

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian membahas tentang Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio Aktivitas terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2022 dengan jumlah sampel 6 jenis perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **3.2. Jenis Dan Sumber Data**

##### **3.2.1. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif selama tahun 2018-2022. Menurut Sugiyono (2014:8) Metode penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang berlandaskan filosofi *positivisme*, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan alat penelitian, analisis data kuantitatif/statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Data kuantitatif ini berupa *Time series* yaitu data yang disusun menurut waktu pada suatu variabel tertentu.

- a. Data Rasio Likuiditas dalam penelitian ini menggunakan rasio *Current Ratio* (CR) yang telah ada dan berdasarkan laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.
- b. Data Rasio Aktivitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Total Asset Turnover* (TAT) dengan menggunakan excel, dan melakukan perhitungan

menurut data penjualan dan data total asset yang ada di laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

- c. Data Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan data *Return On Asset* (ROA) pada laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

### **3.2.2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data ini umumnya berupa bukti, catatan, laporan historis yang telah tersusun. Data dalam penelitian ini diperoleh dari Bursa Efek Indonesia yaitu berupa laporan tahunan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI yang telah dipublikasikan dari situs resmi yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **3.3. Populasi Dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2014:80) memberikan pengertian populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini adalah data laporan keuangan dari seluruh perusahaan industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI dalam rentang periode tahun 2018 hingga tahun 2022. Dengan jumlah perusahaan sebanyak 7 perusahaan. Berikut 7 perusahaan yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini :

Tabel 3.1  
Daftar Perusahaan

No	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tahun IPO
1	ADES	PT Akasha Wira Internasional Tbk	13 Juni 1994
2	KPAS	PT Cottonindo Ariesta Tbk	05 Oktober 2018
3	KINO	PT Kino Indonesia Tbk	11 Desember 2015
4	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk	23 September 1993
5	MBTO	PT Martina Berto Tbk	13 Januari 2011
6	MRAT	PT Mustika Ratu Tbk	27 Juli 1995
7	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	11 Januari 1982

Sumber : [www.idx.com](http://www.idx.com) tahun 2023

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Terdapat 6 perusahaan yang memenuhi *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 30 data dari laporan keuangan dengan 5 tahun periode tahun 2018-2022. Sampel penelitian yang dipilih berdasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- 1) Sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sudah Tbk.
- 2) Perusahaan yang memiliki data yang dibutuhkan untuk variabel penelitian ini.
- 3) Menampilkan laporan keuangan 5 tahun berturut-turut yaitu 2018-2022.

- 4) Satuan laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah Rupiah (IDR).

Berdasarkan kriteria di atas, maka sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang masuk dalam kriteria tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2  
Daftar Perusahaan

No	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tahun IPO
1	ADES	PT Akasha Wira Internasional Tbk	13 Juni 1994
2	KINO	PT Kino Indonesia Tbk	11 Desember 2015
3	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk	23 September 1993
4	MBTO	PT Martina Berto Tbk	13 Januari 2011
5	MRAT	PT Mustika Ratu Tbk	27 Juli 1995
6	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	11 Januari 1982

Sumber : [www.idx.com](http://www.idx.com) tahun 2023

### 3.4. Metode Analisis

#### 3.4.1. Analisis Regresi Data Panel

Dalam penelitian ini teknis analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi data panel. Menurut Riswan & Dunan (2019) Data panel adalah gabungan antara data runtun waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Penelitian ini menggunakan program Eviews 9 sebagai alat dalam menganalisis data.

Persamaan dasar regresi data panel secara umum adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = a + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + e_{it}$$

Keterangan :

$Y_{it}$  = Profitabilitas (ROA)

$a$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien Variabel Independen

- X1 = Likuiditas (CR)
- X2 = Aktivitas (TAT)
- $i$  = jumlah perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga  
yaitu sebanyak 6 perusahaan
- $t$  = periode waktu penelitian yaitu dari tahun 2018-2022
- $e$  = *Error Term*

### 3.4.2. Estimasi Model Regresi

#### 3.4.2.1. *Common Effect Model*

Menurut Riswan (2019:150) Model seperti ini dikatakan sebagai model paling sederhana dimana pendekatannya mengabaikan dimensi waktu dan ruang yang dimiliki oleh data panel yang hanya mengkombinasikan data *times series* dan data *cross sections*. Akan tetapi dengan menggabungkan data tersebut, maka tidak dapat dilihat perbedaannya baik antar individu maupun antar waktu. Kemudian data gabungan ini diperlakukan sebagai satu kesatuan pengamatan dengan pendekatan OLS (*Ordinary Least Square*). *Ordinary Least Square* merupakan metode estimasi yang sering digunakan untuk mengestimasi fungsi regresi populasi dari fungsi regresi sampel. Metode inilah yang kemudian dikenal dengan metode *Common Effect*.

#### 3.4.2.2. *Fixed Effect Model*

Menurut Riswan & Dunan (2019:150) Pendekatan metode kuadrat terkecil biasa adalah pendekatan dengan mengasumsikan bahwa *intersep* dan koefisien regressor dianggap konstan untuk seluruh unit wilayah/daerah maupun unit waktu. Salah satu cara untuk memperhatikan unit *cross section*

atau unit *times series* adalah dengan memasukkan variabel *dummy* untuk memberikan perbedaan nilai parameter yang berbeda-beda, baik lintas unit *cross section* maupun unit *times series*. Oleh karena itu pendekatan dengan memasukkan variabel *dummy* ini dikenal juga dengan *Least Square Dummy Variable* (LSDV) atau juga disebut *covariance* model.

#### **3.4.2.3. Random Effect Model**

Menurut Riswan & Dunan (2019:150) Dalam mengestimasi data panel dengan model *fixed effect* melalui teknik variabel *dummy* menunjukkan ketidakpastian model yang digunakan. Untuk mengestimasi masalah ini dapat digunakan variabel residual yang dikenal dengan model *random effect*. Pendekatan *random effect* memperbaiki efisiensi proses *least square* dengan memperhitungkan *error* dari *cross-section* dan *time series*

#### **3.4.3. Pemilihan Model Estimasi Regresi Data Panel**

Ketiga model estimasi regresi data panel akan dipilih model mana yang paling tepat/sesuai dengan tujuan penelitian. Ada tiga uji (*test*) yang dapat dijadikan alat dalam memilih model regresi data panel yaitu *Common Effect*, *Fixed Effect*, dan *Random Effect* dengan melakukan pengujian yaitu uji *chow*, uji *hausman* dan Uji *Lagrange Multiplier* (LM).

##### **3.4.3.1. Uji Chow**

Uji Chow dilakukan untuk mengetahui model mana yang lebih baik antara *common effect* dan *fixed effect*. (Riswan Dunan 2019:150)

Hipotesis pada Uji chow adalah sebagai berikut:

$H_0$  : *Common Effect* lebih baik daripada metode *Fixed Effect*

Ha : *Fixed Effect* lebih baik digunakan daripada metode *Common Effect*

Kriteria :

Nilai prob.  $F <$  batas kritis, maka tolak  $H_0$  atau memilih *fixed effect* dari pada *common effect*.

Nilai prob.  $F >$  batas kritis, maka terima  $H_0$  atau memilih *common effect* dari pada *fixed effect*

### 3.4.3.2. Uji *Hausman*

Uji *Hausman* dilakukan untuk mengetahui model mana yang lebih baik antara *random effect* dan *fixed effect*. (Riswan Dunan 2019:151)

Hipotesis pada Uji *hausman* adalah sebagai berikut:

$H_0$  : *Random Effect* lebih baik digunakan daripada metode *Fixed Effect*

Ha : *Fixed Effect* lebih baik digunakan daripada metode *Random Effect*

Kriteria :

Jika nilai *chi squares* hitung  $>$  *chi squares* tabel atau nilai probabilitas *chi squares*  $<$  taraf signifikansi, maka tolak  $H_0$  atau memilih *fixed effect* dari pada *random effect*.

Nilai *chi squares* hitung  $<$  *chi squares* tabel atau nilai probabilitas *chi squares*  $>$  taraf signifikansi, maka tidak menolak  $H_0$  atau memilih *random effect* dari pada *fixed effect*.

### 3.4.3.3. Uji *Lagrange Multiplier (LM)*

Uji *Lagrange Multiplier (LM)* adalah pengujian untuk mengetahui apakah model *Random Effect* lebih baik dari pada metode *Common Effect* (OLS). (Riswan& Dunan 2019:151) Dalam melakukan pengujian ini yaitu

dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Nilai p value < batas kritis, maka  $H_0$  ditolak atau memilih *Random Effect Model* dari pada *Common Effect Model*.
- 2) Nilai p value > batas kritis, maka  $H_0$  diterima atau memilih *Common Effect Model* dari pada *Random Effect Model*.

Namun tidak selamanya ketiga uji tersebut dilakukan, jika peneliti menangkap adanya perbedaan *intersep* yang terjadi antar perusahaan maka model *common effect* diabaikan sehingga hanya dilakukan uji *hausman*. Pemilihan model fixed effect atau random effect juga dapat dilakukan dengan mempertimbangkan jumlah waktu dan individu pada penelitian.

#### **3.4.4. Uji Asumsi Klasik**

Regresi data panel memberikan pemilihan model berupa *common effect*, *fixed effect* dan *random effect*. Model *common effect* dan *fixed effect* menggunakan pendekatan *Ordinary Least Squared* (OLS) sedangkan *random effect* menggunakan *Generalized Least Squared* (GLS). Namun, tidak semua asumsi klasik harus dilakukan pada setiap model regresi pendekatan OLS. Uji normalitas pada dasarnya tidak termasuk syarat BLUE (*Best Linear Unbias Estimator*), tapi normalitas termasuk dalam syarat asumsi klasik. Selain itu, autokorelasi biasanya terjadi pada data *time series* karena secara konseptual data *time series* merupakan data satu individu yang di observasi dalam rentangan waktu (Riswan & Dunan, 2019).

Berdasarkan uraian diatas, jika model yang terpilih ialah *common effect* atau *fixed effect* maka uji asumsi klasik yang harus dilakukan meliputi uji

heterokedastisitas dan multikolinearitas. Sedangkan jika model yang terpilih adalah *random effect* maka tidak perlu melakukan uji asumsi klasik.

a. Normalitas

Menurut Riswan dan Dunan (2019:153) Uji normalitas merupakan pengujian terhadap kenormalan distribusi data. Uji normalitas ini salah satunya dapat dilakukan dengan uji *jarque-bera* untuk mendeteksi apakah residual mempunyai distribusi normal. Uji *jarque-bera* didasarkan pada sampel besar yang diasumsikan bersifat *asymptotic* dan menggunakan perhitungan *skewness* dan *kurtosis*. Pengambilan keputusan dilakukan jika:

1. Nilai *chi squares* hitung  $<$  *chi squares* tabel atau probabilitas *jarque-bera*  $>$  taraf signifikansi, maka tidak menolak  $H_0$  atau residual mempunyai distribusi normal.
2. Nilai *chi squares* hitung  $>$  *chi squares* tabel atau probabilitas *jarque-bera*  $<$  taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak atau residual tidak mempunyai distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Riswan & Dunan (2019) Multikolinearitas dilakukan pada saat model regresi menggunakan lebih dari satu variabel bebas. Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear diantara variabel bebas. Dampak adanya multikolinearitas adalah banyak variabel bebas tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat namun nilai koefisien determinasi tetap tinggi titik metode untuk mendeteksi multikolinearitas antara lain varian *ceinfluence factor* dan korelasi berpasangan. Metode

korelasi berpasangan untuk mendeteksi multikolinearitas akan lebih bermanfaat karena dengan menggunakan metode tersebut. Peneliti dapat mengetahui secara rinci variabel bebas apa saja yang memiliki korelasi yang kuat pengambilan keputusan metode korelasi berpasangan dilakukan jika:

1. Nilai korelasi dari masing-masing variabel bebas  $< 0,85$  maka tidak menolak  $H_0$  atau tidak terjadi masalah multikolinearitas.
2. Nilai korelasi dari masing-masing variabel bebas  $> 0,85$  maka tolak  $H_0$  atau terjadi masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Riswan & Dunan (2019) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah residual dari model yang terbentuk memiliki varian yang konstan atau tidak. Uji heteroskedastisitas penting dilakukan pada model yang terbentuk dengan adanya heteroskedastisitas, hasil uji t dan uji f menjadi tidak akurat. Metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas antara lain metode grafik, park, *Glejser*, korelasi *spearman*, *goldfeld-quandt*, *breush-pagan* dan *white*. Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik maupun uji informal lainnya karena tanpa adanya angka statistik penafsiran tiap orang berbeda terhadap hasil pengujian titik metode *white* dapat menjadi alternatif untuk mendeteksi heteroskedastisitas titik metode tersebut juga dapat dilakukan dengan adanya *cross terms* maupun tanpa adanya *cross terms*.

1. Nilai *chi squares* hitung  $<$  *chi squares* tabel atau probabilitas *chi squares*  $>$  taraf signifikansi, maka tidak menolak  $H_0$  atau ada heteroskedastisitas.
2. Nilai *chi squares* hitung  $>$  *chi squares* tabel atau probabilitas *chi squares*  $<$  taraf signifikansi, maka tolak  $H_0$  atau ada heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut (Riswan & Dunan, 2019) Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi antar observasi dalam satu variabel. Dengan adanya autokorelasi, estimator OLS tidak menghasilkan estimator yang BLUE hanya BLUE. Metode untuk mendeteksi autokorelasi antara lain metode grafik, *durbin-watson*, *run* dan *ragrange multiplier*. Uji autokorelasi menggunakan grafik maupun uji informal lainnya kurang direkomendasikan karena tanpa adanya angka statistik penafsiran tiap orang berbeda terhadap hasil pengujian. Metode *ragrange multiplier* dapat menjadi alternatif untuk mendeteksi autokorelasi jika menggunakan evIEWS.

Pengambilan keputusan metode laporan yang *lagrange multiplier* dilakukan jika:

- 1) Nilai *chi squares* hitung  $<$  *chi squares* tabel atau probabilitas *chi squares*  $>$  taraf signifikansi, maka tidak menolak  $H_0$  atau tidak terdapat autokorelasi.
- 2) Nilai *chi squares* hitung  $>$  *chi squares* tabel atau probabilitas *chi squares*  $<$  taraf signifikansi, maka tolak  $H_0$  atau terdapat autokorelasi.

### 3.4.5. Uji Kelayakan Model

#### 3.4.5.1. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini ada tiga tahap yaitu, uji parsial (uji-t), uji simultan (uji-F) dan uji determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut :

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016:63). Artinya variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  secara bersama-sama diuji apakah ada pengaruh atau tidak. Langkah melakukan uji F, yaitu:

1. Menentukan Hipotesis

- a)  $H_0 : b_1, b_2 = 0$  artinya, tidak ada pengaruh rasio likuiditas dan rasio aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.
- b)  $H_a : b_1, b_2 \neq 0$  artinya, ada pengaruh rasio likuiditas dan rasio aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

3. Menentukan  $F_{hitung}$

Nilai  $F_{hitung}$  diolah menggunakan bantuan program E-views 9.

4. Menentukan  $F_{tabel}$

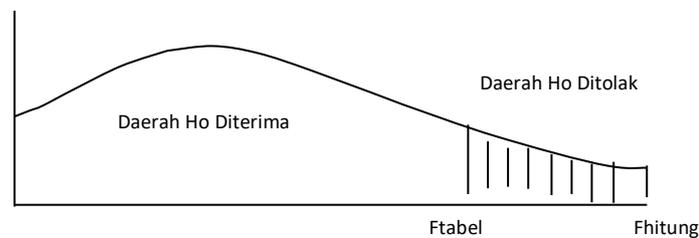
Tabel distribusi F dicari pada tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$  (uji satu sisi), df 1 (jumlah variabel – 1) dan df 2 (n-k-1) (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5. Kriteria Pengujian :

- a) Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b) Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

6. Membandingkan  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$

7. Gambar



Gambar 3.1  
Kurva Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

8. Kesimpulan

- a. Menyimpulkan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016:66). Langkah-langkah uji t sebagai berikut:

a. Menentukan Hipotesis :

1. Pengujian hipotesis rasio likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.

- a)  $H_0 : b_1 = 0$  artinya, tidak ada pengaruh rasio likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.
  - b)  $H_a : b_1 \neq 0$  artinya, ada pengaruh rasio likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.
2. Pengujian hipotesis rasio aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.
- a)  $H_0 : b_2 = 0$  artinya, tidak ada pengaruh rasio aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.
  - b)  $H_a : b_2 \neq 0$  artinya, ada pengaruh rasio aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.
- b. Menentukan tingkat signifikansi  
Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )
  - c. Menentukan  $t_{hitung}$   
Nilai  $t_{hitung}$  diolah menggunakan bantuan program E-views 9.
  - d. Menentukan  $t_{tabel}$   
Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$  ( $n$  adalah jumlah kasus dan  $k$  adalah jumlah variabel independen).

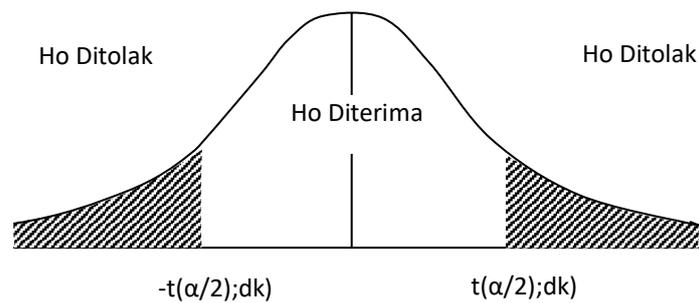
e. Kriteria Pengujian :

a) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

f. Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

g. Gambar



Gambar 3.2  
Kurva Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

h. Menyimpulkan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak

b. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Priyatno (2016:63) Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mendapatkan nilai koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

$R^2$  = Determinasi

$r^2$  = Korelasi

### **3.4.6. Interpretasi Model**

Pada regresi data panel, setelah dilakukan pemilihan model, pengujian asumsi klasik dan kelayakan model maka tahap terakhir ialah melakukan interpretasi terhadap model yang terbentuk. Interpretasi yang dilakukan terhadap koefisien regresi meliputi dua hal yaitu besaran dan tanda. Besaran menjelaskan nilai koefisien pada persamaan regresi dan tanda menunjukkan arah hubungan yang dapat bernilai positif dan negatif. Arah positif menunjukkan pengaruh searah yaitu artinya tiap kenaikan nilai pada variabel bebas maka berdampak pada peningkatan nilai pula pada variabel terikat. Sedangkan arah negatif menunjukkan pengaruh yang berlawanan arah yang memiliki makna bahwa tiap kenaikan nilai pada variabel bebas maka akan berdampak pada penurunan nilai pada variabel terikat (Riswan dan dunan 2019:157-158).

### **3.5. Batasan Operasional Variabel**

Batasan operasional variabel yang digunakan serta yang akan diteliti adalah elemen dan aspek langkah-langkah pengendalian internal sesuai dengan teori yang telah disebutkan diatas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di bawah ini

Tabel 3.3  
Batasan Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Rasio Likuiditas ( $X_1$ )	Rasio likuiditas atau rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan, dengan membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aktiva lancar dengan total passiva lancar (utang jangka pendek).	<i>Current Ratio</i> (CR) $CR : \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100$
Rasio Aktivitas ( $X_2$ )	Rasio aktivitas ( <i>activity ratio</i> ) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya.	<i>Total Asset Turnover</i> (TAT) $TAT = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aset}} \times 100$
Profitabilitas (Y)	Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efektifitas suatu manajemen secara keseluruhan yang ditunjukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan atau investasi.	<i>Return On Asset</i> (ROA) $ROA : \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100$