

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perkembangan perekonomian terus meningkat sehingga mengakibatkan persaingan perdagangan yang amat ketat antar entitas diberbagai bidang industri terutama persaingan dalam perusahaan yang sejenis. Para pelaku bisnis baik itu bisnis besar maupun bisnis kecil akan berupaya untuk meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan dengan cara meningkatkan kualitas produksinya untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas dengan tujuan memperoleh laba sehingga perusahaan dapat bertumbuh secara berkelanjutan. Adanya kegiatan perusahaan akan menghasilkan suatu produk yang selanjutnya produk tersebut akan di perjualbelikan kepada masyarakat sedangkan masyarakat sebagai konsumen akan menerima manfaat dengan adanya produk tersebut.

Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Pihak manajemen selalu merencanakan perolehan laba yang besar setiap periode, hal ini dibuktikan dari adanya target yang harus tercapai. Penentuan target sangat penting agar para manajemen perusahaan termotivasi untuk bekerja secara maksimal, dalam mengelola sumber daya yang ada. Pencapaian target yang ditetapkan sudah merupakan prestasi tersendiri bagi perusahaan, apalagi jika perusahaan mampu melampaui target yang telah ditetapkan. Sebaliknya, jika target tidak tercapai merupakan sebuah kesalahan yang harus dicari solusinya.

Laba yang diperoleh perusahaan terdiri dari dua macam, yaitu laba kotor dan laba bersih. Laba kotor perusahaan merupakan laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya, laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh. Sementara itu, laba bersih merupakan laba yang dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak. Penyebab besar kecilnya perolehan laba kotor yang didapat setiap periode perlu dilakukan analisis lebih lanjut. Analisis ini penting guna mengetahui dan memahami penyebab terjadinya perolehan laba tersebut, kemudian guna memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan ke depan, analisis ini dikenal dengan analisis laba kotor.

Dalam buku “Analisa Laporan Keuangan karangan” Jumingan menyatakan : Perubahan laba kotor disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan. Besar kecilnya laba kotor yang dihasilkan akan berubah apabila ada perubahan pada penjualan dan harga pokok penjualan.

Jika jumlah penjualan meningkat, kemungkinan akan mampu meningkatkan laba kotor. Sebaliknya, jumlah penjualan menurun, kemungkinan laba kotor ikut menurun. Jika laba kotor terus mengalami saat keadaan turun maka akan berakibat mengganggu roda aktivitas produksi dan operasional pada perusahaan tersebut. Tentunya tidak baik karena akan terus mengecilnya laba serta mengharuskan perusahaan meminjam dana dari luar atau menjual asset perusahaan. Karena fokus utama yang dilihat oleh para investor adalah laporan

laba bruto yang dijadikan alat untuk mengukur efisiensi perusahaan karena laporan tersebut dapat mencerminkan kinerja operasional perusahaan yang sebenarnya.

Dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasution, Lisa Julia Sari (2018) yang berjudul “Pengaruh penjualan dan harga pokok penjualan terhadap laba kotor pada PT. Aneka Tambang Tbk” penulis ingin menguji kembali penelitian mengenai pengaruh penjualan dan harga pokok terhadap laba kotor, dengan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasution, Lisa Julia Sari (2018) terletak pada jenis perusahaan yang diteliti. Objek penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini ialah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Dengan alasan untuk menguji secara lebih luas bagaimana pengaruh kas dan harga pokok penjualan terhadap laba kotor. Sedangkan periode penelitian berfokus pada tahun 2017-2020, dengan menggunakan tahun penelitian terbaru diharapkan mampu memberikan gambaran hasil penelitian yang lebih relevan dengan keadaan sekarang.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENJUALAN DAN HARGA POKOK PENJUALAN TERHADAP LABA KOTOR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2017-2020”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perlu dibuat rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, penulisan membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 ?
2. Bagaimana pengaruh harga pokok penjualan terhadap laba kotor pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan yang sudah terlebih dahulu dirumuskan dalam rumusan masalah, sehingga harus relevan dengan masalah yang harus dibahas dalam penelitian penulis. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh penjualan terhadap laba kotor pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga pokok penjualan terhadap laba kotor pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai sarana memperluas wawasan serta menambah referensi yang berkaitan dengan pengaruh penjualan dan harga pokok penjualan terhadap laba kotor dalam perusahaan.
2. Bagi akademisi, penelitian ini memberikan informasi dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan juga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian yang berkaitan dengan pengaruh penjualan dan harga pokok penjualan terhadap laba kotor dalam perusahaan.
3. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen perusahaan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini sebagai bahan masukan dan sumber informasi dalam melakukan penelitian yang serupa pada masa mendatang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Agensi

Menurut Jensen dan Meckling :

“Teori agensi adalah teori yang menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama yang disebut ”*nexus of contract*”.¹

Menurut *agency theory*, adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan dapat menimbulkan konflik. Terjadinya konflik yang disebut *agency conflict* disebabkan pihak-pihak yang terkait yaitu *principal* (yang memberi kontrak atau pemegang saham) dan *agen* (yang menerima kontrak dan mengelola dana prinsipal) mempunyai kepentingan yang saling bertentangan. Jika *agen* dan *prinsipal* berupaya memaksimalkan utilitasnya masing-masing, serta memiliki keinginan dan motivasi yang berbeda, maka ada alasan untuk percaya bahwa *agen* (*manajemen*) tidak selalu bertindak sesuai keinginan *prinsipal* (Rachmawati dan Hanung, 2007)

Pemikiran bahwa pihak manajemen dapat melakukan tindakan yang hanya memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri didasarkan pada suatu asumsi yang menyatakan setiap orang mempunyai perilaku yang mementingkan diri sendiri atau *self interested behaviour*. Keinginan, motivasi dan utilitas yang tidak sama antara manajemen dan pemegang saham menimbulkan kemungkinan manajemen

¹ Jensen, M., C., dan W. Meckling, *“Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure”*, *Journal of Finance Economic* Vol 3, 1976, hal. 305- 360.

bertindak merugikan pemegang saham, antara lain berperilaku tidak etis dan cenderung melakukan kecurangan akuntansi.

2.2 Penjualan

Menurut Philip Kotler

“Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.”²

Menurut Mulyadi **“Penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik kredit maupun tunai”**.³

Sedangkan Menurut Kasmir **“Penjualan merupakan jumlah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun dalam rupiah”**.⁴

Dari beberapa pengertian penjualan yang dikemukakan oleh para ahli dapat peneliti simpulkan bahwa penjualan merupakan jumlah yang didebankan kepada pembeli terhadap barang yang dijual oleh perusahaan, baik secara tunai ataupun kredit. Besar kecilnya penjualan penting bagi perusahaan sebagai data awal untuk melakukan analisis. Sementara itu, penjualan dipengaruhi oleh faktor harga jual dan faktor jumlah barang yang dijual. Perubahan harga jual ditentukan oleh keadaan pasar yang sulit dikendalikan oleh perusahaan, lain halnya dengan perubahan kuantitas produk yang dijual. Suatu perubahan laba kotor yang disebabkan oleh adanya perubahan kuantitas atau volume barang yang dijual mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan bagian penjualan. Peningkatan

² Philip, Kotler, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Millenium: PT. Prenhallindo, Jakarta, 2008, hal 8

³ Mulyadi, **Sistem Akuntansi**, Edisi Keempat. Salemba Empat: Jakarta, 2016, hal 160

⁴ Kasmir, **Analisis Laporan Keuangan**, Edisi Cetakan Kesembilan: Rajawali Pers, Jakarta, 2016, hal 305

laba kotor karena ada peningkatan volume yang dijual berarti bagian penjualan bekerja lebih aktif (dengan anggapan bahwa biaya pemasaran tetap maka perubahan laba kotor yang disebabkan oleh kenaikan volume penjualan berarti perusahaan semakin efisien dalam operasinya).

2.2.1 Tujuan Penjualan

Terdapat tiga tujuan umum dalam penjualan adalah sebagai berikut:

1. Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mendapatkan laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

2.2.2 Fungsi penjualan

Fungsi penjualan merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos-ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang-barang itu diproduksi atau dibeli untuk dijual, maka harus diusahakan sejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual.

2.3 Harga Pokok Penjualan

Salah satu unsur yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan tepatnya laporan laba rugi perusahaan ialah harga pokok penjualan. Harga pokok penjualan (*Cost of Good Sold*) sering disingkat HPP.

Menurut Doloksaribu, Ardin, menyatakan bahwa “**Harga Pokok Penjualan adalah perhitungan biaya yang dikorbankan atau modal produk**

untuk menjual suatu produk.”⁵ Sedangkan menurut Soemarso “Harga pokok penjualan (cost of goods sold) adalah harga beli (perolehan) dari barang yang dijual”.⁶

Harga pokok penjualan ialah total pengeluaran dan beban yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung untuk menghasilkan suatu produk. Baik perusahaan 1 industri maupun perusahaan dagang masing-masing akan memperhitungkan harga pokok penjualan dari produk yang dijualnya untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan. Tinggi rendahnya harga pokok penjualan berpengaruh ataupun memiliki hubungan dengan pencapaian laba perusahaan.

Menurut Bastian dan Nurlela :

“Harga pokok penjualan adalah harga pokok yang sudah terjual dalam periode waktu berjalan yang diperoleh dengan menambahkan harga pokok produksi dengan persediaan produk selesai awal dan mengurangi dengan persediaan produk selesai akhir, pada periode waktu tertentu.”⁷

Menurut Wiratna :

“Harga pokok penjualan adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual”.⁸

Harga pokok penjualan menurut Gill and Chatton (2008) dalam Dina Satriani dan Vina V. Kusuma (2020) **“Harga pokok penjualan adalah biaya**

⁵ Ardin Doloksaribu, **Op. Cit**, hal. 21.

⁶ S R, Soemarso. **Akuntansi Suatu Pengantar**. Edisi Kelima: Salemba Empat, Jakarta 2009, hal. 234.

⁷ Bustami, Bastian, dan Nurlela **Akuntansi Biaya**. Edisi Keempat: Mitra Wacana Media, Jakarta 2009, hal. 134.

⁸ Sujarweni, V. Wiratna, **Pengantar Akuntansi**, Edisi Reguler: Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2016, hal. 97.

pembuatan atau harga pembelian yang melekat pada produk barang jadi yang dikirim dari pemasok ke pelanggan.”⁹ Pada perusahaan industri barang yang dijual bukan berasal dari pembelian, tetapi berasal dari produksi dalam perusahaan itu sendiri. Harga pokok penjualan pada perusahaan industri terdiri dari beberapa unsur yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga pokok penjualan ialah harga yang dihasilkan dari penciptaan suatu produk yang dihitung sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut sampai pada produk tersebut dijual dimana biaya tersebut terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

2.3.1 Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Menurut Carter dan Usry (2004) dalam Hasnul Hadi (2009) Perhitungan Harga Pokok Penjualan dilakukan sebagai berikut :

Tabel 2.3
Tabel Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Persediaan Awal Bahan Baku	xxx	
Pembelian (Netto)	xxx +	
Bahan Baku tersedia		xxx
Persediaan Bahan Baku Akhir		xxx -

⁹ Dina Satriani dan Vina V. Kusuma., **Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Penjualan**, Jurnal Ilmiah MEA, Edisi Pertama: Stikom Insan Unggul, Bandung, 2020, hal. 440.

Bahan Baku digunakan		xxx
Tenaga Kerja Langsung		xxx
Overhead Pabrik		xxx +
Biaya Manufaktur		xxx
Persediaan Barang dalam proses awal		xxx +
		xxx
Persediaan Barang dalam proses akhir		xxx -
Harga Pokok Produksi		xxx
Persediaan Barang jadi awal		xxx +
Barang tersedia dijual		xxx
Persediaan Barang jadi akhir		xxx -
Harga Pokok Penjualan		xxxx

Sumber: Repository.um-palembang.ac.id

Dari pemaparan perhitungan harga pokok penjualan tersebut, maka format dalam perhitungan harga pokok penjualan terdiri dari persediaan bahan baku awal ditambah pembelian bahan baku bersih dikurang persediaan bahan baku akhir sehingga diperoleh bahan baku yang digunakan. Kemudian bahan baku yang digunakan ditambahkan dengan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik sehingga diperoleh biaya manufaktur. Selanjutnya biaya manufaktur ditambah dengan persediaan dalam proses awal dan dikurang persediaan barang dalam proses akhir sehingga diperoleh harga pokok produksi. Harga pokok produksi ditambahkan dengan persediaan barang jadi awal dan dikurang dengan persediaan barang jadi akhir sehingga diperolehlah harga pokok penjualan.

2.3.2 Komponen Harga Pokok Penjualan

Komponen atau unsur-unsur yang ada pada harga pokok penjualan. Tujuannya agar tidak salah dalam melakukan perhitungan.

1. **Persediaan Awal Dagang**

Persediaan awal barang dagang adalah persediaan yang tersedia pada awal periode usaha.

2. **Persediaan Akhir Dagang**

Berbeda dari persediaan awal dagang, pada persediaan akhir barang adalah persediaan yang masih tersedia pada akhir periode atau akhir tahun yang berjalan.

3. **Pembelian Bersih**

Pembelian bersih adalah seluruh pembelian barang dagang yang dilakukan oleh usaha kamu biasanya untuk pembelian secara tunai maupun kredit.

2.4 Laba dan Kegunaannya

Laba atau keuntungan menjadi salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Laba yang diperoleh perusahaan digunakan untuk berbagai kepentingan, salah satunya untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan. Laba yang berkualitas dapat menentukan bagaimana kinerja dari suatu perusahaan dan juga akan mempengaruhi laba perusahaan tersebut dimasa mendatang. Jadi laba memegang peranan penting bagi sebuah perusahaan karena laba merupakan alat untuk mengukur keberhasilan dalam suatu usaha dan laba

sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen ataupun investor.

Menurut Wild dan Subramanyam:

“Laba (earnings) atau laba bersih (net income) mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat.”¹⁰

Menurut L.M. Samryn :

“Laba merupakan sumber dana internal yang dapat diperoleh dari aktivitas normal perusahaan yang tidak membutuhkan biaya ekstra untuk penyimpanan dan penggunaannya”.¹¹

2.5 Laba Kotor

Laba kotor adalah keuntungan dari penjualan atau penyedia jasa sebelum dikurangi biaya overhead, gaji, pajak dan pembayaran bunga. Selain itu laba kotor yang diperoleh itu menunjukkan laba yang tersisa setelah dikurangi beban langsung dari proses produksi, penjualan produk, atau penyediaan jasa.

Menurut Ardi :

“Laba kotor merupakan laba hasil yang diperoleh dari selisih antara penjualan dan harga pokok penjualan, yang merupakan penggambaran dari upaya dalam memenuhi rencana dan anggaran keuntungan yang ingin perusahaan peroleh.”¹²

¹⁰ Subramanyam, K.R. Wild, J.J. **Analisis Laporan Keuangan**. Edisi Kesepuluh: Salemba Empat, Jakarta, 2014, hal. 25

¹¹ Samryn, L.M., **Akuntansi Manajemen Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Investasi**. Edisi Revisi: Kencana, Jakarta, 2012, hal. 429.

¹² Ardi, Muhamad. **Analisis Laba Kotor Sebagai Alat Untuk Mementukan Naik Turunya Harga Jual Pada Qmart Superstore Kota Gorontalo**. Jurnal Al Buhuts. Vol. 1, No 1. Gorontalo, 2018, hal. 124 – 146.

Menurut Doloksaribu, Ardin, **“Laba kotor adalah hasil perhitungan penjualan dikurangi dengan harga pokok penjualan.”**¹³ Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa laba kotor merupakan selisih keuntungan atau pendapatan yang diperoleh dari penjualan atau penyediaan jasa dikurangi dengan cost dari barang yang terjual. Atau pengertian secara sederhana yakni jumlah penjualan bersih pasca mengalami pengurangan harga pokok penjualan Cost dari barang terjual yakni semua biaya yang dikorbankan pada saat proses produksi, penjualan produk, atau penyediaan jasa. Untuk perusahaan manufaktur perhitungan dimulai dari tahap ketika bahan baku masuk ke pabrik, diolah, hingga dijual. Semua biaya-biaya langsung yang berhubungan dengan penciptaan produk tersebut dikelompokkan sebagai *cost* barang terjual.

Laba Kotor untuk menunjukkan jumlah pendapatan yang tersisa pada akhir periode yang dapat digunakan untuk menutup biaya operasional (Biaya Admin, Penjualan atau Pemasaran, dan lainnya). Ini adalah jumlah pendapatan setelah semua HPP dibayarkan. Biasanya, Laba Kotor digunakan dalam formulasi Rasio Keuangan Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*) dan Rasio Keuangan lainnya.

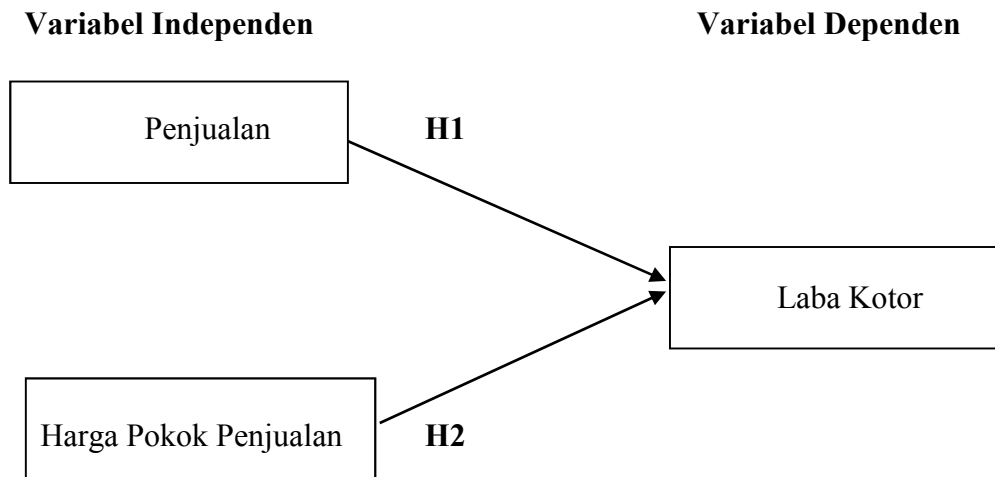
¹³ Ardin Doloksaribu, **Op. Cit**, hal. 31.

2.6 Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Shofie Amaliyah , Daryono Setiadi , Samsul Anwar (2021)	Pengaruh harga pokok penjualan terhadap laba kotor melalui penjualan	-Harga pokok penjualan terhadap laba kotor melalui penjualan yang diberikan dapat dikategorikan memiliki pengaruh yang kuat dan negatif.
2.	Niar Imaniar, Andri Indrawan dan Risma Nurmilah (2020)	Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor (Studi Kasus Pada Home Industry Kopi Karuhun)	-Penjualan berpengaruh terhadap laba kotor. Penjualan berpengaruh positif.
3.	Arief Darmawan, Rifqi Alifka (2011)	Analisis pengaruh harga pokok penjualan terhadap laba kotor PT. Gajah Tunggal Tbk	-Harga pokok penjualan mempunyai pengaruh terhadap variabel laba kotor.
4.	Nasution, Lisa Julia Sari (2018)	Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor Pada Pt. Perdana Gapura Prima Tbk	- Harga pokok penjualan berpengaruh terhadap laba kotor - Penjualan Tidak Berpengaruh Terhadap Laba Kotor.
5.	Sarifah N. J Dalimunthe (2017)	Pengaruh Penjualan dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Kotor Pada PT. Perdana Gapuraprima Tbk.	- Penjualan Berpengaruh Signifikan Terhadap Laba Kotor. - Harga Pokok Penjualan Berpengaruh Signifikan Terhadap Laba Kotor

2.7 Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.8 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Pengaruh Penjualan terhadap Laba Kotor

H2: Pengaruh Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Kotor

2.8.1 Pengaruh Penjualan terhadap Laba Kotor

Hasil Hipotesis untuk menguji pengaruh penjualan terhadap laba kotor menunjukkan pengaruh positif dan signifikan penjualan terhadap laba kotor. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Lisa Julia Sari Nasution (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba kotor.

2.8.2 Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, pertama-tama dilakukan dengan uji analisis jalur untuk memperlihatkan hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen. Analisis jalur dipergunakan dengan pertimbangan bahwa pola hubungan antar variabel dalam penelitian adalah bersifat *korelatif* dan *kausalitas* untuk mengetahui pengaruh antara Harga pokok penjualan terhadap laba kotor. Hasil penelitian Shofie Amaliyah , Daryono Setiadi , Samsul Anwar (2021) menunjukan bahwa Harga pokok penjualan terhadap laba kotor melalui penjualan yang diberikan dapat dikategorikan memiliki pengaruh yang kuat dan negatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian atau rancangan penelitian adalah rencana dan struktur penelitian yang disusun sedemikian rupa, sehingga peneliti akan dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan penelitiannya. Desain penelitian ini dibuat untuk mengarahkan proses dan hasil penelitian yang valid, objektif, efisien, dan efektif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif. Menurut Purba dan Parulian Simanjuntak: **“Penelitian deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) dari suatu fenomena tertentu secara objektif”**.¹⁴ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

Menurut Sugiyono :

“Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.¹⁵

¹⁴ Elvis Purba dan Parulian Simanjuntak. **Metode Penelitian**, Edisi Pertama: Sadia, Medan, 2019, hal. 19.

¹⁵ Sugiyono, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Edisi Pertama: Alfabeta, Bandung, 2013, Hal. 224

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini pengaruh penjualan dan harga pokok penjualan terhadap laba kotor. Subjek pada penelitian ini perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Menurut Suharsimi : “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2017-2020. Jumlah populasi adalah 33 perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman.

Tabel 3.1
Daftar 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.	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
10.	DLTA	Delta Djakarta Tbk
11.	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk
12.	ENZO	Morenzo Abadi Perkasa Tbk
13.	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
14.	GOOD	Garuda Food Putra Putri jaya Tbk
15.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk

16.	ICBP	Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk
17.	IIKP	Inti Agri Resources Tbk
18.	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk
19.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
20.	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk
21.	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk
22.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
23.	MYOR	Mayora Indah Tbk
24.	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
25.	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk
26.	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
27.	PSGO	Palma Serasih Tbk
28.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
29.	SKBM	Sekar Bumi Tbk
30.	SKLT	Sekar Laut Tbk
31.	STTP	Siantar Top Tbk
32.	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk
33.	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk

Sumber : www.idx.co.id

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono: **“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”**. Metode Pengambilan sampel yang dilakukan adalah metode purposive sampling (pemilihan sampel berdasarkan tujuan), yaitu pemilihan sampel secara tidak acak tetapi menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Kriteria yang ditentukan dalam hal pengambilan sampel dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017 - 2020.

2. Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang telah menyampaikan laporan keuangan tahunan (annual report) tahun 2017 - 2020 secara lengkap.
3. Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang memperoleh profit (laba) selama tahun 2017 - 2020.
4. Laporan keuangan disajikan dalam rupiah.
5. Perusahaan yang tidak mengalami delisting dan tidak pindah sektor lain.

Berdasarkan kriteria – kriteria yang telah ditetapkan diatas, maka sampel penelitian sebanyak 16 perusahaan dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kriteria Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Jumlah Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi	33
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria sampel	17
Perusahaan yang memenuhi kriteria dan digunakan sebagai sampel	16

Sumber : www.idx.co.id

Tabel 3.3
Daftar Sampel Penelitian

NO.	Kode	Nama Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira International Tbk
2.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk
3.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
4.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
5.	DLTA	Delta Djakarta Tbk
6.	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
7.	GOOD	Garuda Food Putra Putri jaya Tbk
8.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
9	ICBP	Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk
10.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
11.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
12.	MYOR	Mayora Indah Tbk
13.	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk

14.	ROTI	Nippon Indosari corpindo tbk
15.	STTP	Siantar Top Tbk
16.	ULTJ	Ultrajaya milk industry & trading company tbk

Sumber: www.idx.co.id

3.4 Definisi Operasional

Variabel Ada beberapa variable dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Independen Variabel independen (Variabel terikat) adalah tipe variabel yang mempengaruhi Variabel bebas (Variabel Independen). Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Penjualan dan Harga Pokok Penjualan.
2. Variabel Dependen Variabel terikat (Dependent Variable) adalah tipe variabel yang dipengaruhi oleh Variabel Independen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah laba kotor.

Tabel 3.4
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator
Penjualan	Penjualan Bersih = Penjualan Potongan Penjualan – Retur Penjualan
Harga Pokok Penjualan	Pembelian bersih + Persediaan awal – Persediaan akhir
Laba Kotor	Total pendapatan penjualan bersih – Harga pokok penjualan

Sumber : idr.uin-antasari.ac.id

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang bersifat sekunder ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan data/menghimpun informasi kemudian mempelajari informasi

tersebut berupa laporan keuangan, maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Data diperoleh dengan mengunduh data laporan keuangan yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020, serta studi pustaka dan penelitian terdahulu untuk mendapatkan teori-teori yang melatarbelakangi penelitian.

3.6 Metode Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program komputer, yaitu *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) Versi 22. Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan metode sebagai berikut :

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan dalam menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif meliputi jumlah, sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang dilakukan adalah Uji Normalitas, Uji Multikolenieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi, dengan penjelasan sebagai berikut :

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi

normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk menghindari adanya hasil yang menyesatkan menggunakan grafik, maka uji grafik ini dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan uji *nonparametik Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis: H₀: Data residual berdistribusi normal H₁: Data residual tidak berdistribusi normal Apabila nilai signifikansi lebih besar 5%, maka H₀ diterima berarti data residual berdistribusi normal, ataupun sebaliknya.

3.6.2.2 Uji Multikolenieritas

Uji ini digunakan untuk situasi dimana adanya korelasi variabel-variabel independen antara yang satu dengan yang lainnya. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara masing-masing variabel bebas (independen). Apabila terjadi korelasi antar variabel-variabel tersebut, berarti terjadi problem multikolinearitas. Sedangkan variabel yang baik adalah variabel yang tidak memiliki problem multikolinearitas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi antar variabelindependen lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam penelitian tersebut.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisadigunakan antara lain Uji Park, Uji Glejser,

Scatterplot, dan Uji Koefisien Korelasi Spearman. Pada penelitian ini penulis menggunakan Uji Heterodastisitas dengan Uji Scatterplot, yaitu sebuah grafik yang biasa digunakan untuk melihat suatu pola hubungan antara 2 variabel.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) jika ada pola-pola tertentu, seperti ada titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar), maka terjadi heteroskedastisitas dan
- b) jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Model pengujian yang sering digunakan adalah dengan menggunakan uji Durbin- Watson (DW test) dengan ketentuan sebagai berikut.

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU atau di antara $(4-dL)$ dan $(4-dU)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah metode Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis Regresi berkenaan dengan studi ketergantungan satu variabel terikat dengan satu atau variabel bebas, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis ini juga mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Pada Penelitian ini, model yang digunakan dalam regresi berganda untuk melihat pengaruh Penjualan dan Harga Pokok terhadap Laba Kotor dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Laba Kotor

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Penjualan

X₂ = Harga Pokok Penjualan

e = Error standar

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji R^2 dilakukan dengan maksud untuk mengetahui persentase pengaruh variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat. Sehingga akan diketahui seberapa besar variabel bebas akan mampu dijelaskan oleh variabel terikat, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Apabila nilai Koefisien Determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya apabila R^2 mendekati 0, maka semakin kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.7.2 Uji T

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila koefisien regresi signifikansi pada $t_{signifikan} \leq 0,05$ atau 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, $t_{signifikan} > 0,05$ atau 5%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

