

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Internet telah menjadi suatu kebutuhan primer untuk melakukan banyak hal pada era digital saat ini. Internet sangat penting dan berperan sangat banyak untuk hampir segala kegiatan yang terjadi, bahkan banyaknya masyarakat yang sangat tidak bisa lepas dari internet untuk melakukan aktivitas sehari-harinya. Banyak perusahaan atau organisasi lainnya pun yang membutuhkan internet untuk melakukan interaksi dan menjalankan kegiatan operasionalnya.

Perkembangan zaman yang bergerak sangat pesat ini membuat banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang mulai memanfaatkan bisnis ini dengan berinovasi mengeluarkan layanan penyedia internet (*internet provider*) atau disebut *Internet Service Provider (ISP)* dan terus mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut untuk terus memberikan pelayanan terbaik serta membangun infrastruktur yang luas dari Sabang hingga Marauke untuk kenyamanan masyarakat yang dapat mudah mendapatkan koneksi internet tersebut. Banyaknya perusahaan layanan *internet provider* menawarkan layanan berbagai macam dan penawaran terbaik.

Internet Service Provider (ISP) adalah badan usaha atau perusahaan yang menyediakan koneksi internet atau layanan IT lainnya kepada masyarakat yang membutuhkannya. Perusahaan ISP semakin banyak dikenal masyarakat pada masa

pandemi *Covid-19*. Kasus *Covid-19* yang terus meningkat mengakibatkan banyak perusahaan dari berbagai sektor terkena imbasnya. Imbas pandemi *Covid-19* berdampak positif terhadap *Internet Service Provider (ISP)*, terutama akibat dari peningkatan permintaan terhadap layanan internet.

Pidato yang disampaikan Presiden Republik Indonesia yaitu Bapak Joko Widodo pada Tanggal 15 Maret 2020 (voaindonesia.com, 2020) ini memberikan arahan kepada masyarakat Indonesia untuk berdiam diri di rumah yang dimana hal tersebut untuk menghindari kerumunan agar memutuskan rantai penyebaran virus *Covid-19*. Dari situ maka segala kegiatan yang biasanya dilakukan tatap muka ini beralih menjadi dalam jaringan (disingkat menjadi daring) atau *online* seperti sekolah, dan kuliah. Dan untuk pekerja yang bekerja pada perusahaan non sektor esensial diberlakukan bekerja dari rumah atau *Work From Home (WFH)*. Dalam kegiatan tersebut tentunya memerlukan internet untuk kelancaran pembelajaran maupun pekerjaan yang dilakukan dari jauh maka dari saat itulah kebutuhan jaringan internet banyak dibutuhkan dari berbagai kalangan atau dari berbagai kegiatan lainnya.

Hal ini tentu membuat perusahaan ISP semakin bersemangat untuk mempromosikan produk jasanya dan memberikan penawaran menarik lainnya yang membuat penjualan meningkat sangat pesat. Penjualan yang meningkat sangat pesat ini tentu berhubungan erat dengan kebutuhan modal kerja perusahaan. Modal kerja ini sangat penting untuk perusahaan agar dapat beroperasi dengan lancar tanpa adanya kesulitan. Maka dari itu modal kerja perlu diolah dengan baik dan efisien.

Banyaknya pesaing yang terus berlomba-lomba meningkatkan kualitas layanannya serta membangun infrastruktur yang luas agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat serta menjaga hubungan baik kepada masyarakat agar tetap menggunakan layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Jika hasil dari kegiatan penjualan berjalan dengan lancar maka modal kerja yang sebelumnya sudah diputarkan dan diolah secara efisien maka berdampak baik dan mencapai profitabilitas secara maksimal bagi perusahaan tersebut. Profitabilitas sangat penting bagi perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio profitabilitas adalah rasio yang akan menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba tersebut.

PT Cyberplus Media Pratama atau dikenal dengan Cyberplus adalah salah satu perusahaan jasa layanan internet yang termasuk dalam sektor telekomunikasi ini yang didirikan sejak tahun 2008 hingga saat ini masih beroperasi dan menyediakan layanan internet berkualitas dan terjangkau untuk masyarakat yang semakin berkembang karena didukung oleh tim-tim profesional yang mampu bekerjasama untuk menyediakan pelayanan terbaik untuk pelanggan.

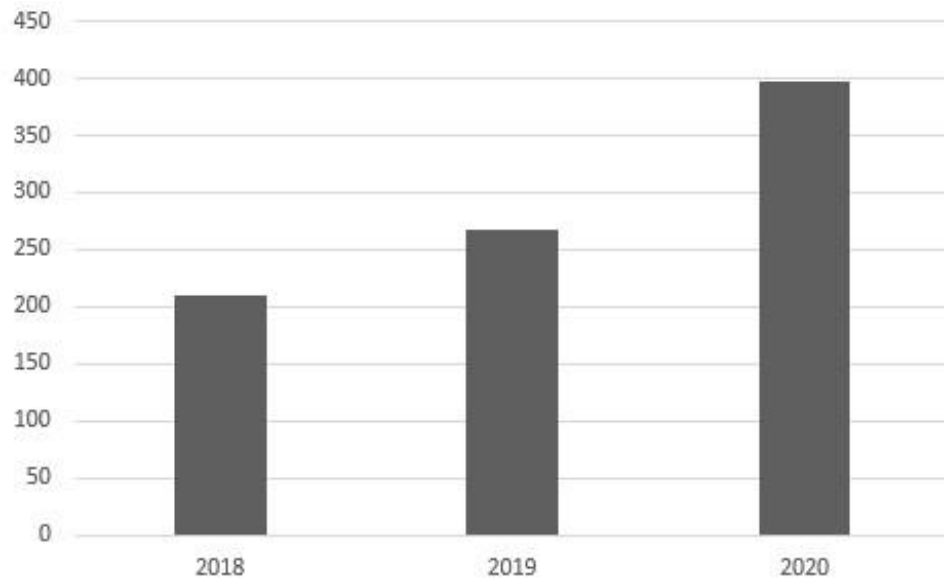
Menyediakan layanan internet *Dedicated* dan *Broadband*. Nama Cyberplus pun semakin dikenal oleh masyarakat dari peluncuran produk layanan internet rumahan ini atau disebut paket *broadband* secara resmi pada tahun 2020 dan

penjualan produk jasa layanan internet ini semakin meningkat ketika diberlakukan semua kegiatan dilakukan secara daring atau *online*.

Berikut ini adalah grafik peningkatan pelanggan atau pengguna layanan internet Cyberplus :

Gambar 1.1

Pertumbuhan pelanggan tahun 2018-2020



(Sumber: Data diolah)

Dilihat dari grafik pertumbuhan pelanggan Cyberplus dapat diinformasikan tabel penjualan, modal kerja dan laba bersih Cyberplus pada tahun 2018 – 2020 :

Tabel 1.1

Penjualan, Modal Kerja, Total Aset dan Laba Bersih tahun 2018 – 2020

Tahun	Penjualan (Rp)	Modal Kerja (Rp)	Total Aset (Rp)	Laba Bersih (Rp)
2018	4.123.621.364	2.214.773.371	3.524.732.648	600.745.982
2019	6.031.479.549	2.249.761.633	3.712.645.214	525.743.962
2020	7.820.353.196	2.549.176.962	4.123.552.146	484.763.374

(Sumber: Data diolah)

Penjualan (Rp) dan laba bersih (Rp) merupakan data selama periode 1 tahun, sedangkan modal kerja (Rp) dan total aset (Rp) adalah data per tanggal laporan posisi keuangan perusahaan pada akhir tahun buku.

Dalam pengujian ini rasio profitabilitas salah satunya yaitu *Return On Asset* (ROA). ROA adalah rasio yang menunjukkan seberapa banyak keberhasilan perusahaan untuk memperoleh laba. Menurut Cahyani (2017). Apabila suatu perusahaan memiliki ROA yang tinggi maka perusahaan tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan. Namun jika total aktiva yang digunakan perusahaan tidak memberikan laba maka perusahaan akan mengalami kerugian dan akan menghambat pertumbuhan. Berikut adalah tabel dari ROA tahun 2018 – 2020.

Tabel 1.2

Return of Asset (ROA) tahun 2018-2020

2018	2019	2020
17,04	14,16	11,76

(Sumber : Data diolah)

Dilihat dari tabel 1.2 dan 1.3, dapat diketahui bahwa penjualan Cyberplus tahun 2018 – 2020 mengalami peningkatan. Hal tersebut berarti Cyberplus pada tahun 2018 – 2020 memiliki kinerja yang sangat baik dari segi penjualan.

Namun kondisi di mana peningkatan pada penjualan dan modal kerja tidak disertai peningkatan Profitabilitas akan menimbulkan dugaan modal kerja tidak digunakan secara efektif atau oleh penyebab-penyebab lain yang tidak diteliti atau tidak menjadi topik dalam penelitian ini. Salah satu penyebab diduga lamanya perputaran persediaan perangkat serta infrastruktur pembangunan jaringan kedaerah satu dengan daerah lainnya yang menyebabkan menurunnya laba bersih yang diterima perusahaan.

Keadaan tersebut dikhawatirkan dapat memengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, adanya peningkatan penjualan yang disertai dengan efisiensi pengelolaan modal kerja dapat memicu suatu perubahan profitabilitas perusahaan yang mana perubahan tersebut akan

menentukan keberhasilan perusahaan untuk mendapatkan laba dan mempertahankan kelangsungan usaha.

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini yang diberikan judul “**Analisis Pengaruh Penjualan dan Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada PT Cyberplus Media Pratama**”.

1.2 Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi masalah-masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Banyaknya perusahaan ISP yang bermunculan menjadikan persaingan makin ketat dan berlomba-lomba untuk memperluas infrastrukturnya untuk meningkatkan penjualan namun mengakibatkan rendahnya laba yang didapatkan yang berdampak pada profitabilitas perusahaan.
2. Tingginya persaingan dapat menyebabkan peningkatan biaya pemasaran, promosi dan biaya-biaya lain yang berkaitan dengan upaya akuisisi pelanggan. Selain itu, dapat juga meningkatkan biaya distribusi layanan dalam bentuk pembangunan jaringan infrastruktur dan belanja perangkat jaringan internet.

3. Lambatnya perputaran persediaan perusahaan melakukan pengadaan perangkat dan/atau peralatan jaringan internet dahulu sehingga pengembalian modal kerja belum dapat terpenuhi sehingga berdampak pada penurunan profitabilitas dan kemampuan perusahaan tersebut dalam mendapatkan laba tidak maksimal.
4. Adanya penurunan nilai ROA sehingga dapat mengakibatkan kinerja keuangan perusahaan pun menurun yang akan membahayakan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Untuk menjaga agar tetap fokus pada permasalahan ini maka penulis melakukan pembatasan masalah terhadap ruang lingkup penelitian. Batasan masalah tersebut adalah ruang lingkup penelitian hanya pada variabel penjualan, modal kerja dan profitabilitas pada PT Cyberplus Media Pratama dengan pengukuran sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan Penjualan (%)

Rumus pengukuran ini digunakan menurut dari Home dan Wachowicz dalam Satriana (2017):

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{Penjualan tahun sebelumnya}}{\text{Penjualan tahun sebelumnya}} \times 100\%$$

b. Modal Kerja (%)

Rumus pengukuran ini digunakan menurut dari Husada (pintu.co.id, 2022):

$$\text{Modal Kerja} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

c. Rasio Profitabilitas (*Return of Asset*) (%)

Rumus pengukuran untuk Return of Asset (ROA) menurut Hery (2018):

$$\text{Return of Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

1.2.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah ini dimaksudkan agar permasalahan dapat dipecahkan melalui penelitian dengan cara mengidentifikasi secara spesifik

yang sesuai dengan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya.

Maka perumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh signifikan penjualan memengaruhi secara parsial terhadap profitabilitas PT. Cyberplus Media Pratama?
2. Seberapa besar pengaruh signifikan modal kerja memengaruhi secara parsial terhadap profitabilitas PT. Cyberplus Media Pratama secara keseluruhan?
3. Seberapa besar pengaruh signifikan penjualan dan modal kerja memengaruhi secara simultan terhadap profitabilitas PT. Cyberplus Media Pratama?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin disampaikan dari penelitian ini, berdasarkan perumusan masalah di atas adalah :

1. Untuk menganalisis apakah penjualan memengaruhi profitabilitas dari PT. Cyberplus Media Pratama secara keseluruhan.
2. Untuk menganalisis apakah modal kerja akan memengaruhi profitabilitas dari PT. Cyberplus Media Pratama secara keseluruhan.

3. Untuk menganalisis apakah penjualan dan modal kerja akan memengaruhi profitabilitas dari PT. Cyberplus Media Pratama secara keseluruhan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu perusahaan maupun akademis atau untuk penulis sendiri. Maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Bagi STIE Swadaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan yang dimana dapat digunakan sebagai acuan para mahasiswa lainnya sebagai kajian materi dan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan sebagai sumber informasi tentang manajemen keuangan mengenai penjualan, modal kerja dan profitabilitas suatu perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharap peneliti dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan, pengalaman serta memperluas wawasan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang telah dilakukan ini akan sangat berguna untuk penulis untuk menambah ilmu pengetahuan, pengalaman, serta memperluas wawasan peneliti selanjutnya. Sehingga penelitian ini dapat menjadi sarana menerapkan ilmu teori kedalam keadaan yang sesungguhnya di lapangan serta sebagai persyaratan penulis untuk menyelesaikan studi.

1.4 Hipotesis

Berikut disampaikan untuk kerangka pemikiran dan hipotesis sementara yang disampaikan pada penelitian ini yang perlu diuji kebenarannya :

1. H1: Diduga penjualan berpengaruh positif secara parsial terhadap profitabilitas yang dihasilkan dari PT Cyberplus Media Pratama.
2. H2: Diduga modal kerja berpengaruh positif secara parsial terhadap profitabilitas yang dihasilkan dari PT Cyberplus Media Pratama.
3. H3: Diduga penjualan dan modal kerja berpengaruh positif secara simultan terhadap profitabilitas dihasilkan dari PT Cyberplus Media Pratama.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut adalah uraian dari sistematika penulisan skripsi ini :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang suatu permasalahan yang diambil untuk penelitian ini, lalu berisikan rincian masalah, tujuan dan manfaat serta

hipotesisnya yang diharap menggambarkan isi dari penulisan skripsi ini. Pendefinisian variabel independen penjualan sebagai X_1 dan variabel independen modal kerja sebagai X_2 diukur dampaknya terhadap variabel dependen profitabilitas sebagai Y pada PT Cyberplus Media Pratama dan akan dijabarkan lagi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan-landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian skripsi ini yang mana mengenai pengaruh penjualan dan modal kerja terhadap profitabilitas yang didapatkan perusahaan. Lalu kemudian penelitian ini diperkuat dari peneliti-peneliti terdahulu dan diperjelas dengan kerangka berpikir yang berisi pemikiran peneliti tentang variabel atau suatu permasalahan yang akan diselesaikan serta tidak lupa menampilkan hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian metode pengumpulan dan analisa data, variabel yang digunakan serta metode-metode pengumpulan data yang akan digunakan serta gambaran alur penelitian. Untuk jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Cyberplus Media Pratama dari tahun 2018 – 2020, sumber

data dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder dan teknik pengumpulan datanya sesuai dengan data dan jenis penelitian dan analisa data dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti.

BAB IV DESKRIPSI, PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran perusahaan yang dilakukan penelitian, cara penyajian data serta upaya-upaya untuk pengolahan data yang telah didapatkan, lalu menganalisa dan menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan, pengujian hipotesis, terakhir adalah menguraikan cara penyelesaian masalah penelitian. Peneliti akan mengolah data yang menjadi pokok permasalahan PT Cyberplus Media Pratama dengan menggunakan Aplikasi SPSS Versi 24.00 untuk mengetahui hasil akhirnya penelitian meliputi Uji Normalistik, Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Auto Korelasi), Analisa Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), Uji Determinasi (R^2).

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup ini berisikan uraian tentang kesimpulan dari penelitian skripsi ini serta saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi peneliti atau bagi pihak yang membutuhkan untuk masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penjualan

2.1.1. Pengertian Penjualan

Menurut Abdullah (2017) Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi, kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak dan transaksi. Penjualan merupakan salah satu kegiatan mencari seorang pembeli agar bersedia membeli suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh pebisnis untuk menguntungkan kedua belah pihak yaitu pebisnis meraup keuntungan dari barang atau jasa yang telah ditawarkan, sedangkan untuk pembeli memiliki keuntungan untuk memenuhi kebutuhannya.

Untuk penelitian ini akan menggunakan pertumbuhan penjualan dimana menurut Kasmir, (2018) untuk menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualan dibandingkan dengan total keseluruhan penjualan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan untuk melakukan penjualan pada suatu periode dengan nilai atau jumlah volume penjualan lebih tinggi dari penjualan tahun sebelumnya. Hal ini dapat berguna sebagai acuan juga untuk meramalkan pertumbuhan penjualan di masa yang akan datang.

2.1.2. Fungsi Dan Tujuan Penjualan

Dalam penerapan penjualan tentu dapat membantu suatu bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Berikut fungsi dari penjualan adalah:

1. Target penjualan

Perusahaan menentukan target penjualan yang ingin dicapai agar mendapatkan laba yang meningkat seperti melihat target pasar yang dibutuhkan agar dapat menyesuaikan pasar tersebut. Pada target ini selain melihat pasar perlu melihat juga target penjualan yang ingin dicapai seberapa besar.

2. Melakukan perencanaan, penganggaran, dan pengorganisasian

Perusahaan perlu melakukan perencanaan, penganggaran dan pengorganisasian agar target penjualan dapat tercapai untuk mendukung tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba.

3. Melakukan implementasi

Jika sudah menentukan target penjualan lalu perencanaan, penganggaran serta pengorganisasian dengan baik dan tersusun maka ketika mengimplementasikannya lebih mudah karena sudah diatur dengan baik.

4. Kontrol dan evaluasi

Setelah melakukan implementasi tentu akan melakukan evaluasi apa yang perlu diolah kembali atau mengontrol dengan baik apa yang sudah dijualkan. Pastinya akan ada bahan pertimbangan kembali setelah melakukan implementasi tersebut yang tidak terduga seperti melihat *Weakness* dan *Threats*. Biasanya hal ini terjadi ketika adanya trend baru atau banyaknya kompetitor yang terus berinovasi maka dari situ perusahaan akan melakukan evaluasi dan memperbaiki kendala yang ada lalu melakukan implementasi kembali.

Tujuan penjualan adalah di mana pebisnis memiliki tujuan untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin dan berusaha mempertahankan bisnisnya untuk jangka waktu yang lama. Berikut adalah tujuan dari penjualan:

1. Mencapai tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba
2. Mendapatkan volume penjualan
3. Pertumbuhan bisnis

2.1.3. Tahap-tahap Penjualan

Berikut adalah tahap-tahap penjualan yang harus ditempuh oleh pebisnis menurut Basu Swastha (2017) :

1. Persiapan penjualan

Dalam kegiatan penjualan perlu adanya persiapan yang cukup, baik dari mengetahui barang atau jasa yang ditawarkan, segmentasi pasar, persaingan, teknik penjualan dan lainnya yang berkaitan dengan penjualan tersebut.

2. Penentuan lokasi potensial

Setelah melakukan persiapan yang telah disusun maka pebisnis akan siap menemukan pembeli dari berbagai macam karakteristik dari segmentasi pasar yang ada. Maka, dari situlah pebisnis akan mengetahui pembeli potensial manakah yang cocok untuk barang atau jasa yang nantinya akan ditawarkan.

3. Pendekatan pendahuluan

Setelah pebisnis menemukan pembeli potensial mereka maka pembeli akan segera memperoleh keterangan kebutuhan yang pas untuk calon pembeli agar dapat disesuaikan dengan barang atau jasa yang ditawarkan.

4. Melakukan penjualan

Penjualan mulai dilakukan dengan cara menawarkan barang atau jasa yang nantinya akan memikat perhatian calon pembeli dan dari situlah pebisnis akan mengetahui daya tarik mana yang disenangi oleh calon

pembeli. Jika calon pembeli tersebut tertarik dengan barang atau jasa yang telah ditawarkan maka disitulah penjualan dilakukan.

5. Pelayanan purnajual

Tidak sampai dengan penjualan yang telah dilakukan pebisnis dan pembeli, namun akan dilanjutkan dengan adanya melakukan perawatan yang diberikan seperti memberikan garansi, jasa reparasi, cara penggunaan, dan layanan pengantaran. Selanjutnya pebisnis pun harus siap dengan keluhan dan tanggapan kurang baik dari seorang pembeli dengan tanggapan tersebut dari situlah pebisnis akan memperbaiki barang atau layanannya untuk masa yang akan datang agar pembeli makin terus bertambah dan merasa puas dengan barang atau jasa yang telah ditawarkannya.

2.1.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan

Kegiatan penjualan yang telah dilakukan secara bertahap tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang ada. Berikut adalah faktor-faktor menurut Basu Swastha (2017) :

1. Kondisi dan kemampuan penjual

Kondisi dan kemampuan ini tentu akan dirasakan oleh pebisnis dalam kegiatan penjualan. Maka berikut di mana pebisnis harus memahami beberapa masalah penting yang akan dihadapinya kelak:

a. Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan

Menjelaskan jenis dan karakteristik barang atau jasa secara detail agar pembeli akan lebih tertarik untuk melakukan pembelian.

b. Harga

Memberikan harga yang terjangkau dengan menyesuaikan lokasi yang ada serta memberikan promo-promo menarik yang akan semakin menarik perhatian pembeli untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang ditawarkan.

c. Syarat dan ketentuan seperti pembayaran, pengantaran, garansi yang diberikan, dan sebagainya.

Sebagai pebisnis untuk melakukan menjelaskan syarat dan ketentuan seperti pembayaran, pengantaran, garansi yang diberikan itu sangat penting karena agar memudahkan pembeli untuk melakukan transaksi lebih mudah.

2. Kondisi pasar

Kondisi pasar akan memengaruhi kegiatan dalam suatu transaksi, baik kelompok pembeli maupun pebisnis.

Kondisi pasar ini sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Jenis pasar

Jenis pasar perlu diketahui untuk menyesuaikan kondisi calon *customer* atau pembeli.

b. Kelompok atau segmentasi pasar

Melihat segmentasi atau pengelompokan penjual seperti bagian untuk penjualan lauk pauk dan untuk fashion dipisahkan agar bisa dengan nyaman pembeli memilih apa yang ingin dibelinya.

c. Daya tarik belinya

Mencoba untuk melakukan promosi agar dapat perhatian dan mengakibatkan adanya daya tarik pembeli untuk membeli produk tersebut.

d. Frekuensi pembelian

Melihat kembali pembelian apa yang terbanyak dalam lokasi tersebut misal seperti pasar dekat laut maka penjualan dibesarkan untuk penjualan ikan-ikan laut atau lainnya.

e. Keinginan dan kebutuhan

Mengetahui keinginan atau kebutuhan pembeli dan menyesuaikan atau memberikan produk yang dibutuhkannya.

3. Modal

Dalam menjalankan suatu bisnis, perlu adanya dana untuk menunjang bisnis yang dijalankannya. Pebisnis perlu memperkenalkan barang atau jasa yang ditawarkan agar menarik daya beli pembeli. Untuk kegiatan tersebut maka pebisnis perlu melakukan penganggaran seperti : alat transportasi, tempat penjualan, usaha promosi dari berbagai media, dan sebagainya.

4. Kondisi organisasi Perusahaan

Pada perusahaan atau bisnis yang besar, biasanya masalah penjualan memiliki bagian tersendiri yang dijalankan oleh para ahli bidang tersebut. Lain pula dengan perusahaan atau bisnis yang kecil karena masalah penjualan dilakukan oleh orang yang memiliki fungsi bagian lain. Hal ini karena kurang sumber daya manusia, memiliki sistem organisasi yang sederhana dan masalah yang dihadapinya tidak begitu rumit seperti perusahaan atau bisnis yang besar dan dapat ditangani sendiri tanpa diberikan kepada orang lainnya.

5. Faktor lainnya

Faktor-faktor lainnya seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering memengaruhi penjualan. Namun kegiatan tersebut membutuhkan dana yang cukup besar. Untuk perusahaan atau bisnis yang besar ini sering melakukannya sehingga menarik banyak daya beli pembeli dari berbagai segmen pasar sedangkan untuk perusahaan atau bisnis kecil itu tentu jarang sekali melakukannya karena jika memang barang yang ditawarkan sangat menarik maka pebisnis tidak perlu mengeluarkan dana besar karena pembeli akan melakukan promosi ke calon pembeli lainnya tanpa disadari.

2.2 Modal Kerja

2.2.1. Pengertian Modal Kerja

Menurut Kasmir (2018) modal kerja bersih atau biasa disebut *net working capital* merupakan seluruh komponen aktiva lancar dikurangi dengan seluruh total kewajiban lancar (utang jangka pendek). Setiap perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan modal kerjanya, agar dapat meningkatkan likuiditas. Menurut Jumingan (2017) Modal kerja adalah kelebihan aktiva lancar terhadap utang jangka pendek. Sedangkan menurut Muktiadji dan Sastra (2013) mengartikan modal kerja sebagai keseluruhan jumlah aset lancar yang dimiliki

oleh sebuah perusahaan dan dapat pula diartikan sebagai sumber pembiayaan dalam menjalankan kegiatan operasional bisnis.

Kelebihan ini disebut modal kerja bersih (*net working capital*). Kelebihan ini merupakan jumlah aktiva lancar yang berasal dari utang jangka pendek dan modal sendiri. Definisi ini bersifat kualitatif karena menunjukkan kemungkinan tersedianya aktiva lancar yang lebih besar dari pada utang jangka pendek dan menunjukkan tingkat keamanan bagi kreditur jangka pendek serta menjamin kelangsungan usaha di masa mendatang.

Berdasarkan dari dua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa modal kerja adalah dana yang merupakan kelebihan aktiva lancar terhadap utang jangka pendeknya untuk melihat keberhasilan perusahaan untuk membayarkan utang atau kewajiban yang dapat menunjukkan keamanan bagi para kreditur atau investor dan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

Sisipkan rumus perhitungan modal kerja bersih, sertakan komponen di sisi aktiva dan pasiva yang dipergunakan untuk menghitung aktiva lancar dan pasiva lancar.

2.2.2. Jenis-jenis Modal Kerja

Menurut Arifin (2018) jenis-jenis modal kerja terbagi menjadi:

1. Modal kerja permanen (*permanent working capital*) adalah modal kerja yang harus terus ada pada perusahaan untuk dapat terus menjalankan fungsinya. Modal kerja permanen dibedakan menjadi :

- a. Modal kerja primer yaitu modal kerja minimum yang harus ada pada perusahaan untuk menjamin keberlangsungan atau kontinuitas perusahaan.
 - b. Modal kerja normal yaitu modal kerja yang diperlukan untuk menyelenggarakan luas produksi.
2. Modal kerja variabel adalah modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan keadaan. Modal kerja variabel dibedakan menjadi :
- a. Modal kerja musiman adalah modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah yang disebabkan fluktuasi musim.
 - b. Modal kerja siklis yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah karena fluktuasi konjungtur.
 - c. Modal kerja darurat yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah karena keadaan darurat yang tidak diketahui sebelumnya.

2.2.3. Sumber-sumber Modal Kerja

Menurut Wiratna Sujarweni (2017) sumber-sumber modal kerja terdiri dari:

1. Hasil operasi perusahaan
2. Keuntungan penjualan surat-surat berharga
3. Penjualan aktiva tidak lancar

4. Penjualan saham atau obligasi

5. Penerimaan pinjaman jangka panjang

Berdasarkan uraian di atas, dapat dijelaskan bahwa sumber modal kerja adalah sebagai berikut :

1. Hasil operasi perusahaan: Yaitu jumlah pendapatan yang ada pada laporan perhitungan laba rugi ditambah dengan penyusutan (depresiasi dan/atau amortisasi).
2. Keuntungan penjualan surat-surat berharga (investasi jangka pendek): Keuntungan penjualan surat-surat berharga harus dipisahkan dengan modal kerja yang berasal dari hasil usaha pokok perusahaan. Dari hasil penjualan surat berharga tersebut menyebabkan terjadinya perubahan dalam unsur modal kerja yaitu dari bentuk surat berharga berubah menjadi kas.
3. Penjualan aktiva tidak lancar: Perubahan aktiva tidak lancar menjadi kas atau piutang akan menyebabkan bertambahnya modal kerja.
4. Penjualan saham atau obligasi: Perusahaan dapat mengeluarkan obligasi atau bentuk utang jangka panjang guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau penggunaan sumber dana utang jangka panjang untuk membiayai modal kerja. Arus kas masuk dari hasil penjualan saham atau obligasi dapat menjadi sumber dana untuk pembiayaan modal

kerja. Pada umumnya perusahaan menginformasikan hal ini dalam prospektus penjualan saham atau obligasi.

5. Penerimaan pinjaman jangka panjang. Arus kas masuk yang diterima dari kreditur yang disepakati atau diperjanjikan dalam perjanjian utang-piutang antara perusahaan dengan kreditur (bank atau lembaga pembiayaan) untuk pembiayaan modal kerja perusahaan.

2.2.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Modal Kerja

Menurut Mulyawan (2015) dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan sehari-hari, pihak manajemen akan membutuhkan dana yang cukup untuk menjamin kontinuitas operasinya tersebut. Kebutuhan modal kerja dalam perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Sifat umum atau tipe perusahaan mempunyai perbedaan kebutuhan modal kerja.

Misalnya, perbedaan antara perusahaan jasa dan perusahaan industri ataupun perusahaan perdagangan. Perusahaan dalam bidang industri membutuhkan modal kerja yang relatif besar dibandingkan dengan perusahaan bidang jasa ataupun perdagangan. Hal ini karena dalam produksi barang perusahaan industri membutuhkan investasi bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi untuk menjamin semua kelancaran perusahaan.

2. Perusahaan perdagangan.

Perusahaan dalam bidang industri membutuhkan modal kerja yang relatif besar dibandingkan dengan perusahaan bidang jasa ataupun perdagangan. Hal ini karena dalam produksi barang, perusahaan industri membutuhkan investasi bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi untuk menjamin semua kelancaran perusahaan.

3. Tingkat perputaran persediaan (*inventory turn-over*).

Tingkat ini menunjukkan berapa kali persediaan tersebut diganti dalam arti dibeli dan dijual kembali selama suatu periode tertentu. Semakin tinggi tingkat perputaran suatu persediaan maka semakin rendah jumlah modal kerja yang diinvestasikan dalam persediaan.

4. Tingkat perputaran piutang

Besarnya suatu modal yang dibutuhkan bergantung pada lamanya waktu yang diperlukan untuk menjadikan piutang menjadi uang kas yang waktu penarikannya lebih singkat akan memperkecil modal kerja yang ditanamkan pada piutang tersebut.

5. Pengaruh konjungtur.

Pada periode makmur, aktivitas perusahaan meningkat dan persediaan juga meningkat. Perusahaan cenderung membeli barang-barang yang lebih banyak karena harga yang masih rendah. Dengan meningkatnya

persediaan, jumlah modal kerja yang dibutuhkan akan semakin banyak. Sebaliknya, pada periode depresi perusahaan berusaha secepatnya menjual barang-barangnya dan menagih pembayaran atas piutang-piutangnya, kemudian memanfaatkan uang yang diperoleh untuk membeli surat-surat berharga, melunasi utang atau menutup kerugian.

6. Derajat risiko.

Kemungkinan menurunnya harga jual aktivitas aktiva jangka pendek risiko kerugian yang semakin besar sebagai akibat menurunnya nilai dibandingkan dengan harga buku dari surat-surat berharga persediaan barang dan piutang akan menyebabkan semakin besar sebagai akibat menurunnya nilai dibandingkan dengan harga buku dari surat-surat berharga persediaan barang dan piutang. Akan menyebabkan semakin besar pula jumlah modal kerja yang dibutuhkan untuk membayar harga dan melunasi utang jangka panjang atau hutang jangka pendek yang sudah jatuh tempo.

7. Pengaruh musim.

Perusahaan yang penjualannya dipengaruhi oleh musim membutuhkan jumlah modal kerja yang maksimum untuk waktu relatif pendek. Modal kerja dalam bentuk persediaan barang berangsur-angsur meningkat dalam bulan-bulan menjelang puncak penjualannya.

8. Kredit rating dari perusahaan adalah jumlah modal kerja baik kas maupun surat-surat berharga yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan bergantung pada kebijaksanaan penyediaan uang kas yang diberikan.

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Harmono (2015) Analisis Profitabilitas menggambarkan kinerja fundamental perusahaan ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba.

Menurut Kasmir (2018), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.

Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi dan menurut Sumarsan (2021) di mana komprehensif perusahaan dinyatakan persentase dari penjualan bersih sehingga memudahkan para pemakai untuk mengevaluasi hubungan antara penjualan dan beban serta laba atau rugi.

Berdasarkan dari tiga pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah merupakan rasio yang digunakan untuk melihat dan menilai kinerja perusahaan dari tingkat efisiensi dan efektivitasnya dalam

memperoleh suatu laba atau keuntungan dari penjualan lalu mengurangi beban yang ada sehingga bisa memproses laporan laba rugi lalu dengan adanya laporan ini akan membantu untuk mengevaluasi hubungan antara pebisnis dan investor.

2.3.2 Faktor-faktor Profitabilitas

Menurut Jumingan (2014), naik turunnya jumlah unit yang dijual dan harga jual per unit:

1. Naik turunnya harga pokok penjualan, perubahan harga pokok penjualan dipengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dan harga pembelian per unit atau harga pokok per unit.
2. Naik turunnya biaya usaha yang dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan efisiensi operasi perusahaan.
3. Naik turunnya pos penghasilan atau biaya non-operasional yang dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan perubahan kebijakan dalam pemberian atau penerimaan *discount*.
4. Naik turunnya pajak perseroan yang dipengaruhi oleh besar kecilnya laba bersih yang diperoleh atau tinggi rendahnya tarif pajak.
5. Adanya perubahan dalam metode akuntansi.

2.3.3 Jenis-jenis Profitabilitas

Menurut Hery (2018) jenis-jenis rasio profitabilitas terdiri sebagai berikut:

1. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

Return On Assets merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Return on equity merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap dana rupiah yang tertanam dalam total ekuitas.

3. Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Rasio ini mengukur besar persentase laba kotor atas penjualan bersih.

4. Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

Rasio ini mengukur besar persentase laba operasional atas penjualan bersih.

5. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Mengukur besaran persentase laba bersih atas penjualan bersih.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Shilka Fitriyana (2021), Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Plastik dan Kemasan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020	X1 Perputaran Modal Kerja X2 Pertumbuhan Penjualan X3 Kurs X4 Harga Minyak Y Profitabilitas	1. Perputaran Modal Kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas 2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas 3. Kurs berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas 4. Harga Minyak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas 5. Perputaran Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan,

			Kurs dan Harga Minyak berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas
2	Irna Shintia (2021), Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	X Modal Kerja Y Profitabilitas	Modal Kerja berpengaruh signifikan Profitabilitas

2.5 Kerangka Pemikiran

2.5.1 Pengaruh Penjualan terhadap Profitabilitas

Penjualan memiliki hubungan dengan profitabilitas. Hubungan yang dimaksud dapat dilihat dari peranan penjualan atas profitabilitas, penjualan akan berdampak terhadap laba yang akan didapatkan untuk menentukan keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan laba. Maka dari itu semakin banyak penjualan yang dilakukan maka akan semakin meningkat juga laba yang

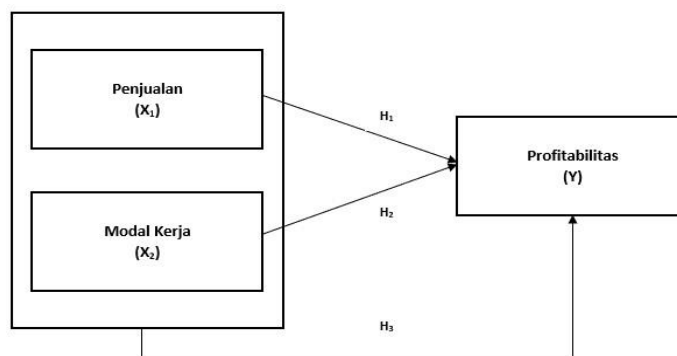
didapatkan perusahaan. Volume penjualan bukanlah satu-satunya penentu bagi besarnya nilai profitabilitas karena ada faktor harga pokok penjualan dan biaya pemasaran, promosi dan lain-lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas. Namun, dalam penelitian untuk penyusunan skripsi ini, peneliti lebih fokus kepada variabel penjualan dan modal kerja.

2.5.2 Pengaruh Modal Kerja terhadap Profitabilitas

Modal kerja memiliki hubungan dengan profitabilitas. Hubungan yang dimaksud dapat dilihat dari peranan modal kerja atas profitabilitas. Hal ini karena ketika modal kerja diperlukan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan setiap harinya, dimana dana yang dikeluarkan itu dapat kembali masuk ke dalam perusahaan. Dengan penggunaan modal kerja yang cukup akan memungkinkan perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya secara optimal. Maka dari itu modal kerja berpengaruh juga terhadap profitabilitas perusahaan.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2018) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data. Variabel penelitian menurut Silaen (2018) adalah konsep yang memiliki bermacam-macam nilai yang bervariasi, yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat merujuk kepada sesuatu untuk dapat diukur yang nilainya bervariasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi timbulnya variabel terikat (*dependent variable*). Dalam variabel ini terdapat variabel Penjualan yang di dalam penelitian ini disebut sebagai (X_1), dan variabel Modal Kerja yang di dalam penelitian ini disebut sebagai (X_2) yang berperan sebagai variabel bebas (*independent variable*).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini Profitabilitas yang di dalam penelitian ini disebut sebagai (Y) yang berperan sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Penjualan (X1)	Penjualan = Total Penjualan Bersih	Nominal
Modal Kerja (X2)	Modal Kerja = Asset Lancar / Hutang Lancar	Nominal
Profitabilitas (Y)	Profitabilitas = Laba Bersih / Asset Total	Nominal

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah laporan keuangan PT Cyberplus Media Pratama dan sampel yang akan digunakan adalah laporan keuangan dari tahun 2018 sampai 2020. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah *Porpositive Sampling*.

Porposive Sampling menurut Sugiyono (2018) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Pusat PT Cyberplus Media Pratama yang berlokasi pada Rukan Griya Alifa Blok B No. 3 Jl. Puloribung Raya – Galaxy, Bekasi Selatan. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2022

3.4 Metode Penelitian

Berdasarkan data yang akan diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif menurut Arikunto (2019) adalah suatu metode dengan pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut hingga menampilkan hasil dari analisis datanya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Teknik Dokumentasi menurut Sudaryono (2017) merupakan suatu teknik pengumpulan data secara langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan, kegiatan, foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Adapun dokumen yang akan dikumpulkan adalah laporan keuangan PT Cyberplus

Media Pratama periode 2018-2020 serta dokumen pendukung lainnya seperti media yang digunakan untuk melakukan promosi yaitu brosur, legalitas, visi-misi, struktur organisasi hingga *company profile*. Data tersebut nantinya akan diolah melalui Aplikasi *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.00.

3. 6 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data menurut Sugiyono (2018) adalah suatu teknik analisis dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan. Setelah data yang diperlukan sudah terkumpul maka data tersebut akan dilakukan analisis data. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.00 Berikut adalah tahapan untuk pengolahan datanya:

3.6.1 Uji Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018), mengatakan bahwa uji analisis deskriptif memberikan suatu gambaran untuk melihat nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range dan lainnya pengujian ini untuk melihat profil dan sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis untuk uji hipotesis selanjutnya. Namun ada juga menurut Sugiyono (2017), memaparkan bahwa analisis ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya untuk membuat kesimpulan secara umum. Seperti yang

dijabarkan diatas bahwa analisis deksriptif bukan hanya disediakan dalam bentuk mean, median atau standar deviasi namun bisa juga menggunakan tabel data yang telah dijabarkan secara jelas dan umum agar dapat mudah dipahami secara umum data yang akan digunakan untuk penelitian ini.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Duli (2019), uji asumsi klasik adalah suatu persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik terbagi menjadi empat yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk melihat nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Cara untuk melihat normalitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Duli (2019), apabila nilai *alpha* lebih besar dari 0.05, maka data tersebut terdistribusi normal apabila kurang dari 0.05 maka data tersebut dikatakan tidak terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Mutikolinearitas menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji ini bertujuan untuk menguji model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi tersebut seharusnya lebih baik tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.

Berikut adalah kriteria pengambil keputusan terkait uji multikolinearitas :

- 1) Jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* $< 0,01$, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.
- 3) Jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas $> 0,8$ maka terjadi multikolinearitas. Tetapi jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas $< 0,8$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2018) bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu analisa ke analisa lainnya. Jika varian dari residual satu analisa ke lain tetap maka disebut homoskedastisitas jika tidak tetap maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas.

Berikut adalah kriteria pengambil keputusan terkait uji heteroskedastisitas:

- 1) Jika nilai signifikasi atau Sig. (*2-tailed*) lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

- 2) Jika nilai signifikansi atau Sig. (*2-tailed*) lebih kecil dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi menurut Ghozali (2018) yaitu bertujuan untuk melakukan pengujian dalam satu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji *durbin-watson* dan dalam pengujian ini mencari nilai dL dan dU dari t -tabel berdasarkan jumlah sampel penelitian. Dalam pengambilan keputusan uji ini ada lima yang dipilih salah satu sesuai kebutuhan.

- 1) Tidak ada autokorelasi positif = Tolak, Jika $0 < DW < dL$
- 2) Tidak ada autokorelasi positif = *No Decision*, Jika $dL \leq DW \leq dU$
- 3) Tidak ada korelasi negatif = Tolak, Jika $4 - dL < DW < 4$
- 4) Tidak ada korelasi negatif = *No Decision*, Jika $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$
- 5) Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif = Tidak ditolak, $dU < DW < 4 - dU$.

3.6.3 Analisa Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2018), analisis ini digunakan oleh peneliti bermaksud untuk memperkirakan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Jadi regresi linear dapat dilakukan pengujian apabila jumlah variabel independennya minimal dua. Lalu menurut Sunyoto (2016) menyatakan bahwa tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel pengikat.

Analisis tersebut dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut :

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan :

y = Profitabilitas

x_1 = Penjualan

x_2 = Modal Kerja

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Pertama

b_2 = Koefisien Regresi Kedua

3.6.4 Uji Hipotesis

Pada pengujian hipotesis ada tiga, yang pertama pengujian secara parsial yaitu uji t , lalu pengujian secara simultan yaitu uji f dan terakhir adalah pengujian koefisien determinasi.

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji ini bisa disebut uji signifikan parameter individual. Untuk mengetahui variabel-variabel independen berpengaruh atau tidaknya pada variabel dependen. Hasil perhitungan dari t hitung akan dibandingkan dengan t tabel. apabila t hitung lebih kecil dari t tabel maka hipotesis yang diajukan diterima yang berarti antar variabel dependen dan independen tidak berpengaruh begitu pula sebaliknya dan melihat nilai signifikansi t lebih besar daripada 0,05 maka dapat dikatakan hipotesis diterima begitupun sebaliknya.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Uji ini bertujuan untuk menunjukkan semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Hasil dari f hitung dalam penelitian nantinya akan dibandingkan dengan tabel f . Maka dari itu sebelum melakukan pengujian lebih lanjut maka harus mencari nilai f tabel dahulu setelah itu untuk pengambilan keputusan pertama bisa dilihat dari nilai signifikansi, jika nilai signifikansi f lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima begitupun sebaliknya lalu kedua untuk pengambilan keputusan dilihat dari f hitung dan f tabel yaitu jika nilai f hitung lebih besar daripada f tabel maka hipotesis diterima begitupun sebaliknya.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang jelas. Uji ini akan menentukan dan menjelaskan seberapa besar variasi suatu variabel dijelaskan oleh variasi variabel yang lainnya secara aktual. Nilai determinasi mempunyai nilai interval antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar R^2 mendekati nilai 1 maka semakin baik hasilnya.