknya kondisi suatu perusahaan dengan menganalisa rasio keuangan dari sisi profitabilitas (Silaban & Harefa, 2021).

Menurut Kasmir dalam Linanda & Afriyenis, (2018) rasio profitabilitas adalah rasio dalam menilai keberhasilan perusahaan dalam mencari keuntungan. Kinerja perusahaan diukur dengan profit, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba diukur dengan profitabilitas. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja melainkan juga bagi pihak luar perusahaan, dalam halnya ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas baik manajemen perusahaan, pemilik perusahaan, maupun para pemangku perusahaan.

Menurut Hery dalam Ina Hanipah, Evi Martaseli (2022) Menyatakan bahwa jenis-jenis rasio profitabilitas yaitu:

1. *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin atau margin laba kotor berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual. *Gross Profit Margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan.

2. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin digunakan untuk mengukur besarnya presentase antara laba bersih dengan penjualan bersih pajak terhadap penjualan.

3. *Return On Equity*

Return On Equity merupakan hasil pengembalian atas ekuitas yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menghasilkan laba.

4. *Return On Asset*

Return On Asset adalah kemampuan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan *return on asset* menunjukkan kemampuan asset-asset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba dan memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

Profitabilitas yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Keuntungan atau *profitability ratio* dapat digunakan untuk mengukur efisiensi pengguna aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, untuk dapat melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien. Menurut Siregar & Luriansyah, (2017) menyatakan bahwa laba adalah salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan operasi perusahaan dan sarana yang penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Profitabilitas merupakan variabel dengan *return on asset*. Menurut Hery dalam KaPiN, (2021) *return on asset* menunjukkan seberapa besar kontribusi asset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain untuk mengukur berapa laba bersih yang dihasilkan untuk setiap rupiah dari total asset. Profitabilitas sebaiknya mendapat perhatian penting karena untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan harus ada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan (profit) maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Laba adalah salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan operasi perusahaan dan sarana yang penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan Siregar & Luriansyah, (2017). Agar laba (profit) suatu perusahaan tinggi harus memperhatikan unsur yang terkait untuk laba yaitu:

1. Pendapatan

Pendapatan merupakan kenaikan aktiva perusahaan atau penurunan kewajiban yang terjadi dalam periode akuntansi.

2. Beban

Beban (*expencc*) adalah pengurang dari manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus kas keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang menyebabkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut kepada penanaman modal.

3. Biaya

Biaya merupakan nilai equivalen yang dikorbankan untuk barang/jasa yang diharapkan membawa keuntungan dimasa datang organisasi.

Menurut Dewi et al., (2019) menyatakan “rasio profitabilitas adalah rasio yang dapat mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu”.

Rasio yang digunakan dalam mengukur profitabilitas untuk penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Return On Asset* yang merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Roa menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktivitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik.

Ratio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian kas atas total aktiva (ROA) setelah bunga pajak. *Return On Asset* (ROA) menunjukkan laba perusahaan yang dihasilkan dari aktivitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan.

Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal, dengan memperoleh laba yang maksimal

seperti yang ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan perusahaan, pemilik, maupun karyawan serta meningkatkan mutu produksi dan menjalankan investasi baru.

2.1.3 Perputaran Piutang

Piutang adalah bentuk penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimana pembayarannya tidak dilakukan secara tunai, namun bersifat bertahap. Penjualan piutang artinya perusahaan menerapkan manajemen kredit, dan salah satu target dari manajemen kredit yaitu tercapainya target penjualan yang sesuai dengan rencana, serta selanjutnya menunggu masuknya angsuran ke kas perusahaan.

Piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pihak ketiga yang timbul karena adanya suatu penjualan secara kredit. Piutang digunakan untuk menunjukkan klaim yang akan dilunasi dengan uang. Bentuk dan syarat-syarat kredit biasanya diterapkan oleh perusahaan sesuai dengan pengalaman bisnis yang dialami

Menurut Abdul Latif & Solang, (2016) piutang adalah penjualan barang dagangan atau jasa secara kredit yang merupakan sumber pendapatan perusahaan.

Piutang dagang merupakan janji dari pembeli untuk membayar barang atau jasa yang dijual, yang dapat ditagih dalam waktu 30 sampai dengan 60 hari. Piutang usaha timbul dari penjualan barang atau jasa yang diproduksi perusahaan. Dalam kegiatan normal perusahaan piutang usaha biasanya akan dilunasi dalam tempo kurang dari satu tahun, sehingga di kelompokkan sebagai aset lancar.

Menurut Prihadi dalam Novika & Siswanti, (2022) menyatakan “perputaran piutang yaitu kemampuan perusahaan menangani penjualan kredit dan kebijakannya”.

Menurut Kasmir dalam Novika & Siswanti, (2022) perputaran piutang adalah rasio yang digunakan untuk dapat mengukur berapa lama penagihan piutang dalam satu periode.

Perputaran piutang dapat diukur dengan menggunakan rumus berikut:

Faktor utama yang mempengaruhi piutang adalah penjualan kredit dan rata-rata piutang. Rata-rata piutang dapat dihitung dengan jumlah piutang awal periode dengan piutang akhir periode dibagi dua. Adakalanya penjualan kredit untuk suatu periode tertentu tidak dapat diperoleh sehingga yang digunakan sebagai penjualan kredit adalah angka total penjualan.

Rasio perputaran piutang adalah membarikan analisa mengenai berapa kali tiap tahunnya dana yang tertanam dalam piutang berputar dalam bentuk uang tunai kemudian Kembali ke bentuk piutang lagi. Periode perputaran piutang tergantung pada panjang pendeknya ketentuan syarat waktu dalam pembayaran kredit. Syarat pembayaran kredit dapat mempengaruhi tingkat perputaran piutang karna dapat menggambarkan berapa kali modal yang tertanam dalam piutang berputar dalam satu tahun. Rasio perputaran yang tinggi dapat dapat menunjukkan kualitas piutang yang semakin baik, sebaliknya rasio perputaran piutang yang rendah menunjukkan kualitas piutang yang buruk.

1. Tingkat Perputaran piutang

Perputaran piutang (*Recivabel Tumorver*) bagi perusahaan sangat penting untuk dapat diketahui karena perputaran piutang merupakan kemampuan dana yang tertanam dalam piutang berputar berapa kali dalam satu periode tertentu melalui penjualan, karna perputaran piutang yang tinggi maka piutang yang didapat perusahaan semakin banyak. Sehingga akan memperkecil adanya piutang yang tidak tertagih dan memperlancar arus kas. Piutang yang terlalu lama memiliki resiko yang tinggi karna dampaknya dapat menimbulkan kerugian, sehingga dapat mengurangi pendapatan perusahaan, yang artinya laba menurun. Perputaran piutang yang pendek resikonya rendah karena piutang tidak tertagihnya tidak ada, sehingga tidak ada beban kerugian akibat piutang tidak tertagih, sehingga berdampak pada peningkatan profitabilitas.

Menurut Budiang, Feibi Teresa Pangemanan & Gerungai, (2017) perputaran piutang adalah rasio yang digunakan untuk dapat mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode.

2. Perputaran Piutang

Hubungan antara penjualan kredit dengan usaha dinyatakan sebagai perputaran piutang. Rasio ini dihitung dengan membagi penjualan kredit bersih dengan rata-rata piutang bersih. Perputaran piutang timbul karena adanya kebijakan penjualan kredit kepada pihak ketiga yang mengukur berapa kali rata-rata piutang dapat ditagih selama satu periode.

Menurut Kasmir dalam Novika & Siswanti, (2022) perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur berapa lama penagihan piutang

selama satu periode atau berapa kali ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.

Perputaran piutang menggambarkan kualitas piutang perusahaan dan kesuksesan perusahaan dalam menagih piutang yang dimiliki. Akan tetapi rasio yang terlalu tinggi akan mengakibatkan ketidaksukaan pelanggan sehingga bisa mengakibatkan pelanggan lari karena kebijakan kredit yang terlalu ketat. Rasio ini juga dapat menjadi dasar pemberian kebijakan kredit yang dapat meningkatkan jumlah penjualan dengan menghitung kerugian piutang yang tidak tertagih.

Rasio perputaran yang tinggi menggambarkan kualitas piutang yang semakin baik. Tinggi rendahnya perputaran piutang tergantung pada besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam piutang. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang perusahaan maka akan semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola piutangnya sehingga menunjukkan pengembalian laba yang baik dan meminimalkan adanya piutang tak tertagih. Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur lamanya penagihan piutang selama satu periode.

Adapun rumus perputaran piutang adalah sebagai berikut:

Piutang merupakan komponen dari modal yang ada dalam aktiva. Komponen ini yang akan selalu berputar selama perusahaan masih melaksanakan kegiatan operasional. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang, semakin tinggi pula profit (sisa hasil usaha). Kenaikan dan penurunan dipengaruhi oleh perputaran piutang. Agar perputaran piutang dalam perusahaan lebih efektif dan

efisien manajemen perusahaan harus dapat mengelola perputaran piutang dengan baik. Piutang dalam perusahaan harus selalu berputar selama periode tertentu agar terhindar terjadinya deb bad. Perusahaan dapat melakukan suatu Tindakan untuk mempercepat perputaran piutang semakin tinggi tingkat perputran piutang maka semakin tinggi profitabilitas pada perusahaan, kerana dengan perputaran piutang yang tinggi dapat menyebabkan investasi kembali dan dapat meminimalkan resiko kerugian piutang.

2.1.4 Penjualan

Secara umum penjualan dapat didefenisikan sebagai kegiatan menjual produk atau jasa yang di lakukan oleh dua belah pihak ataupun lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah.

Dalam suatu perusahaan, penjualan merupakan, penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba dan kelangsungan hidup suatu perusahaan yang merupakan sumber pendapatan dalam melakukan transaksi jual beli. Semakin besar penjualan maka pendapatan perusahaan tersebut juga besar.

Menurut Sumiyati & Nafia'ah, (2019), menyatakan bahwa “penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari phak penjual ke pembeli”.

Kegiatan penjualan terdiri dari atas transaksi menjual barang atau jasa. Penjualan dapat dilakukan melalui penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan (Andrayani dan Sudirman, 2014).

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa penjualan adalah hal terpenting untuk menentukan keberhasilan, meningkatkan profit maupun laba dalam suatu perusahaan. Penjualan merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi pembeli agar pembelian dapat menyesuaikan kebutuhannya.

Rudiyanto & Hariyanti, (2016) menyatakan bahwa “penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pembelian barang atau jasa yang dilakukan penjualan kepada pembelian dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang/jasa dalam satu periode akuntansi, keberhasilan usahapenjualan dapat dilihat dari volume penjualan yang didapat”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa sangat penting merencanakan dan meramal penjualan perusahaan, karena untuk mengetahui profit perusahaan harus melakukan penjualan yang sangat cukup tinggi. Dalam kegiatan perusahaan yang sangat kompleks dan saling berkaitan yang satu dengan yang lainnya, seperti promosi dan penjualan hendaknya dikelola dengan baik agar bisa mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba. Promosi berfungsi untuk meningkatkan volume penjualan juga sebagai strategi untuk meningkatkan

volume penjualan dan juga sebagai strategi untuk menjangkau pembeli melakukan pertukaran. Pada umumnya perusahaan yang ingin mempercepat proses peningkatkan penjualan melakukan kegiatan promosi melalui iklan, *personal selling* dan *publisitas*.

Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting menentukan bagi perusahaan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan, memperoleh laba untuk kelangsungan hidup perusahaan. Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk meningkatkan terjadinya transaksi. Jadi, kegiatan penjualan dan pembelian merupakan suatu kesatuan untuk dapat terlaksananya transaksi. Kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari beberapa serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan pembeli, negoisiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal ini penjual harus menemukan kebijakan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan.

Rumus untuk menghitung penjualan menurut Hery dalam Lorenza, (2022) penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Penjualan Bersih} = \text{Penjualan Kotor} - (\text{Return Penjualan}) + \text{Potongan Penjualan}$$

2.2 Peneliti Terdahulu

Untuk mendukung penelitian yang penulis lakukan, maka yang diperlukan penelitian sejenis yang sudah di lakukan sebelumnya. Berikut ini beberapa hasil dari penelitian terdahulu:

Kurniawan dkk (2022) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Penjualan, Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa penjualan, perputaran piutang, perputaran persediaan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas sedangkan variabel perputaran kas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.

(Ina Hanipah, Evi Martaseli, 2022) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021. Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa secara persial variable perputaran kas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas sedangkan perputaran piutang tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2016-2021. Dan secara simultan variabel perputaran kas dan perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2016-2021

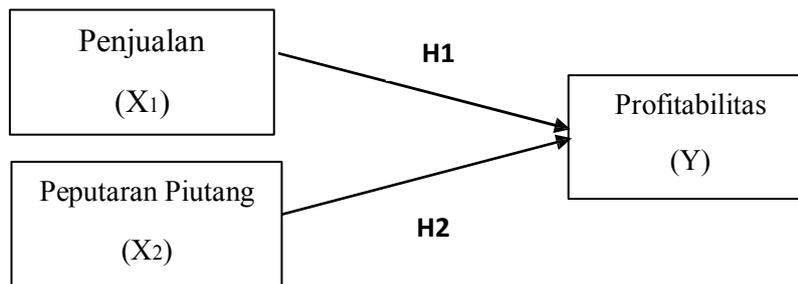
2.3 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis merupakan kerangka teoritis yang berisi tentang penjelasan dari semua hal yang dijadikan bahan penelitian yang bersifat teoritis atau konsepsional mengenai masalah yang diteliti. Kerangka teoritis yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Sehingga secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen

dan variabel dependen. Variabel independent dalam penelitian ini penjualan dan perputaran piutang. Sedangkan variabel dependennya adalah profitabilitas.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan untuk tercapainya penelitian ini dengan telaah penelitian terdahulu maka secara skematis kerangka konseptual dari penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

2.3.2 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan

Penjualan sangatlah mempengaruhi profitabilitas perusahaan, semakin tinggi penjualan bersih suatu perusahaan maka semakin baik profitabilitas perusahaan. Sebuah perusahaan tidak dapat berfungsi tanpa sistem penjualan yang baik. Perusahaan membawa penungkatan penjualan yang tepat meberikan efek positif terhadap *return on asset*. Oleh karena itu, peningkatan penjualan memiliki efek positif signifikan terhadap profitabilitas.

Dengan mencapai penjualan yang optimal maka perusahaan akan bertahan karena profitabilitas akan maksimal juga. Untuk mencapai keuntungan yang maksimal, perusahaan dapat menerapkan perencanaan yang baik dan mengoptimalkan penjualan. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan system

penjualan kredit kepada konsumen atau pelanggan bisnis, hal ini dilakukan untuk memperluas pasar dan sedapat mungkin dapat menguasai pasar.

Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang disusun adalah sebagai berikut:

H₁: Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.

2. Pengaruh perputaran piutang terhadap profitabilitas

Piutang muncul karena perusahaan melakukan penjualan secara kredit agar dapat mengembangkan volume usahanya. Perputaran piutang menunjukkan periode modal kerja yang terkait dengan piutang, dimana semakin cepat waktu siklus berarti semakin cepat perusahaan merealisasikan keuntungan atas penjualan kredit tersebut, yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Rasio perputaran piutang usaha adalah rasio yang menggambarkan kecepatan piutang usaha berhasil ditagih oleh perusahaan. Semakin besar rasio perputaran piutang usaha semakin baik, karena semakin cepat perusahaan dapat menagih piutang usaha. Perputaran piutang yang tinggi dapat membuat jumlah penjualan yang tinggi yang mempengaruhi pendapatan. Oleh karena itu, usaha meningkatkan penjualan tidak hanya bergantung pada strategi penjualan kredit, tetapi harus memperhatikan efisiensi dan efektifitas piutang itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:

H2: Perputaran piutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian (*research design*) adalah kerangka atau rencana dasar (*framework*) yang mengarahkan proses dan hasil penelitian sedapat mungkin valid, objektif efisien dan akurat. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Purba E dkk., (2021:13) menyatakan bahwa “metode penelitian kuantitatif adalah sebagai upaya menyelidiki masalah. Dimana masalah tersebut yang mendasari peneliti mengambil data, menentukan variabel dan yang kemudian diukur dengan angka agar bisa dilakukan analisa sesuai dengan prosedur statistik yang berlaku”.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu.

Menurut Margono dalam Rapingah et al., (2022) “populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah di tentukan”. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan auditan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 dalam penelitian ini adalah 38 perusahaan.

Tabel 3.2
Nama-nama Populasi Penelitian

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
4	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
5	BUDI	Budi Starch Sweetener Tbk
6	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
7	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
8	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
9	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk
10	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
11	DLTA	Delta Djakarta Tbk
12	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk
13	ENZO	Morenzo Abadi Perkasa Tbk
14	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
15	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
16	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
17	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
18	IIKP	Inti Agri Resources Tbk
19	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk

20	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
21	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk
22	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk
23	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk
24	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
25	MYOR	Mayora Indah Tbk
26	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
27	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk
28	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk
29	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
30	PSGO	Palma Serasih Tbk
31	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
32	SKBM	Sekar Bumi Tbk
33	SKLT	Sekar Laut Tbk
34	STTP	Siantar Top Tbk
35	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk
36	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk
37	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk
38	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Arikunto dalam Amrizal, (2019) sampel adalah bagian dari wakil dari populasi yang akan diteliti”. Dalam penelitian ini metode penggunaan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* atau *judgement sampling* adalah sampel dipilih dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian atau masalah penelitian yang di kembangkan. Pengambilan sampel dilakukan sebagai upaya peneliti untuk menetapkan bagian dari populasi.

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data yang diambil merupakan laporan keuangan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama periode penelitian 2019-2021.
3. Dalam laporan keuangan mendapatkan laba positif selama tahun pengamatan dari tahun 2019-2021.

Tabel 3.2
Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kriteria			Sampel
		1	2	3	
1	Akasha Wira International Tbk				1
2	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk			-	
3	Tri Banyan Tirta Tbk			-	
4	Bumi Teknokultura Unggul Tbk			-	
5	Budi Starch Sweetener Tbk				2
6	Campina Ice Cream Industry Tbk				3
7	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk			-	
8	Sariguna Primatirta Tbk				4
9	Cisarua Mountain Dairy Tbk		-	-	
10	Wahana Interfood Nusantara Tbk				5
11	Delta Djakarta Tbk				6
12	Diamond Food Indonesia Tbk				7
13	Morenzo Abadi Perkasa Tbk		-	-	
14	Sentra Food Indonesia Tbk			-	
15	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk				8
16	Buyung Poetra Sembada Tbk				9
17	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk				10
18	Inti Agri Resources Tbk		-	-	

19	Era Mandiri Cemerlang Tbk			-	
20	Indofood Sukses Makmur Tbk				11
21	Indo Pureco Pratama Tbk		-	-	
22	Mulia Boga Raya Tbk				12
23	Magna Investama Mandiri Tbk		-		
24	Multi Bintang Indonesia Tbk				13
25	Mayora Indah Tbk				14
26	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk				15
27	Prima Cakrawala Abadi Tbk			-	
28	Panca Mitra Multiperdana Tbk		-	-	
29	Prasidha Aneka Niaga Tbk			-	
30	Palma Serasih Tbk			-	
31	Nippon Indosari Corpindo Tbk				16
32	Sekar Bumi Tbk				17
33	Sekar Laut Tbk				18
34	Siantar Top Tbk				19
35	Jaya Swarasa Agung Tbk		-	-	
36	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk				20
37	Widodo Makmur Perkasa Tbk		-	-	
38	Widodo Makmur Unggas Tbk		-	-	

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka terdapat 20 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memenuhi kriteria.

Tabel 3.3

Sampel Penelitian Yang Terpilih

NO	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	BUDI	Budi Starch Sweetener Tbk
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
4	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
5	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
6	DLTA	Delta Djakarta Tbk
7	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk
8	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
9	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
11	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
12	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk
13	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
14	MYOR	Mayora Indah Tbk
15	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
16	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk

17	SKBM	Sekar Bumi Tbk
18	SKLT	Sekar Laut Tbk
19	STTP	Siantar Top Tbk
20	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk

3.3 Data Dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Arzuar Juliandi., (2014:66) menyatakan bahwa “data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data penelitian ini bersumber dari publikasi laporan keuangan perusahaan manufaktur yang dapat diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan teknik dokumentasi, dilakukan dengan mengumpulkan sumber-sumber data seperti laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengumpulan data diperoleh dari media internet dengan cara mengunduh melalui (www.idx.co.id) untuk memperoleh data keuangan dan data laporan tahunan.

3.4 Defenisi Operasional Dan pengukuran Variabel

Defenisi operasional variabel penelitian yang sebuah defenisinya berdasarkan pada karakteristik yang dapat di observasi dari apapun yang didenifisikan atau mengubah konsep kata-kata yang menguraikan perilaku yang dapat diamati dan dapat di uji serta ditentukan kebenarannya oleh seseorang (Nurchahyo dan Khasanah, 2016:5). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen variabel yang diduga sebagai sebab dari variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent adalah penjualan dan perputaran piutang.

a. Penjualan (X₁)

Penjualan adalah suatu transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli pada kegiatan usaha dalam menyerahkan produk yang berupa barang ataupun jasa. Penjualan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Penjualan} = \text{Harga jual perunit} \times \text{Total unit yang dijual}$$

b. Perputaran Piutang (X₂)

Perputaran piutang adalah hasil bagi dari rata-rata piutang periode perputaran piutang menunjukkan lamanya dana tertahan dalam piutang pada kebijakan kredit khususnya syarat kredit. Tinggi rendahnya *receivable turnover* berpengaruh langsung

terhadap besar kecilnya modal yang diinvestasikan dalam piutang. Semakin tinggi tumovernya, maka semakin cepat perputarannya, yang berarti makin pendek waktu terikatnya modal piutang dan sebaliknya. Perputaran piutang dapat dirumuskan dengan:

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau memengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu profitabilitas. Dimana profitabilitas adalah rasio atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba (profit) dari pendapatan terkait penjualan, aset dan ekuitas berdasarkan pengukuran tertentu. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus:

3.5 Teknik Analisis Dan Pengujian Hipotesis

Teknis analisis merupakan metode yang digunakan untuk mengelola data yang telah terkumpul agar dapat memberkan tafsiran jawaban atas hipotesis yang telah ditetapkan pada penelitian.

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dapat digunakan untuk menilai ada tidaknya atas hasil analisis regresi yang telah dilakukan, dimana digunakan uji asumsi klasik untuk

dapat diketahui sejauh mana hasil analisis regresi dapat diandalkan tingkat keakuratannya.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi atau tidak. Uji ini untuk menguji apakah variabel dependen, independent atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut:

Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam satu model regresili linear berganda. Jika memiliki kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya menjadi terganggu. Multikolonieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

Jika kolerasi $>0,10$ dan *Varians Inflation Faktor* (VIF) < 10 maka dapat ditafsirkan bahwa tidak ada multikolonieritas

Jika nilai toleran $\leq 0,10$ dan *Varians Iflation Faktor* (VIP) ≥ 10 , maka multikolonieritas gangguan terjadi dalam penelitian.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu kepengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain atau disebut heteroskedastisitas yaitu dengan melihat penyebaran dari varian pada grafik scatterplot pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Apabila pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas).
2. Apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu Y maka terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi yaitu untuk melihat apakah terjadi kolerasi antara suatu periode sekarang (t) dengan sebelumnya (t-). Secara sederhana bahwa analisis regresi yaitu untuk melihat pengaruh antara variabel terkait jadi tidak boleh ada kolerasi antara observasi sebelumnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya auto kolerasi dapat dilihat dari uji *Durbin watson* dengan ketentuan:

1. Angka durbin watson dibawah -2, berarti ada autokolerasi positif
2. Angka durbin watson diantara -2 sampai 2 berarti tidak autokolerasi
3. Angka durbin watson diatas +2 berarti ada autokolesi negatif

3.5.2 Analisis Regresi Berganda

Alat nalisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel terikat. Analisis regresi linear berganda yaitu untuk prosedur statistik dalam mangalisis hubungan antara variabel satu atau variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam analisis regersi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel dependen dengan variabel independen, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana hubungan profitabilitas di pengaruhi oleh penjualan dan perputaran piutang.

Rumus yang digunakan untuk regresi berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Profitabilitas

a = Konstanta merupakan nilai terikata yang dalam hal ini adala Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 ($X_1 X_2 = 0$)

b_1 = koefisien regresi berganda antara variabel bebas X_2 terikat Y, apabila variabel bebas X_2 konstanta

b_2 = koefisien regresi berganda variabel antara varabel bebas X_2 terikat Y, apabila variabel bebas X_1 dianggap konstanta

X_1 = Penjualan

X_2 = Perputaran piutang

e = Faktor pengganggu dari luar model (*Error*)

3.5.3 Pengujian Hipotesis

a. Uji persial (Uji t)

Uji statistik t disebut sebagai uji signifikan individual. Uji t pada regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara persial terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan yang dihasilkan uji t $P < 0,05$, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji f

Uji f statistic menunjukkan semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji yang dilakukan dengan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 0,05$). Ketentuan penolakan dan penerimaan hipotesis dalam pengujian simultan ini adalah:

1. Jika signifikan $>0,05$ maka hipotesis di tolak. Ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak mempunyai penengaruh signifikan terhadap variabel independen.
2. Jika signifikan $<0,05$, maka hipotesis diterima. Ini berarti secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Analisi koefisien determinasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya presentase pengaruh semua variabel independen (penjualan dan perputaran piutang) terhadap nilai variabel dependen (profitabilitas) secara persial atau untuk mencari

pengaruh domain diantara variabel bebas terhadap variabel terkait. Dimana analisis ini dinyatakan oleh besarnya kuadrat koefisien persial atau dengan kata lain $R^2 =$ koefisien diterminasi persial. Dimana besarnya koefisien determinasi ini adalah 0 sampai 1. Jika nilai R^2 yang mendekati 1 maka dapat dikatakan kuat kemampuan variabel independen dalam modal regresi dalam menerangkan variabel dependen. Sebaliknya jika nilai R^2 yang mendeteksi 0 maka semakin lemah variabel independen dalam menerangkan variabel dependen.