

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel yang telah ditentukan, dengan melakukan pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, kemudian melakukan analisis data statistik yang tujuannya untuk menguji hipotesis yang diajukan. Penelitian kuantitatif menggunakan data berupa angka-angka untuk dianalisis. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen yaitu: biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan sebagai variabel bebas (independen), serta laba bersih sebagai variabel terikat (dependen).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu masalah-masalah yang dicari bagaimana cara pemecahan masalahnya oleh peneliti (Fathony & Wulandari, 2020). Objek penelitian adalah hal yang penting dalam suatu penelitian, karena penelitian ditentukan dari objeknya terlebih dahulu. Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti yaitu Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dan Volume Penjualan (X3) terhadap Laba Bersih (Y) yang dilakukan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data sekunder yang berupa data biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan dan laba bersih perusahaan. Menurut Sugiyono (2015) data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung dari responden penelitian, namun bisa didapatkan dari orang lain, literatur, majalah, skripsi, tesis dan lain sebagainya. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan laporan keuangan tahunan pada masing-masing perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Sumber data yang diolah peneliti berasal dari situs resmi yaitu www.idx.co.id.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data internal perusahaan yang berupa data-data perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 yang dapat diakses melalui www.idx.co.id dengan mengambil data biaya produksi, biaya promosi volume penjualan dan laba bersih.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015) mendefinisikan populasi bukan hanya orang, dan jumlah yang terdapat pada objek/subjek penelitian, namun meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek/subjek tersebut. Jadi populasi adalah

wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman periode 2017-2021 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 72 perusahaan.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang telah ditentukan. Pengambilan sampel harus dengan menggunakan teknik sampling yang tepat agar sampel yang diperoleh dapat mewakili seluruh populasi yang ada. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 26 perusahaan dengan jumlah laporan keuangan sebanyak 130 laporan keuangan.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam menentukan sampel pada penelitian (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability* sampling yaitu dengan menggunakan *sampling purposive*.

Menurut Sugiyono (2015) *sampling purposive* adalah suatu teknik yang digunakan dalam menentukan sampel dengan kriteria atau pertimbangan tertentu. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini terdapat kriteria-kriteria yang harus digunakan agar sampel yang diperoleh tepat dan sesuai. Adapun kriteria-kriteria sampel adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang secara berturut-turut terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021
- b. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan selama periode 2017-2021
- c. Perusahaan yang mendapatkan laba atau tidak mengalami kerugian selama periode 2017-2021
- d. Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah selama periode 2017-2021

Tabel 3.1 Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI	72
Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak berturut-turut terdaftar di BEI selama periode 2017-2021	(25)
Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan selama periode 2017-2021	(3)
Perusahaan yang mengalami rugi selama periode 2017-2021	(16)
Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah selama periode 2017-2021	(2)
Sampel Penelitian	26
Jumlah Sampel (n x periode penelitian) = (26 x 5 tahun)	130

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Di dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yang digunakan yaitu :

a. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut sugiyono (2015) variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau yang menjadi sebab perubahan/timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan.

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut Sugiyono (2015) variabel dependen adalah variabel terikat, yang artinya variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat juga menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam suatu penelitian. Laba bersih menjadi variabel dependen dalam penelitian ini.

3.5.2 Definisi Konseptual

a Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk digunakan dalam proses produksi agar produk siap untuk digunakan bagi konsumen. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Mulyadi, 2018).

b Biaya Promosi

Biaya promosi adalah biaya yang digunakan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan kepada para konsumen agar konsumen tertarik dan membeli produk yang ditawarkan, pada era saat ini promosi banyak dilakukan dengan memanfaatkan media sosial (Kotler dan Keller, 2015).

c Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah seluruh penjualan barang atau jasa yang dihitung selama satu periode tertentu (Kotler dan Keller, 2015).

d Laba bersih

Laba bersih adalah laba yang sudah dikurangi dengan biaya-biaya yang merupakan beban pada suatu perusahaan dalam periode tertentu termasuk pajak (Kasmir, 2016).

3.5.3 Definisi Operasional

a Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi. Dalam penelitian ini perhitungan biaya produksi menggunakan Logaritma Natural (Ln) karena skala penelitian yang digunakan adalah skala rasio. Skala rasio adalah skala yang memiliki nilai dengan kualitas data yang paling tinggi. Hal itu dikarenakan skalar rasio memiliki sifat nol mutlak yang berarti bahwa nilai dasar yang tidak bisa diubah meskipun menggunakan skala yang lain. Dalam penelitian ini biaya produksi dihitung menggunakan rumus yaitu (Mulyadi, 2018):

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} +$$

$$\text{Biaya Overhead Pabrik}$$

$$\underline{\text{Ln Biaya Produksi}}$$

b Biaya Promosi

Biaya promosi adalah jumlah dari semua biaya yang dikeluarkan perusahaan saat perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan berbagai macam alat

promosi yang digunakan (Kotler dan Keller, 2015). Dalam penelitian ini perhitungan biaya promosi menggunakan Logaritma Natural (Ln) karena skala penelitian yang digunakan adalah skala rasio. Rumus untuk menghitung biaya promosi yaitu:

$$\text{Biaya Promosi} = \text{Biaya Periklanan} + \text{Biaya Promosi Penjualan}$$

Ln Biaya Promosi

c Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah seluruh barang yang laku terjual dalam periode tertentu (Kotler dan Keller, 2015). Dalam penelitian ini perhitungan volume penjualan menggunakan Logaritma Natural (Ln) karena skala penelitian yang digunakan adalah skala rasio. Rumus volume penjualan yaitu:

$$\text{Volume Penjualan} = \text{Total penjualan dalam periode tertentu}$$

Ln Volume Penjualan

d Laba Bersih

Laba dihasilkan dari selisih perhitungan antara sumber daya masuk (penghasilan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (biaya-biaya dan kerugian) selama periode waktu tertentu (Kasmir, 2016). Dalam penelitian ini perhitungan laba bersih menggunakan Logaritma Natural (Ln) karena skala penelitian yang digunakan adalah skala rasio. Dalam penelitian ini rumus dari laba bersih yaitu:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Operasi} - \text{Pajak Penghasilan}$$

Ln Laba Bersih

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) instrumen penelitian adalah alat ukur dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian. Variabel dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan dan laba bersih. Berikut ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu:

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Independen: Biaya Produksi (X1) adalah biaya yang digunakan untuk mengolah bahan mentah sampai produk tersebut siap dijual (Mulyadi, 2018)	1. Biaya Bahan Baku	Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya	Rasio
	2. Biaya Tenaga Kerja Langsung	Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik	
	3. Biaya Overhead Pabrik	Ln Biaya Produksi	
Independen: Biaya Promosi (X2) adalah jumlah dari semua biaya yang dikeluarkan saat melakukan kegiatan promosi dengan berbagai macam alat promosi yang digunakan (Kotler dan Keller, 2015).	1. Biaya Periklanan	Biaya Promosi = Biaya periklanan + Biaya Promosi Penjualan	Rasio
	2. Biaya Promosi Penjualan	Ln Biaya Promosi	
Independen: Volume penjualan (X3) adalah jumlah seluruh penjualan barang atau jasa yang dihitung selama satu periode tertentu Kotler dan Keller, 2015)	1. Produk	Volume Penjualan =	Rasio
	2. Harga	Total Penjualan	
	3. Distribusi	Total Penjualan =	
	4. Promosi	Harga Jual Per Unit x Total Unit Yang Terjual	
		Ln Volume Penjualan	
Dependen: Laba bersih (Y) adalah laba yang sudah dikurangi dengan biaya-biaya dalam periode tertentu termasuk pajak (Kasmir, 2016).	1. Pendapatan	Laba Bersih = Laba	Rasio
	2. Beban	Sebelum Pajak – Pajak	
	3. Pajak Penghasilan	Penghasilan	
		Ln Laba Bersih	

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

3.7 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015) metode pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data. Sehingga menentukan metode pengumpulan data harus dilakukan dengan tepat. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan ada 2 macam yaitu:

1. Studi Kepustakaan, adalah metode yang dilakukan dengan membaca, memahami, mengolah dari referensi yang berkaitan dengan topik penelitian dengan mempelajari buku, jurnal, artikel, situs web dan penelitian-penelitian terdahulu. Tujuan utama studi kepustakaan adalah untuk memperoleh sebanyak mungkin teori-teori yang berhubungan dengan penelitian.
2. Studi Dokumentasi, adalah dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji suatu data seperti catatan-catatan dan dokumen-dokumen perusahaan terutama laporan keuangan. Tujuan dari studi dokumentasi adalah untuk mencari data yang diperlukan dalam penelitian dengan melihat di laporan keuangan perusahaan.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015) analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengumpulkan data tersebut ke dalam kategori, menjelaskan ke dalam unit-unit, melakukan pengamatan, menyusun ke dalam pola dan memilih yang akan dipelajari sehingga akan didapatkan suatu kesimpulan. Analisis data dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif dengan

menggunakan metode regresi linear berganda. Regresi linear berganda adalah pengaruh dua atau lebih variabel independen (variabel bebas) terhadap satu variabel dependen (variabel terikat). Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan alat berupa program komputer *Statistical Package For Social Sciences* (SPSS). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau memberi gambaran pada objek yang diteliti melalui data sampel berdasarkan nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum. Statistik deskriptif digunakan untuk menarik kesimpulan berdasarkan bukti-bukti yang sudah didapatkan (Sugiyono, 2015). Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai variabel yang diteliti yaitu biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan dan laba bersih pada suatu perusahaan.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan yang harus dilakukan pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linear berganda. Berikut uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal

atau tidak. Seharusnya model regresi yang baik adalah yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak normal dapat dilihat dari hasil *Kolmogorov-Smirnov*. Dikatakan memenuhi normalitas apabila nilai residual yang dihasilkan $\geq 0,05$ (Ghozali, 2018). Berikut ketentuan pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yaitu sebagai berikut :

- Jika signifikansi $> 0,05$ = data berdistribusi normal
- Jika signifikansi $< 0,05$ = data berdistribusi tidak normal

b Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antar variabel bebas (independen). Seharusnya model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali (2018) untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dan juga dengan melihat nilai tolerance dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.
- Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

c Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian variabel. Jika varian variabel tetap atau konstan, maka disebut Homoskedastisitas namun apabila berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dari tingkat signifikansi dapat digunakan Uji Glejser. Dengan ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2018) :

- Jika tingkat signifikansi berada di atas 5% berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tingkat signifikansi berada di bawah 5% berarti terjadi heteroskedastisitas.

d Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan kriteria sebagai berikut:

- Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$)
- Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < Dw < +2$
- Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW diatas +2 atau $DW > +2$

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1BP + b_2BP + b_3VP + e$$

Keterangan :

Y = Laba Bersih

BP = Biaya Produksi

BP = Biaya Promosi

VP = Volume Penjualan

b₁ = Koefisien regresi pada Biaya Produksi

b₂ = Koefisien regresi pada Biaya Promosi

b₃ = Koefisien regresi pada Volume Penjualan

a = Konstanta

e = Error, yaitu variabel pengganggu/tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

3.8.4 Uji Hipotesis

a Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah untuk mengetahui secara parsial seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018) kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$) < 0,05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

- Jika tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$) $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria uji F yaitu sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $P\ value < \alpha (0,05)$ maka H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen dalam penelitian ini mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $P\ value > \alpha (0,05)$ maka H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (Adjusted R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi dari variabel bebas (dependen) dan atau digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai Adjusted R^2 yang kecil berarti bahwa kemampuan variabel-variabel bebas (independen) dalam mempengaruhi variabel terikat (dependen) sangat minim. Dan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas (independen) memberikan pengaruh yang besar terhadap variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018).