

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN TINGKAT
PERTUMBUHAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN**

**(Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Periode 2007-2011)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**WIDYO MUKTI HASTUNGKORO
NIM. 115030207113023**

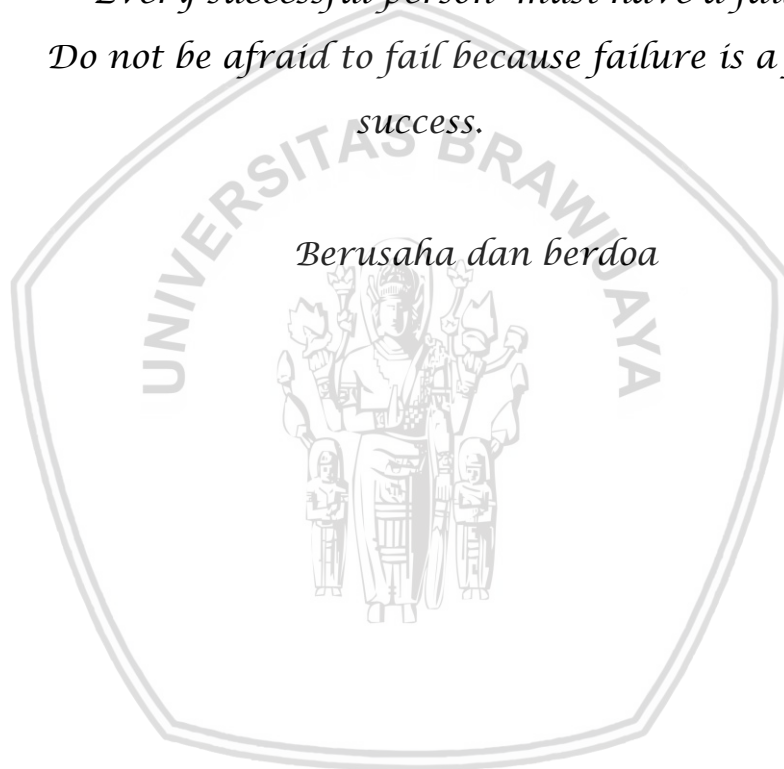


**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI KEUANGAN
MALANG
2018**

MOTTO

*Setiap orang sukses pasti mempunyai kegagalan.
Jangan takut gagal karena kegagalan adalah bagian
dari kesuksesan*

*Every successful person must have a failure.
Do not be afraid to fail because failure is a part of
success.*



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Profitabilitas dan Tingkat Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan
(Study pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2011)

Disusun oleh : Widyo Mukti Hastungkoro

NIM : 115030207113023

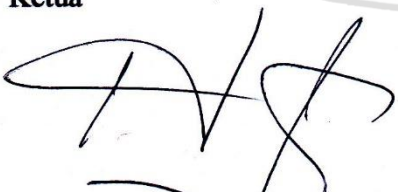
Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi/Minat : Keuangan

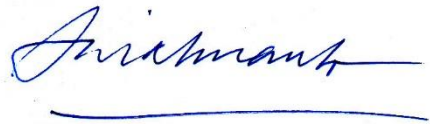
Malang, 18 April 2018

Komisi Pembimbing
Ketua



Dr. Drs. Muhammad Saifi, M.Si
NIP. 19570712 198503 1 001

Anggota



Drs. Dwi Atmanto, M.Si
NIP. 19551102 198303 1 002



TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 13 Juli 2018
Jam : 09:00 WIB
Skripsi Atas Nama : Widyo Mukti Hastungkoro
Judul : Pengaruh Profitabilitas dan Tingkat Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan

Dan dinyatakan
LULUS

Majelis Penguji

Ketua

Anggota

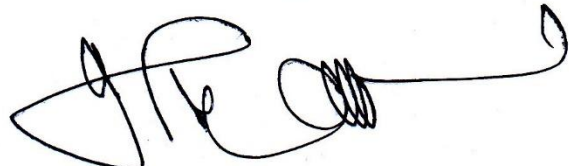


Dr. Drs. Muhammad Saifi, M.Si
NIP. 19570712 198503 1 001

Dr. Dwi Atmanto, M.Si
NIP. 19551102 198303 1 002

Anggota

Anggota



Dr. Sri Mangesti Rahayu, M.Si
NIP. 19550902 198202 2 001

Dr. Dra. Siti Ragil Handayani
NIP. 19630923 198802 2 001



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh {S-1} dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 2 Juli 2018



WIDYO MUKTI HASTUNGKORO

NIM 115030207113023

RINGKASAN

Widyo Mukti Hastungkoro Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Juli 2018, **PENGARUH PROFITABILITAS DAN TINGKAT PERTUMBUHAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2011)**, Dr. Drs. Muhammad Saifi, M.Si, 111 + xv.

Penelitian ini mengkaji serta menganalisis pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menganalisis lebih spesifik mengenai seberapa besar pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan baik dari pengaruh secara parsial maupun secara simultan.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan tiga titik permasalahan yang ada diantaranya yaitu Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan? Apakah tingkat pertumbuhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan? Apakah profitabilitas dan tingkat pertumbuhan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan? Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dengan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap nilai perusahaan. Jika ditinjau bahwa pada tahun 2008 telah terjadinya krisis ekonomi di Amerika Serikat yang berimbas pada perekonomian negara berkembang dan hal ini juga mampu memberikan dampak baik untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan yang mana hal tersebut dilakukan dengan cara membuat suatu inovasi dan terus melakukan evaluasi strategi agar terciptanya profitabilitas yang baik yang akan berdampak juga terhadap nilai perusahaan yang baik. Sehingga, dengan adanya profitabilitas perusahaan yang baik dengan melakukan evaluasi strategi dan inovasi serta pengontrolan kinerja secara berkesinambungan, maka juga akan berdampak terhadap pertumbuhan perusahaan yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang baik.

Kata Kunci : Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Nilai Perusahaan

SUMMARY

Widyo Mukti Hastungkoro. Department Administration, Faculty of Business Administration Universitas Brawijaya, July 2018, **EFFECT OF PROFITABILITY AND GROWTH ON COMPANY VALUE (Study on Food and Beverage Company Listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) 2007-2011 Period)**, Dr. Drs. Muhammad Saifi, M.Si, 111 + xv.

This study examines and analyzes the effect of profitability and firm growth on firm value. This study also aims to find out more information about the profitability and growth of the company on corporate values both from the agency and simultaneously.

In this study, the researchers found three keys that exist is whether the profitability of the company? Has the growth rate reached company value? What is the profitability and growth rate simultaneously to the value of the company? The type of research used in this research is explanatory research with multiple linear regression analysis method.

The results showed that profitability and growth of the company have influence either partially or simultaneously to company value. Dit dit dit dit United States United States United States United States United States United States United States United States United States America also also as well as also also also also as well as also also also also continue to do strategy development for the creation of provitabilitas which will also have a good impact on the value of a good company. Thus, by using good corporate profitability by implementing strategies and innovation and effective performance control, it will also have an impact on company growth that will reflect on good corporate value.

Keywords: Profitability, Corporate Growth, Corporate Value.

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya nikmat, rahmat, taufik serta hidayah Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul PENGARUH PROFITABILITAS DAN TINGKAT PERTUMBUHAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2007 – 2001).

Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Jawa Timur.

Penulis sadar bahwa skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang terlibat langsung :

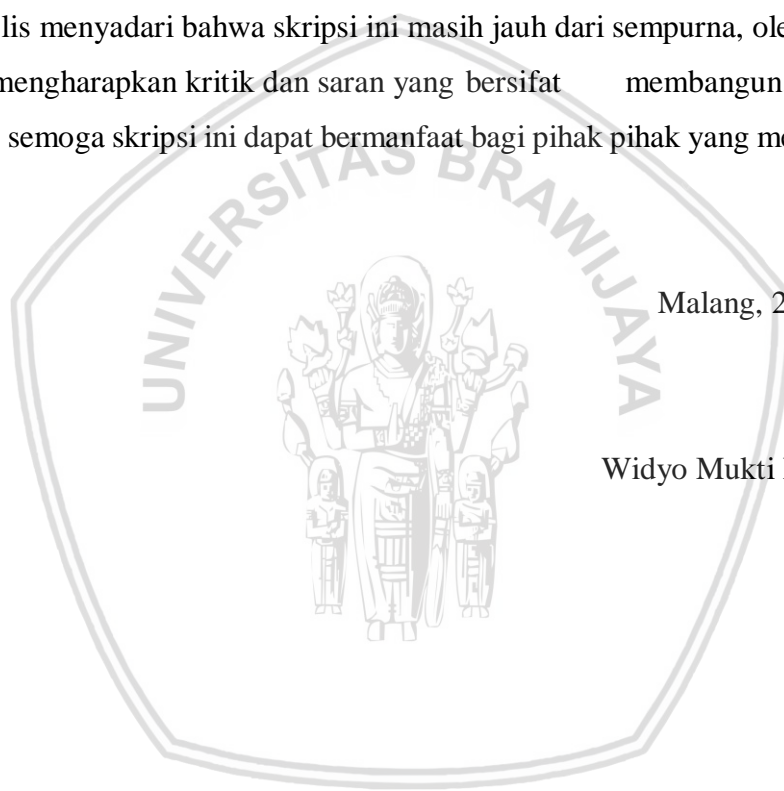
1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya
2. Dr. Mochammad Al Musadieg, MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya
3. Bapak Mohammad Iqbal, MBA, Phd selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis
4. Ibu Nila Firdausi Nuzula, Ph.D Selaku Ketua Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis
5. Bapak Dr. Drs. Muhammad Saifi, M.Si dan Bapak Drs. Dwi Atmanto, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak dukungan, bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik
6. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Administrasi Bisnis dan Staf Tata Usaha di lingkungan Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya
7. Mama, Papa dan kakak ku tercinta yang senantiasa mendoakan serta memberikan dukungan, motivasi dan menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

8. Fauziah Sekar Ernawati yang selalu ada, terimakasih doanya, dukungannya serta bantuannya
9. Sahabat sahabat di Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2011
10. Teman temanku senasib dan seperjuangan yang telah mendukung dan mendoakan
11. Pihak-pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih tak terhingga atas dukungan dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Malang, 2 Juli 2018

Widyo Mukti Hastungkoro



LEMBAR PERSEMBAHAN

Puja dan puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya nikmat, rahmat, taufik serta hidayah Nya serta kemudahan yang telah Engkau berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu ku limpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Sebagai tanda bakti, hormat dan terimakasih yang tak terhingga, penulis persembahkan karya ini untuk Mama dan Papa yang telah memberikan doa, nasehat, motivasi serta dukungan dan cinta kasih yang tanpa batas, terimakasih mama, terimakasih papa.

Untuk kakak ku Wirasto beserta istri Leli Harwati, meskipun kami jarang bertemu dikarenakan kesibukan masing-masing tetapi kalian selalu berusaha memberikan dukungan dan doa untukku. Terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini.

Sebagai tanda cintakasih, penulis persembahkan karya sederhana ini untukmu Fauziah Sekar Ernawati. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian dan kesabaranmu agar aku segera menyelesaikan tugas akhir ini, semoga engkau adalah wanita terbaik untukku dan masa depanku. Terimakasih sayangku.

DAFTAR ISI

MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
RINGKASAN.....	v
SUMMARY.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Tinjauan Teori	10
1. Profitabilitas.....	10
a. Pengertian Profitabilitas.....	10
b. Tujuan Penggunaan Profitabilitas Bagi Perusahaan.....	15
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan	15
d. Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas.....	20
2. Pertumbuhan Perusahaan	24
a. Pengertian Pertumbuhan Perusahaan	24
b. Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Perusahaan	26
3. Nilai Perusahaan	27
a. Pengertian Nilai Perusahaan	27
b. Jenis – jenis Nilai Perusahaan	29
c. Mengukur Nilai Perusahaan	30
C. Kerangka Konseptual Dan Hipotesis	34
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	37
B. Populasi dan Sampel	37

C. Lokasi Penelitian	38
D. Definisi Variabel.....	38
1. Variabel bebas atau variabel penyebab (independent variables)	38
2. Variabel terikat atau variabel tergantung (dependent variables)	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Sumber Data	41
2. Metode Pengumpulan Data	42
F. Metode Analisis Data.....	42
1. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Normalitas	42
b. Uji Autokorelasi	43
c. Uji Multikolinieritas	43
d. Uji Heteroskedastisitas	44
2. Regresi Linier Berganda	45
3. Uji Hipotesis	45
a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	45
b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	46

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia (BEI)	48
1. Sejarah Bursa Efek Indonesia (BEI)	48
2. Pojok BEI	51
B. Penyajian Data	52
1. PT. Akasha Wira International Tbk	53
2. PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	55
3. PT. Cahaya Kalbar Tbk	57
4. PT. Delta Jakarta Tbk	58
5. PT. Fast Food Indonesia Tbk	59
6. PT. Indofood Sukses Makmur	59
7. PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	62
8. PT. Ayora Indah Tbk	64
9. PT. Pioneerindo Gourmet International Tbk	64
10. PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk	66
C. Analisis dan Interpretasi Data	68
1. Analisis Deskripsi Variabel	68
a. Variabel Profitabilitas (X_1)	68
1) Rata – Rata Item <i>Return on Asset</i> ($X_{1,1}$)	69
2) Rata – Rata Item <i>Return on Equity</i> ($X_{1,2}$)	70
3) Rata – Rata item <i>Operating Provit Margin</i>	72
b. Variabel Pertumbuhan (X_2)	73
1) Rata – Rata Item <i>Asset Growth</i> ($X_{2,1}$)	73
2) Rata – Rata Item <i>Sales Growth</i> ($X_{2,2}$)	75
c. Variabel Nilai Perusahaan (Y)	76
D. Metode Analisis Data	77

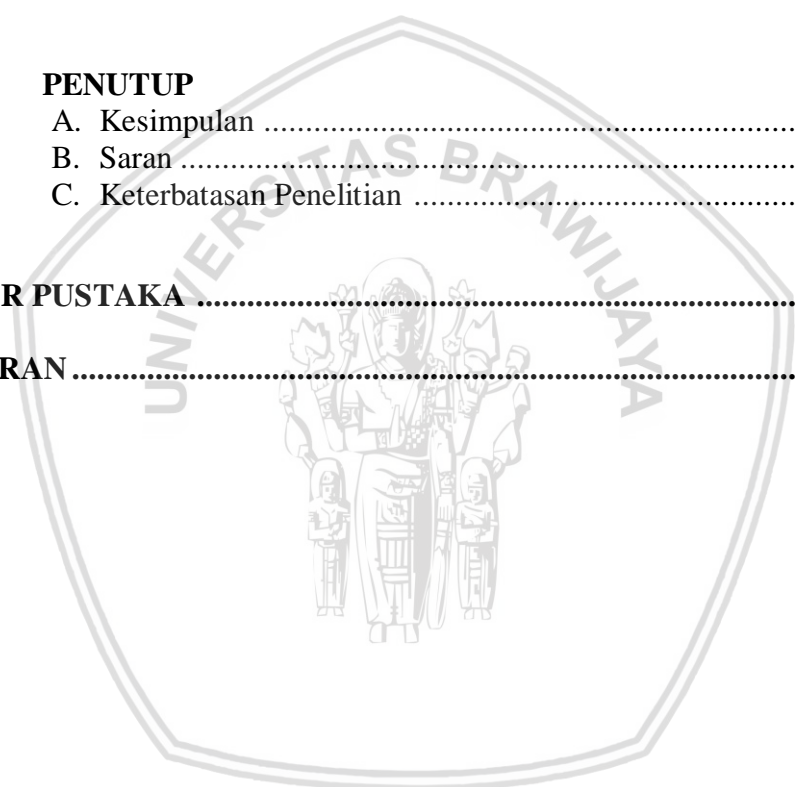
1. Uji Asumsi Klasik	77
a. Uji Normalitas	78
b. Uji Autokorelasi	79
c. Uji Multikolinieritas	80
d. Uji Heteroskedastisitas	80
2. Regresi Linier Berganda	84
3. Uji Hipotesis	84
a. Uji Signifikansi Parsial (t)	84
b. Koefisien Determinasi (R^2)	86
c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F)	87
E. Interpretasi Hasil Penelitian	89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	94
B. Saran	96
C. Keterbatasan Penelitian	96

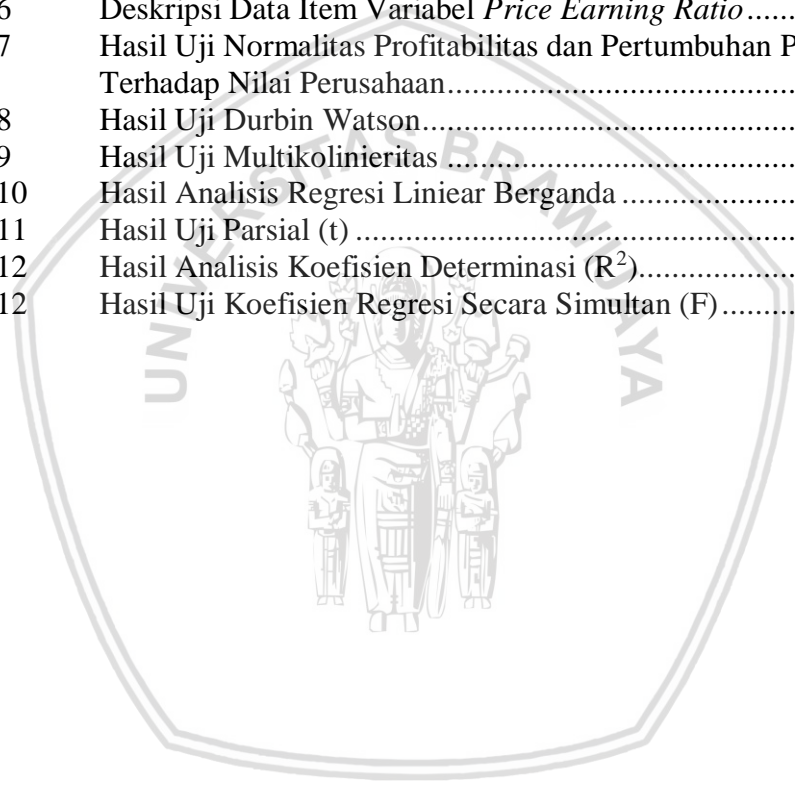
DAFTAR PUSTAKA	97
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	102
-----------------------	------------



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Data Item Variabel <i>Return on Asset</i>	69
Tabel 4.2	Deskripsi Data Item Variabel <i>Return on Equity</i>	70
Tabel 4.3	Deskripsi Data Item Variabel <i>Operating Provit Margin</i>	72
Tabel 4.4	Deskripsi Data Item Variabel <i>Asset Growth</i>	73
Tabel 4.5	Deskripsi Data Item Variabel <i>Sales Growth</i>	75
Tabel 4.6	Deskripsi Data Item Variabel <i>Price Earning Ratio</i>	76
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	78
Tabel 4.8	Hasil Uji Durbin Watson.....	89
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas	80
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial (t)	85
Tabel 4.12	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	86
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F).....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Analisis Deskriptif	103
Lampiran 2	Hasil Uji Asummsi Klasik.....	106
Lampiran 3	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	108
Lampiran 4	Curriculum Vitae (CV)	109



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini industri makanan dan minuman di Indonesia berkembang semakin pesat. Dibanding dengan industri kreatif lainnya, industri makanan dan minuman bahkan mendapatkan peluang yang sangat besar untuk terus bertumbuh. Bahkan pada saat krisis sekalipun, industri ini masih mampu untuk bertahan, sementara total nilai ekspor makanan dan minuman tahun 2008 silam sebesar USD 2 juta. Tahun 2008 lalu, omzet industri ini hampir mencapai Rp 400 triliun. Ketatnya persaingan yang muncul menuntut suatu perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk - produk yang dimilikinya agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Agar dapat meningkatkan kinerja dan berinovasi untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat, maka perusahaan membutuhkan dana yang lebih. Perusahaan sangat membutuhkan tambahan modal untuk mendorong kinerja operasional perusahaan. (*Sumber: www.kontan.co.id*)

Tujuan utama perusahaan yang telah go public adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan, Hermuningsih (2013:128). Peluang untuk menanamkan investasi pada sektor makanan dan minuman ini sangat menjanjikan, karena pasar masih terbuka lebar dengan jumlah penduduk yang besar pula.” Omset usaha makanan dan minuman akan mencapai Rp360 triliun sampai akhir tahun 2008,” kata Ketua Umum Gabungan Asosiasi Pengusaha Makanan dan

Minuman (GAPMMI) Thomas Dharmawan di Jakarta, Senin (21/7/2008). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Nilai Impor makanan dan minuman pada hingga september 2008 diperkirakan mencapai US\$2,24miliar menduduki urutan ketiga dibanding sektor - sektor lainnya. (*Sumber: www.indocashregister.com*)

Salah satu cermin pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah pertumbuhan pasar modalnya. Pertumbuhan ekonomi Indonesia juga tercermin lewat kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang naik cukup signifikan sejak tahun 2002. Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir IHSG mengalami lonjakan sebesar 874.90%. Pada penutupan akhir tahun 2002 yaitu perdagangan terakhir tanggal 27 Desember IHSG ditutup pada posisi 424.95, sedangkan per 30 Desember 2011 IHSG ditutup pada posisi 3,821.99. Namun pada tahun 2008 IHSG mengalami penurunan YoY yaitu sebesar 50.64%, ini merupakan imbas dari krisis perekonomian yang menerpa Amerika Serikat dan sebagian besar negara maju.

Laba tidak hanya muncul dengan meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk yang dimilikinya agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat, melainkan diiringi dengan rasa tanggung jawab perusahaan baik terhadap karyawan, pelanggan maupun pemilik dan jika tidak maka kelangsungan hidup perusahaannya akan terancam. Tujuan utama jangka pendek perusahaan adalah memaksimalkan laba perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

Harga pasar saham merupakan salah satu indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Saham merupakan salah satu *instrument* pasar keuangan yang paling populer, saham juga merupakan investasi yang banyak dipilih oleh para investor karena mampu memberikan keuntungan yang menarik. Menurut M. Nafarin (2007: 788) “Laba (*income*) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya - biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu”. Menurut Abdul Halim & Bambang Supomo (2005:139) “Laba merupakan pusat pertanggung jawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya”. Menurut Kuswadi (2005:135), menyatakan bahwa “Perhitungan laba diperoleh dari pendapatan dikurangi semua biaya”. Menurut Mahmud M. Hanafi (2010:32), menyatakan bahwa “Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan, yang didefinisikan sebagai berikut : $Laba = Penjualan - Biaya$ ”

Menurut Ika dan Shidiq (2013) nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Informasi penilaian saham sangat penting diketahui oleh investor dalam memutuskan keinginannya untuk berinvestasi dalam pasar modal.

Tandelilin (2010: 301) penilaian saham dilakukan dengan tiga jenis yaitu: nilai buku, nilai pasar dan nilai intrinsik. Nilai buku merupakan nilai saham yang dihitung dengan melihat pembukuan emiten. Nilai pasar merupakan nilai saham yang terdapat dalam pasar modal. Nilai instrinsik merupakan nilai yang sebenarnya terjadi dalam saham. Ketiga jenis penilaian saham tersebut sangat penting untuk diketahui oleh para investor untuk memutuskan pengambilan keputusan yang tepat saat berinvestasi. Pada saat membeli atau menjual saham investor perlu membandingkan antara nilai instrinsik dengan nilai pasar dalam saham. Nilai pasar yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai intrinsik maka saham tersebut tergolong dalam nilai jual yang tinggi. Pada situasi tersebut investor dapat menjual saham tersebut, dan jika nilai pasar lebih kecil dari nilai intrinsiknya maka saham tersebut tergolong dalam nilai jual yang rendah dan investor dianjurkan untuk membeli saham tersebut.

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai *asset* yang dimiliki perusahaan seperti surat - surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten. Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka akan memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham. Nilai dari suatu perusahaan bergantung tidak hanya pada kemampuan menghasilkan arus kas, tapi bergantung juga pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan yang diambil alih. Untuk menentukan harga yang dapat diterima untuk sebuah perusahaan maka beberapa faktor dievaluasi secara hati - hati.

Beberapa variabel kuantitatif yang sering digunakan sebagai usaha untuk memperkirakan nilai perusahaan. Faktor - faktor ini meliputi nilai buku, nilai appraisal, harga dari saham, arus kas yang diharapkan. Penciptaan nilai perusahaan dilakukan melalui penciptaan laba sebagai hasil dari pengelolaan sumber daya perusahaan. Sebagai pemilik perusahaan wajar menghendaki kemakmuran yang semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Sebelum melakukan pembelian saham investor telah melakukan penilaian terhadap perusahaan dengan baik. Hal ini perlu dilakukan agar saham yang dibeli, mampu memberikan tingkat *return* sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu aspek yang menjadi bahan penilaian bagi investor adalah nilai pasar perusahaan. Investor dalam melakukan investasi juga akan melihat kemungkinan munculnya risiko dalam suatu perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang merupakan salah satu penarik minat investor, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Investor yang tertarik dan berminat akan melakukan investasi pada perusahaan tersebut dengan membeli sahamnya di pasar modal. Dengan demikian, harga saham merupakan ukuran prestasi perusahaan, yaitu ukuran keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan dengan atas nama pemegang saham.

Dari uraian di atas, maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian terhadap mikro yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Berdasarkan pengamatan itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS DAN TINGKAT PERTUMBUHAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2011)**

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah tingkat pertumbuhan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas dan tingkat pertumbuhan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh tingkat pertumbuhan terhadap nilai perusahaan
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh profitabilitas dan tingkat pertumbuhan secara simultan terhadap nilai perusahaan

D. Kontribusi Penelitian

Selain itu, melalui penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi beberapa pihak yang membutuhkan, antara lain:

1. Kontribusi Akademis, diperoleh pengetahuan dan pemahaman untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh profitabilitas dan tingkat pertumbuhan terhadap nilai perusahaan di perusahaan *Food and Beverage*.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menggambarkan secara garis besar tentang apa yang akan dikemukakan dalam skripsi ini. skripsi ini terdiri dari lima bab. Berikut ini sistematika pembahasan secara lengkap dan jelas:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang gagasan penulis tentang latar belakang pemilihan dan fokus pembahasan, perumusan masalah, tujuan, kontribusi penelitian, sistematika pembahasan yang berupa uraian - uraian singkat dari bab - bab yang ada di dalam skripsi ini serta kerangka pikiran penulis.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tinjauan pustaka antara lain mengemukakan beberapa landasan hukum dan teori – teori para

ahli serta rumusan – rumusan yang akan digunakan di dalam penelitian

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai rencana penelitian yang digunakan, definisi operasional variabel yang digunakan, teknik pengumpulan data dan metode analisa data yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan teknik pengolahan dan analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung meliputi gambaran umum, deskripsi variabel penelitian dan interpretasi data.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari bab – bab sebelumnya serta saran - saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat dan masukan bagi Investor maupun pembaca.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan untuk melakukan penelitian ini, berikut rangkuman informasi dari penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan judul yang akan diteliti.

Penelitian - penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian Gultom dan Syarif (2009) yang berjudul “Pengaruh Kebijakan *Leverage*, Kebijakan Deviden dan *Earning Per Share* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”. Hasilnya adalah kebijakan *leverage* berpengaruh sangat signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian ini mendukung teori *trade off* dan konsisten dengan temuan Modigliani dan Miller yang menyatakan bahwa peningkatan hutang akan mampu meningkatkan nilai perusahaan, sebab pembayaran bunga yang dapat dikurangkan dari perhitungan pajak (*tax deductible*). Sedangkan kebijakan deviden dan EPS tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) Penelitian Susanti (2010) yang berjudul “Analisis Faktor - Faktor yang Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Studi Kasus pada Perusahaan *Go Public* yang *Listed* Tahun 2005-2008”, hasilnya adalah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan. Deviden berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

- 3) Wijaya dan Wibawa (2010) meneliti mengenai pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 4) Penelitian Ansori dan Denica (2010) yang meneliti tentang pengaruh investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index pada Bursa Efek Indonesia periode 2008 - 2009 menyatakan bahwa keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 5) Afrida (2008) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap perubahan harga saham, yang artinya bahwa informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham dan secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan.

B. Landasan Teori

1. Profitabilitas

A) Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana aset yang dimiliki oleh perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan Brigham dan Gapenski (2006). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada suatu periode akuntansi. Profitabilitas menurut Saidi (2004) dalam Martalina (2011) adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

Martono dan Agus (2005:2) dalam Rika (2010) dan Alfredo (2011) menjelaskan bahwa didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar - besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh

masing - masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Profitabilitas adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan Amiryana dan Atmini (2007) dalam Lifessy (2011). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu Hanafi (2003 : 8). Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan Tandelilin, (2001:240). Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat Husnan, (2001 : 317).

Menurut Rizqia, dkk. (2013) perusahaan yang dapat menjaga kestabilan dan meningkatkan laba dapat dilihat sebagai sinyal positif oleh investor berkaitan dengan kinerja perusahaan. Hal tersebut terjadi disebabkan perusahaan yang mengalami peningkatan laba mencerminkan bahwa perusahaan mempunyai kinerja yang baik, sehingga menimbulkan sentimen positif dari investor dan dapat membuat harga saham perusahaan mengalami peningkatan. Meningkatnya harga saham di pasar berarti meningkat pula nilai perusahaan di mata investor. Hasil penelitian

yang dilakukan oleh Mardiyati (2012), Setiabudi dan Dian (2012), Rizqia dkk, (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Menurut Sartono (2001:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Rasio keuntungan atau *profitability ratios* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya semesteran, triwulanan dan lain lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien, Susan Irawati (2006:56). Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu yang dapat dihitung berdasarkan penjualan atau aktiva atau modal sendiri.

Menurut Munawar (1995) ada beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan, yaitu :

(a) Jenis Perusahaan

Profitabilitas perusahaan akan sangat bergantung pada jenis perusahaan, jika perusahaan menjual barang konsumsi atau jasa biasanya akan memiliki keuntungan yang stabil dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi barang - barang modal.

(b) Umur Perusahaan

Sebuah perusahaan yang telah lama berdiri akan lebih stabil bila dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Umur perusahaan ini adalah umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan operasinya.

(c) Skala Perusahaan

Jika skala ekonominya lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang rendah. Tingkat biaya rendah tersebut merupakan cara untuk memperoleh laba yang diinginkan.

(d) Harga Produksi Perusahaan yang biaya produksinya relatif lebih murah akan memiliki

(e) keuntungan yang lebih baik dan stabil daripada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.

(f) Habitat Bisnis Perusahaan yang bahan produksinya dibeli atas dasar kebiasaan (*habitual basis*) akan memperoleh kebutuhan lebih stabil dari pada *non habitual basis*.

(g) Produk yang Dihasilkan Perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada perusahaan yang memproduksi barang modal.

B) Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu;

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;
7. Dan tujuan lainnya

C) Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan

1. Pengaruh Variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Profitabilitas *Debt to Equity Ratio* (DER) atau rasio utang terhadap ekuitas menggambarkan besarnya jumlah utang yang dimiliki perusahaan dengan membandingkan antara jumlah utang dengan jumlah ekuitas Gallagher dan Andrew Jr, (1999:91). Modigliani dan Miller (teori MM) berpandangan bahwa nilai perusahaan dengan utang lebih tinggi dibandingkan nilai perusahaan tanpa utang. Implikasi dari teori ini adalah perusahaan sebaiknya menggunakan utang sebanyak - banyaknya Hanafi (2010;309). Pendapat Ross (1977) yang lebih dikenal dengan teori *signaling* menyebutkan penggunaan utang merupakan signal yang disampaikan oleh manajer ke pasar. Perusahaan yang meningkatkan utang bisa dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa mendatang, dan utang merupakan tanda atau signal positif Hanafi, (2010:316). Akhtar, et, al (2011) dalam penelitiannya *Factors Influencing the Profitability of Conventional Banks in Pakistan*, menemukan *Gearing Ratio* (Total Debt / Total Equity) berpengaruh signifikan dan positif terhadap ROA dan ROE. Dalam

penelitian ini diduga DER berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

2. Pengaruh Variabel *Net Receivable Asset* (NRA) terhadap Profitabilitas *Net Receivable Asset* (NRA) atau rasio piutang terhadap aset menggambarkan besarnya jumlah piutang pembiayaan (investasi) yang dimiliki perusahaan pembiayaan dengan membandingkan antara jumlah piutang dengan jumlah aktiva. Secara umum semakin besar jumlah piutang yang dimiliki suatu perusahaan maka semakin rendah profitabilitas perusahaan bersangkutan, mengingat semakin besar piutang maka semakin tinggi kemungkinan piutang tidak terbayar Hanafi, (2010;39). Sebaliknya, kebijakan piutang yang kecil akan memperkecil biaya dan risiko kredit macet, tetapi potensi pendapatan juga berkurang. Oleh karenanya perusahaan pembiayaan harus memperhatikan trade off antara besarnya jumlah piutang pembiayaan, risiko tidak tertagih dan tingkat profitabilitas. Martani dan Ronald (2009) dalam *Factors Affecting Profitability of Multi Finance Company in Indonesia* menemukan *Net Loans Assets Ratio* (NLA) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap *Return on Asset*. Dalam penelitian ini diduga

NRA memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan.

3. Pengaruh Variabel *Operating Efficiency* (OE) terhadap Profitabilitas Untuk melihat efisiensi operasional perusahaan pembiayaan digunakan variabel *Operating Efficiency* (OE) yaitu perbandingan antara jumlah beban usaha dengan jumlah aktiva. Semakin tinggi nilai OE berarti semakin tidak efisien perusahaan dalam menggunakan aktivanya sehingga profitabilitasnya cenderung rendah. Martani dan Ronald (2009) menemukan variabel *Operating Efficiency* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Return on Asset dan *Return on Equity*. Dalam penelitian ini *Operating Efficiency* diperkirakan akan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan.
4. Pengaruh Variabel Size terhadap Profitabilitas Size dalam penelitian ini diukur dengan logaritma natural dari total aktiva perusahaan (Gul, et, al, 2011). Perusahaan besar (aktiva besar) dapat mengeluarkan biaya promosi yang efektif dan menguasai pangsa pasar yang lebih besar. Sebaliknya perusahaan kecil (aktiva kecil) lebih fokus pada segmen pasar sehingga dapat berdampak pada profitabilitas. Martani dan Ronald (2009) menemukan

Size perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan dengan profitabilitas. Perusahaan yang besar umumnya tidak efisien dalam biaya operasional dan birokrasi. Dalam penelitian diduga Size memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan.

5. Pengaruh Variabel *Growth* terhadap Profitabilitas

Penelitian ini menggunakan pertumbuhan total aktiva sebagai proxy dari *Growth*. Jika pertumbuhan total aktiva dapat dimanfaatkan secara optimal untuk keperluan investasi maka berpeluang akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Pertumbuhan bagi suatu perusahaan bermanfaat sampai “tingkat tertentu / optimal” tetapi akan berbahaya dan mungkin berakibat fatal apabila tingkat optimal terlampaui Walsh (2004:177). Penelitian Kusumajaya (2011) pada perusahaan manufaktur di Indonesia menyatakan bahwa *Growth* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Return on Equity* yang berarti semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan. Penelitian ini menduga growth berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Pengaruh Variabel *Gross Domestic Product* terhadap Profitabilitas McEachern (2000:146), menyatakan bahwa *Gross Domestic Product*

(GDP) mengukur nilai pasar barang dan jasa akhir yang diproduksi selama satu tahun oleh sumber daya di suatu negara tanpa memandang siapa pemilik sumber daya tersebut. Semakin besar GDP menunjukkan semakin besar pengeluaran masyarakat atau daya beli masyarakat suatu negara. Besarnya tingkat GDP merupakan peluang bagi perusahaan untuk memproduksi atau menjual lebih banyak produk atau jasa dan membuka peluang perusahaan memperoleh keuntungan mengingat kemampuan belanja masyarakatnya yang besar pula. Bilal, et, al(2013) dan Srairi (2009), menemukan GDP berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Return on Asset*. Dalam penelitian ini diduga GDP memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

D) Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode. Penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen. Jelasnya, semakin lengkap jenis rasio yang digunakan semakin sempurna hasil yang akan dicapai. Artinya pengetahuan tentang kondisi dan posisi profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna.

Dalam prakteknya, menurut Kasmir (2008 : 199) jenis - jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah :

- (1) *Profit margin (profit margin on sales)*
- (2) *Return on Assets (ROA)*
- (3) *Return on equity (ROE)*
- (4) Laba per lembar saham.

(a) **Profit Margin on Sales**

Profit margin on sales atau ratio profit margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini dikenal juga dengan nama profit margin.

Terdapat dua rumusan untuk mencari profit margin, yaitu sebagai berikut;

- 1) Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{Sales}}$$

(profit margin on sales)

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relative terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

2) Untuk margin laba bersih dengan rumus :

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

(profit margin on sales)

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan penjualan. Baik *Profit Margin on Sales* maupun *Net Profit Margin* apabila rasio nya tinggi ini menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu, sebaliknya kalau rasionya rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidakefisienan manajemen. Hasil Pengembalian Assets (*Return on Assets*) Rasio ini adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah asset secara keseluruhan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian (%) dari asset yang dimiliki. Apabila rasio ini tinggi berarti menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh pihak manajemen. Hanafi dan Halim (2003) menyatakan bahwa rasio *Return on Assets (ROA)* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. Demikian juga Syamsudin (2004) mengatakan bahwa *Return on Asset*

(ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan, semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik keadaan suatu perusahaan.

(b) Return On Assets

Mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk memperoleh laba. Menurut Dwi Prastowo (2008) rasio ini mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya. Demikian juga menurut Robert C. Fink dan Ann Harrison (1999:72), menyebutkan bahwa : *“ROA as the same income a company generates during normal operation dividend by its total assets. This calculation determines how well a company is using its assets to generate income.”* Ukuran yang sering digunakan untuk menghitung *Return on Assets* (ROA) adalah :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

(c) Return On Equity (ROE)

Rumus untuk mencari *Return on Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

Menurut Helfert (2000), *Return on Equity (ROE)* menjadi pusat perhatian para pemegang saham (stakeholders) karena berkaitan dengan modal saham yang diinvestasikan untuk dikelola pihak manajemen. ROE memiliki arti penting untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dalam memenuhi harapan pemegang saham.

2. Pertumbuhan Perusahaan

A) Pengertian Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan. Pertumbuhan perusahaan pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa macam faktor, yaitu faktor eksternal, internal, dan pengaruh iklim industri lokal. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi, dalam hubungannya dengan leverage, sebaiknya menggunakan ekuitas sebagai sumber pembiayaannya agar tidak terjadi biaya keagenan (*agency cost*) antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan, sebaiknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah sebaiknya menggunakan hutang sebagai sumber pembiayaannya karena penggunaan hutang akan mengharuskan perusahaan tersebut membayar bunga secara teratur.

Pertumbuhan perusahaan yang cepat maka akan semakin besar pula kebutuhan dana untuk melakukan ekspansi. Semakin besar suatu kebutuhan untuk pembiayaan yang akan datang maka akan semakin besar pula keinginan suatu perusahaan untuk menahan laba. Jadi perusahaan

yang sedang tumbuh sebaiknya tidak membagikan labanya sebagai deviden tetapi akan lebih baik digunakan untuk melakukan ekspansi. Potensi pertumbuhan ini dapat diukur dari besarnya biaya penelitian dan pengembangan. Semakin besar R&D cost-nya maka berarti ada prospek perusahaan untuk tumbuh Sartono (2001).

Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, misalnya dengan melihat pertumbuhan penjualannya. Pengukuran ini hanya dapat melihat pertumbuhan perusahaan dari aspek pemasarannya perusahaannya saja. Pengukuran yang lain adalah dengan melihat pertumbuhan labar operasi dari perusahaan. Dengan melakukan pengukuran laba operasi perusahaan, kita dapat melihat aspek pemasaran dan juga efisiensi perusahaan tersebut dalam pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya. Pengukuran berikutnya adalah dengan mengukur pertumbuhan labar bersih perusahaan tersebut, dimana inputnya pertumbuhan laba bersih ini adalah modal, sedangkan outputnya adalah laba. Pengukuran pertumbuhan perusahaan yang terakhir adalah melalui pengukuran pertumbuhan terhadap modal sendiri.

Menurut Hartanty (2014) perusahaan adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Pertumbuhan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Agar pertumbuhan cepat tidak memiliki arti

pertumbuhan biaya yang kurang terkendali, maka dalam mengelola pertumbuhan, perusahaan harus memiliki pengendalian operasi dengan penekanan pada pengendalian biaya Dewi, dkk (2014). Pertumbuhan perusahaan pada penelitian ini diukur dengan pertumbuhan aset. Aset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Semakin besar aset maka diharapkan semakin besar pula hasil operasional yang akan dihasilkan. Pertumbuhan yang tinggi menyebabkan kebutuhan dana meningkat. Pertumbuhan aset Novianto : Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan menunjukkan besarnya dana yang dialokasikan oleh perusahaan kedalam aktiva. Aktiva merupakan aset yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Semakin besar aset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan. Tingkat pertumbuhan aset juga akan menunjukkan seberapa besar perusahaan mampu membiayai kegiatan usahanya.

B) Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Pertumbuhan dari luar (*external growth*) Secara umum bila kondisi pengaruh dari luar ini positif, maka akan meningkatkan peluang perusahaan untuk semakin bertumbuh dari waktu ke waktu.
2. Pertumbuhan dari dalam (*internal growth*) *Internal growth* ini menyangkut tentang produktivitas perusahaan tersebut. Secara umum, semakin meningkat produktivitas perusahaan, maka

pertumbuhan perusahaan juga diharapkan meningkat dari waktu ke waktu.

3. Pertumbuhan karena pengaruh dari iklim dan situasi usaha lokal Jika infrastruktur dan iklim usaha mendukung usaha tersebut, maka pertumbuhan perusahaan akan terlihat baik dari waktu ke waktu. Menurut Pradana (2013), alat ukur untuk pertumbuhan perusahaan ada 2 yaitu :

(1) *Assets Growth Ratio*

Assets Growth menunjukkan pertumbuhan aset dimana aset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktiva operasional perusahaan. Semakin besar aset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan.

(2) *Sales Growth Ratio*

Pradana (2013), mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun. Sales growth yang tinggi memberi indikator perusahaan yang bersangkutan dapat meningkatkan pertumbuhannya dan diharapkan dapat meningkatkan laba yang dihasilkan.

3. Nilai Perusahaan

A). Pengertian nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Menurut Harmono (2011) nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran dipasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Menurut Brealey et al. (2008) nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun prospek masa depannya.

Nilai Perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu, Sartono (2010:487). Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan, Harmono (2009:233). Nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak

perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini, Noerirawan (2012). Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang (*present value*) dari *free cash flow* di masa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. *Free cash flow* merupakan *cash flow* yang tersedia bagi investor (kreditur dan pemilik) setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran untuk operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih, Brigham dan Erdhadt (2005:518). Nilai perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham, Gitman (2006:352)

B). Jenis - jenis Nilai Perusahaan

Terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu Yulius dan Tarigan (2007:3):

1. **Nilai Nominal.** Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.
2. **Nilai Pasar.** Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. **Nilai Intrinsik.** Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. **Nilai Buku.** Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.
5. **Nilai Likuidasi.** Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

C). Mengukur Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila saham perusahaan tersebut dijual. Pengukuran variabel berupa nilai perusahaannya dapat dilihat dari harga sahamnya. Hal ini sesuai dengan Husnan dan Pudjiastuti (2004:210) yang mengatakan bahwa :

“Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan”.

Pengukuran ini sesuai dengan Hasnawati (2005:117) yang mengatakan bahwa :

“Secara harfiah nilai perusahaan itu sendiri diamati melalui kemakmuran pemegang saham yang dapat diukur melalui harga saham perusahaan di pasar modal”

Dari pendapat - pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat dijadikan proksi nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi nilai perusahaan, yang berarti kemakmuran pemegang saham juga semakin meningkat.

Nilai perusahaan mencerminkan nilai saat ini dari pendapatan yang diinginkan dimasa mendatang dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan Christiawan dan Tarigan (2007). Beberapa proksi yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

- 1) *Price Earning Ratio* (PER) Menurut Usman dalam Kusumaningrum (2013), PER yaitu rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham. Faktor-faktor yang mempengaruhi PER adalah :
 - a) Tingkat pertumbuhan laba
 - b) *Dividend Payout Ratio*
 - c) Tingkat keuntungan yang disyaratkan oleh pemodal
- 2) *Price Book Value* (PBV) Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham, 1999 dalam Wahyudi dan Pawestri, 2006).

- a. *Tobin's Q ratio* (Q Tobin) Q Tobin adalah nilai pasar dari aset perusahaan dibagi dengan biaya penggantian (Ross 2009). Rumus yang digunakan mengukur nilai perusahaan pada penelitian ini yaitu dengan *price book value* (PBV) adalah

$$\text{PBV} = \frac{\text{harga perlembar saham}}{\text{Harga buku perlembar saham}}$$

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh PBV yaitu sebagai berikut

- a). PBV mempunyai ukuran intuitif yang relatif stabil yang dapat diperbandingkan dengan harga pasar. Investor yang kurang percaya dengan metode *discounted cash flow* dapat menggunakan PBV sebagai perbandingan.
- b). Nilai buku memberikan standar akuntansi yang konsisten untuk semua perusahaan. PBV dapat diperbandingkan antara perusahaan-perusahaan yang sama sebagai petunjuk adanya *under* atau *over valuation*. perusahaan-perusahaan dengan laba negatif yang tidak bisa dinilai dengan menggunakan *price earning ratio* (PER) dapat dievaluasi dengan menggunakan *price book value* (PBV).

Nilai perusahaan secara keseluruhan dapat juga terdiri dari nilai saham-sahamnya di pasar dan nilai utangnya. Nilai saham-sahamnya dipasar atau nilai modal sendiri ditambah dengan nilai utangnya menjadi nilai perusahaan secara keseluruhan. Pembahasan berikut ini didasarkan

pada uraian Weston and Brigham (1994), mereka mengemukakan 3 macam pendekatan (teori) nilai perusahaan :

b. Pendekatan laba bersih (*net income approach*).

Pendekatan ini mengasumsikan bahwa investor mengkapitalisasi atau menilai laba perusahaan dengan tingkat kapitalisasi yang konstan dan perusahaan dapat meningkatkan jumlah utangnya dengan biaya utang yang konstan pula.

c. Pendekatan laba usaha (*net operating income approach*). Pendekatan ini mengasumsikan bahwa investor memiliki reaksi yang berbeda terhadap penggunaan utang oleh perusahaan.

d. Pendekatan yang ketiga dinamakan pendekatan tradisional (*traditional approach*). Pendekatan ini mengasumsikan bahwa hingga satu leverage tertentu, risiko perusahaan tidak mengalami perubahan, sehingga biaya modal baik utang maupun saham relative konstan.

Menurut Pradana (2013), alat ukur untuk pertumbuhan perusahaan ada 2 yaitu :

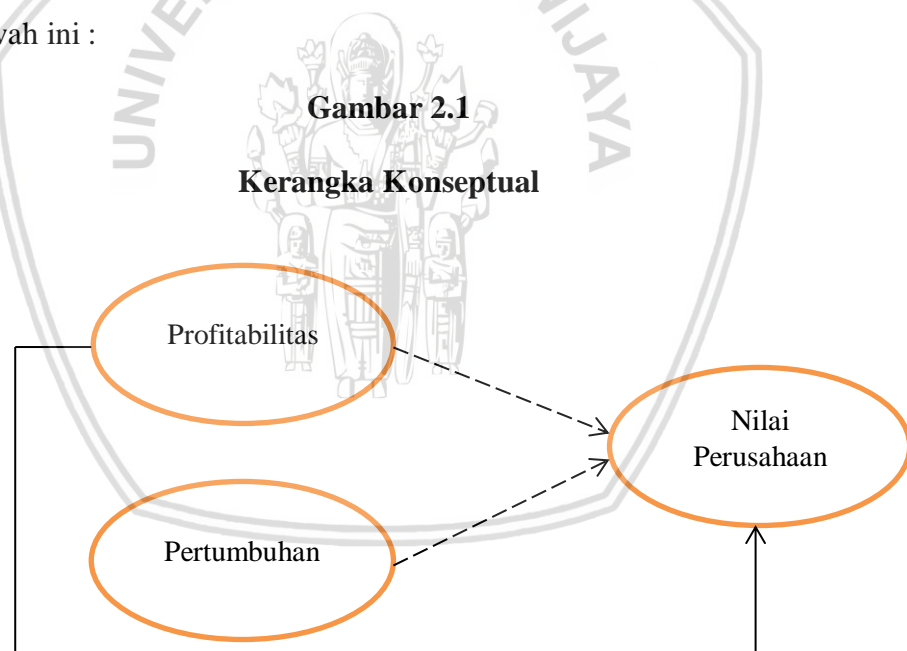
1) *Assets Growth Ratio Assets Growth* menunjukkan pertumbuhan aset dimana aset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktiva operasional perusahaan. Semakin besar aset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan.

2) *Sales Growth Ratio*

Pradana (2013), mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun. *Sales growth* yang tinggi memberi indikator perusahaan yang bersangkutan dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaannya dan diharapkan dapat meningkatkan laba yang dihasilkan.

C. Kerangka Konseptual Dan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori serta kajian terhadap penelitian terdahulu, maka kerangka konseptual dan model hipotesis disajikan pada gambar di bawah ini :



Sumber: Peneliti (2018)

D. Hipotesis

Berdasarkan model diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

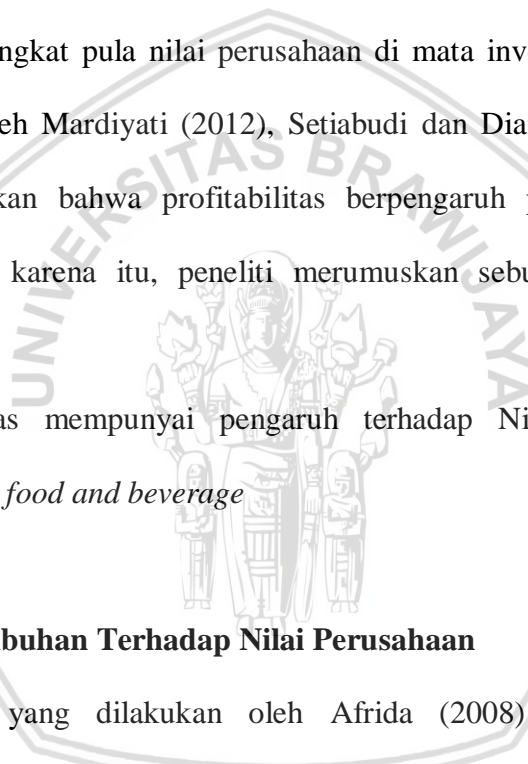
Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2010) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Amirya dan Atmini (2007) dalam Lifessy (2011) yang memaparkan bahwa profitabilitas adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu Meningkatnya harga saham di pasar berarti meningkat pula nilai perusahaan di mata investor. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiyati (2012), Setiabudi dan Dian (2012), Rizqia dkk, (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti merumuskan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *food and beverage*

Pengaruh Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Afrida (2008) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap perubahan harga saham, yang artinya bahwa informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham dan secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti merumuskan sebuah hipotesis sebagai berikut:



H₂: Pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*

Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian Susanti (2010) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Studi Kasus pada Perusahaan *Go Public* yang *Listed* Tahun 2005-2008”, hasilnya adalah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Afrida (2008) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap perubahan harga saham. Melihat dari dua penelitian tersebut, maka peneliti ingin menguji hubungan simultan dengan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *food and beverage*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan tingkat pertumbuhan terhadap nilai perusahaan, maka jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Dalam penelitian ini digunakan suatu hipotesis yang berkaitan dengan analisis data yang diteliti, disertai dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Penelitian ini adalah penelitian pengembangan, yaitu suatu penelitian pengulangan dari penelitian - penelitian terdahulu yang serupa namun dengan sampel, variabel, dan periode yang berbeda. Hasil penelitian pengembangan dan ekstensi bermanfaat untuk konfirmasi atau pengembangan untuk temuan - temuan penelitian sebelumnya Indrianto dan Bambang, (2009 : 39).

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2007 sampai dengan tahun 2011. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *sampling purposive*, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Sampel diperoleh sebanyak 10 perusahaan, sehingga didapatkan jumlah sampel (n)

selama periode tahun 2007 hingga tahun 2011 yaitu. sebanyak 50 sampel (10 perusahaan x 5 tahun).

C. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian Penelitian ini dilakukan di Pojok BEI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, JL. MT. Haryono 165 Malang, serta mengunduh langsung melalui website resmi dari Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Informasi yang didapat berupa ringkasan data keuangan beserta rasio - rasio keuangan perusahaan yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Data tersebut disediakan secara lengkap dan bersifat akurat karena telah melalui proses audit.

D. Definisi variabel

1. Variabel bebas atau variabel penyebab (independent variables)

Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau memengaruhi, yaitu faktor - faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati.

a) Profitabilitas (X1) Profitabilitas (*profitability*) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio - rasio profitabilitas, yaitu:

1) *Return on Assets* (X1.1) adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia

didalam perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan Syamsuddin (2007:63).

2) *Return on Equity* (X1.2) merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan didalam perusahaan. Secara umum, tentu saja semakin tinggi *return* atau penghasilan yang diperoleh, semakin baik kedudukan pemilik perusahaan Syamsuddin, (2007:64).

3) *Operating Profit margin* (X1.3). Rasio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut "*pure profit*" yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. *Operating profit* disebut murni (*pure*) dalam pengertian bahwa jumlah tersebutlah yang benar - benar diperoleh dari hasil operasi perusahaan dengan mengabaikan kewajiban - kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak. Semakin tinggi rasio *operating profit margin*, akan semakin baik pula operasi suatu perusahaan Syamsuddin (2007:61).

b) *Growth* (X2)

Tingkat pertumbuhan (*growth*) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut :

1) *Assets growth* (X2.1), menggambarkan kenaikan atau penurunan aktiva perusahaan setiap tahun.

2) *Sales growth* (X2.2), menggambarkan kenaikan atau penurunan penjualan setiap tahun. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan akan lebih banyak mengandalkan pada modal eksternal. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung akan lebih banyak menggunakan hutang (obligasi) dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan yang lambat

2. Variabel terikat atau variabel tergantung (dependent variables).

Variabel terikat adalah faktor - faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas, yaitu faktor yang muncul, atau tidak muncul, atau berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi variabel eksogen atau variabel bebas (*independent variable*) yaitu profitabilitas (*profitability*) dan tingkat pertumbuhan (*growth*), serta variabel endogen atau variabel terikat (*dependent variable*) yaitu struktur modal dan nilai perusahaan. Variabel eksogen atau variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab perubahannya variabel endogen atau variabel terikat, sedangkan variabel endogen atau variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel eksogen atau variabel bebas Sugiyono (2008:39).

Nilai perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam operasi masa lalu dan prospek dimasa yang akan datang untuk meyakinkan pemegang saham Mas'ud (2008). Dalam mencari nilai perusahaan pada alternatif struktur modal tertentu, perusahaan mencari tingkat pengembalian yang harus diperoleh sebagai kompensasi bagi investor dan para pemilik atas risiko yang akan ditanggungnya.

Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan indikator - indikator sebagai berikut :

a) *Price Earning Ratio* (Y2.1)

merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga per lembar saham (*price per share*) dengan laba per lembar saham (*earning per share*). Rasio ini menunjukkan seberapa banyak investor bersedia membayar per rupiah laba yang dilaporkan Moeljadi (2006:75).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data berupa data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data keuangan beserta rasionya yang diperoleh dari lokasi penelitian yaitu Pojok BEI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, JL. MT. Haryono 165 Malang Pojok BEI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Brawijaya, JL. MT. Haryono 165 Malang dan mengunduh langsung melalui website resmi BEI yaitu www.idx.co.id.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa metode dokumentasi. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan Sanusi (2011:114). Penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang dilakukan yaitu berupa data keuangan beserta rasio keuangannya dan data profitabilitas serta pertumbuhan yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini.

F. Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi – asumsi yang harus dipenuhi dalam menyusun regresi berganda sehingga hasilnya tidak bias Suhardi & Purwanto (2004:628). Beberapa uji yang memungkinkan mendeteksi pelanggaran asumsi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Data dapat

dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik Ghazali (2013).

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

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

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing - masing variabel bebas saling mempengaruhi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan D – W (*Durbin Watson*). Menurut Singgih Santoso (2001) kriteria autokorelasi ada 3, yaitu:

1. Nilai D – W di bawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.
2. Nilai D – W di antara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
3. Nilai D – W di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan sebagai alat untuk mengetahui apakah dalam model ditemukan ada atau tidaknya korelasi antar

variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka digunakan *problem multikolinierita*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaiknya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diuang kembali Singgih Santoso (2010:234). Menurut Gujarati (2012:432) untuk Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Penelitian ini menggunakan perangkat program *software SPSS* versi 21 untuk malakukan uji multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dan jika ada titik - titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik - titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu

maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan program software SPSS versi 21 untuk melakukan pengujian heteroskedastisitas.

2. Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Menurut Sugiyono (2011:277) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Berikut langkah - langkah dalam uji t yaitu :

- 1) Merumuskan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

$H_1 : b_1 \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

- 2) Menentukan tingkat signifikansi (level of significance), $\alpha = 5\%$
- 3) Menghitung t_{hitung} dengan rumus menurut Sudjana (2005:377) yaitu sebagai berikut:

$$T = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

- 4) Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} , yaitu :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

Kaidah keputusan : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti signifikan

$t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti tidak signifikan

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama - sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y), atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Berikut langkah - langkah dalam uji F :

1. Menentukan tingkat signifikan (α) = 5% dan degree of freedom (df) sebesar k-1 bagi pembilangnya dan n-k bagi penyebutnya (dimana n = jumlah observasi dan k = variabel penjelasan).

2. Menentukan Fhitung dengan rumus menurut Sudjana

(2005:385) sebagai berikut :

$F =$

Keterangan :

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan

F_{tabel}

R^2 = koefisien determin

N = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

3. Membandingkan Fhitung dengan F_{tabel} , yaitu :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia (BEI)

1. Sejarah Bursa Efek Indonesia (BEI)

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC.

Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah. Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Desember 1912 : Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda.
- b. 1914 – 1918 : Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I.

- c. 1925 – 1942 : Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya.
- d. Awal tahun 1939 : Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup.
- e. 1942 – 1952 : Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II.
- f. 1956 : Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin tidak aktif.
- g. 1956 – 1977 : Perdagangan di Bursa Efek vakum.
- h. 10 Agustus 1977 : Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Tanggal 10 Agustus diperingati sebagai HUT Pasar Modal. Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan go public PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara.
- i. 1977 – 1987 : Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal.
- j. 1987 : Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal di Indonesia.
- k. 1988 – 1990 : Paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat.

- l. 2 Juni 1988 : Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer.
- m. Desember 1988 : Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES 88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk go public dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal.
- n. 16 Juni 1989 : Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya.
- o. 13 Juli 1992 : Swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ.
- p. 22 Mei 1995 : Sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (Jakarta Automated Trading Systems).
- q. 10 November 1995 : Pemerintah mengeluarkan Undang – Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang - Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996.
- r. 1995 : Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya.
- s. 2000 : Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (scripless trading) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia.
- t. 2002 : BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (remote trading).
- u. 2007 : Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).
- v. 02 Maret 2009 : Peluncuran Perdana Sistem Perdagangan Baru PT Bursa Efek Indonesia: JATS-NextG.

2. Pojok BEI

Pojok BEI juga bisa disebut dengan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI). Galeri Investasi BEI adalah sarana untuk memperkenalkan Pasar Modal sejak dini kepada dunia akademisi. Galeri Investasi BEI berkonsep 3 in 1 yang merupakan kerjasama antara BEI, Perguruan Tinggi dan Perusahaan Sekuritas diharapkan tidak hanya memperkenalkan Pasar Modal dari sisi teori saja akan tetapi juga prakteknya. Kedepannya melalui Galeri Investasi BEI yang menyediakan *real time information* untuk belajar menganalisa aktivitas perdagangan saham, diharapkan dapat menjadi jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan beserta prakteknya di pasar modal.

Peran POJOK BEI sebagai *One stop student activities* pasar modal di dunia akademisi merupakan salah satu sarana pembelajaran yang dapat menjadi sebuah kekuatan untuk mencerdaskan bangsa. Kedepannya melalui laboratorium pasar modal yang menyediakan *real time data* untuk belajar menganalisa aktivitas perdagangan saham, diharapkan dapat menjadi jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan beserta prakteknya di Pasar Modal, sehingga perguruan tinggi dapat menghasilkan, masyarakat akademisi yang memahami teori beserta prakteknya. *Dissemination of information and socialization about capital market in indonesia is considered very important role in the money market and to promote the role of indonesian economy. By the integrated programs aimed to improve and develop the public knowledge about the importance of having an investment early. Knowledge is not an exception was in college. As a center of information in the field of capital market is expected to*

provide information on whether users are at academic environment or for the society.

Galeri Investasi BEI menyediakan semua publikasi dan bahan cetakan mengenai pasar modal yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia termasuk peraturan dan Undang – Undang Pasar Modal. Informasi dan data yang ada di Galeri Investasi BEI dapat digunakan oleh civitas akademika untuk tujuan akademik, bukan untuk tujuan komersial dalam hal transaksi jual dan beli saham.

Adanya Galeri Investasi BEI diharapkan dapat saling memberikan manfaat bagi semua pihak sehingga penyebaran informasi pasar modal tepat sasaran serta dapat memberikan manfaat yang optimal bagi mahasiswa, praktisi ekonomi, investor, pengamat pasar modal maupun masyarakat umum di daerah dan sekitarnya baik untuk kepentingan sosialisasi dan pendidikan / edukasi pasar modal maupun untuk kepentingan ekonomis atau alternatif investasi.

B. Penyajian Data

Terdapat 10 perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini. Berikut merupakan masing – masing gambaran umum dari sampel perusahaan *Food and Beverage* yang tercatat di BEI:

1. PT. Akasha Wira International Tbk

PT Ades Waters Indonesia pada awalnya didirikan dengan nama PT Alfindo Putra Setia, berdasarkan akta pendirian no 11, pada tanggal 6 Maret 1985. Akta pendirian tersebut telah disetujui oleh Menteri Kehakiman pada

tanggal 13 Juli 1985. Di tahun 2004, sesuai dengan surat pernyataan efektif dari ketua Bapepam, perusahaan melaksanakan penawaran umum terbatas kepada para pemegang saham dalam rangka penerbitan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sejumlah 73.720.000 saham dengan nominal Rp 1.000 per saham dan dengan harga penawaran Rp 1.025. Saham - saham tersebut tercatat di BES dan BEJ pada tanggal 27 Mei 2004. Pada tahun yang sama terjadi perubahan yang lain didalam perusahaan. Sebuah perusahaan patungan antara Nestle SA dan Refreshmen Product Services yang bernama Waters Partner Bottling SA (WPB), mengambil alih mayoritas saham di perusahaan, sehingga dari perusahaan berubah dari PT Alfindo Putra Setia menjadi PT Ades Waters Indonesia. WPB sepenuhnya mendukung perusahaan untuk melayani konsumen di Indonesia. Kedua mitra tersebut menciptakan dan mengembangkan operasional bisnis yang kuat dan berkelanjutan dalam bisnis minuman bermerek. WPA juga memberikan dukungan penuh dalam bidang pemasaran, distribusi, keuangan, teknis, sumber daya manusia dan manajemen untuk mengembangkan bisnis secara meluas.

Pada tahun 2004, Water Partners Bottling S.A (WPB), merupakan perusahaan patungan antara Coca - cola dan Nestle (secara tidak langsung) mengambil alih mayoritas saham di Perseroan. Nama perusahaan diubah menjadi PT Ades Water Indonesia Tbk. Kemudian, pada tahun 2006, perusahaan mengubah status badan hukumnya dari perusahaan lokal non fasilitas menjadi perusahaan modal asing berdasarkan dari persetujuan dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Pada tahun 2008, Sofos Pte, mengambil alih saham perusahaan secara tidak langsung melalui pembelian seluruh saham WPA, yang memiliki 542.347.113 saham yang mewakili 91.94% saham perusahaan.

Pemegang saham mayoritas Akasha Wira International Tbk adalah Water Partners Bottling S.A. (91,94%), merupakan perusahaan joint venture antara The Coca Cola Company dan Nestle S.A. kemudian pada tanggal 3 Juni 2008, Water Partners Bottling S.A. diakuisisi oleh Sofos Pte. Ltd., perusahaan berbadan hukum Singapura.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ADES adalah industri air minum dalam kemasan, industri roti dan kue, kembang gula, makaroni, kosmetik dan perdagangan besar. Kegiatan utama Akasha International adalah bergerak dalam bidang usaha pengolahan dan distribusi air minum dalam kemasan (merek Nestle Pure Life dan Vica) serta perdagangan besar produk-produk kosmetika.

Pada tanggal 2 Mei 1994, ADES memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) ADES kepada masyarakat sebanyak 15.000.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham, dengan harga penawaran perdana Rp3.850,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 13 Juni 1994. Pada tahun 1994, untuk pertama kalinya perusahaan menawarkan saham kepada masyarakat luas sejumlah 15.000.000 saham biasa dengan harga nominal saham Rp 1.000.

2. PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk

PT Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk (TPSF) merupakan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2003 yang pada awalnya hanya bergerak di bisnis makanan (TPS Food). Sejalan dengan proses transformasi

bisnis yang dimulai pada 2009, TPSF telah menjadi salah satu perusahaan yang termasuk dalam Indeks Kompas 100. Pada 2011, TPSF menjadi salah satu perusahaan yang termasuk dalam daftar “*A List of the Top 40 Best Performing Listed Company*” dari Majalah Forbes Indonesia dan pada 2012, TPSF mendapatkan penghargaan Indonesia Best Corporate Transformation dari Majalah SWA. Selain itu, TPSF juga dianugerahi penghargaan Asia’s Best Companies 2014 kategori Best Small Cap dari Finance Asia dan termasuk dalam daftar 20 Rising Global Stars dari Forbes Indonesia pada 2014.

PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk hadir dalam industri makanan dengan kesadaran bahwa industri ini harus dihadapi dengan inovasi dan penciptaan produk yang berkualitas serta berdaya saing tinggi. Dalam upaya mengukuhkan keberadaan Perusahaan, kami memosisikan diri untuk menjadi Perusahaan pengolahan pangan dengan teknologi modern. Diiringi dengan komitmen yang kuat dan inovasi yang dijalankan secara berkelanjutan, kontribusi Perusahaan terhadap perolehan industri akan semakin meningkat.

PT Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk tetap fokus pada pertumbuhan bisnis dan meningkatkan corporate image yang lebih baik di mata seluruh pemangku kepentingan. PT Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk juga mengarahkan agar Perusahaan selalu berupaya memperkuat positioning setiap produk dan melakukan diferensiasi melalui *strategy quality* dan *strategy value*. *Strategy quality* adalah memberikan produk-produk dengan kualitas yang lebih baik dibanding produk kompetitor sehingga menghasilkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan. Perusahaan menerapkan *strategy value* dengan memberikan nilai yang lebih bagi customer baik melalui fungsional yang lebih banyak, layanan yang lebih baik

maupun dengan mempertahankan harga yang terjangkau untuk produk - produk yang dijual.

Perusahaan berkomitmen untuk menghasilkan produk bermutu tinggi yang senantiasa kami lakukan dengan sepenuh hati. Setiap langkah menjadi rekam jejak sejarah Perusahaan yang membingkai komitmen kami dalam menghadirkan produk-produk berkualitas. Kini saatnya, bagi PT Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk untuk tetap memantapkan langkah dan menyongsong tantangan yang membentang dengan penuh percaya diri.

Selama tiga tahun terakhir, sejalan dengan proses transformasi bisnis yang dicanangkan pada akhir tahun 2009, TPSF telah berkembang pesat dengan kombinasi akuisisi dan pola pertumbuhan internal. Dengan komitmen untuk meningkatkan nilai perusahaan dari waktu ke waktu, kedua teknik tersebut sejauh ini mampu meningkatkan masa hidup perusahaan serta meningkatkan kontribusinya terhadap pembangunan Indonesia. Proses Transformasi Bisnis secara berkelanjutan dilaksanakan dengan senantiasa menumbuhkan daya saing perusahaan menuju kepada *performance* terbaik.

Dengan terus membangun kapabilitas sumber daya manusia, inovasi dan efisiensi di setiap lini kerja dan kepemimpinan yang mempunyai visi kuat, TPSF yakin akan dapat memenuhi komitmen untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan, keuntungan bagi investor, dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dan kepada bangsa dan negara.

3. PT. Cahaya Kalbar Tbk

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (sebelumnya PT Cahaya Kalbar Tbk) (CEKA) didirikan 03 Februari 1968 dengan nama CV Tjahaja Kalbar dan mulai

beroperasi secara komersial pada tahun 1971. Kantor pusat CEKA terletak di Kawasan Industri Jababeka II, Jl. Industri Selatan 3 Blok GG No.1, Cikarang, Bekasi 17550, Jawa Barat. Lokasi pabrik CEKA terletak di Kawasan Industri Jababeka, Cikarang, Jawa Barat dan Pontianak, Kalimantan Barat. Induk usaha CEKA adalah *Tradesound Investments Limited*, sedangkan induk usaha utama CEKA adalah *Wilmar International Limited*, merupakan perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Singapura.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CEKA meliputi bidang industri makanan berupa industri minyak nabati dan minyak nabati spesialitas, termasuk perdagangan umum, impor dan ekspor. Saat ini produk utama yang dihasilkan CEKA adalah Crude Palm Oil dan Palm Kernel.

Pada 10 Juni 1996, CEKA memperoleh pernyataan efektif dari Menteri Keuangan untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham CEKA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 34.000.000 dengan nilai nominal Rp500,- per saham dengan harga penawaran Rp1.100,- per saham. Saham - saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 09 Juli 1996.

4. PT. Delta Djakarta Tbk

Delta Djakarta Tbk (DLTA) didirikan tanggal 15 Juni 1970 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1933. Kantor pusat DLTA dan pabriknya berlokasi di Jalan Inspeksi Tarum Barat, Bekasi Timur – Jawa Barat. Pabrik “Anker Bir” didirikan pada tahun 1932 dengan nama Archipel Brouwerij. Dalam

perkembangannya, kepemilikan dari pabrik ini telah mengalami beberapa kali perubahan hingga berbentuk PT Delta Djakarta pada tahun 1970.

DLTA merupakan salah satu anggota dari San Miguel Group, Filipina. Induk usaha DLTA adalah San Miguel Malaysia (L) Private Limited, Malaysia. Sedangkan Induk usaha utama DLTA adalah Top Frontier Investment Holdings, Inc, berkedudukan di Filipina. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Delta Djakarta Tbk, antara lain: San Miguel Malaysia (L) Pte. Ltd (pengendali) (58,33%) dan Pemda DKI Jakarta (23,34%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan DLTA yaitu terutama untuk memproduksi dan menjual bir pilsener dan bir hitam dengan merek “Anker”, “Carlsberg”, “San Miguel”, “San Mig Light” dan “Kuda Putih”. DLTA juga memproduksi dan menjual produk minuman non-alkohol dengan merek “Sodaku”.

Pada tahun 1984, DLTA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham DLTA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 347.400 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp2.950,- per saham. Saham - saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 27 Februari 1984.

5. PT. Fast Food Indonesia Tbk

Fast Food Indonesia Tbk (FAST) didirikan tanggal 19 Juni 1978 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1979. Kantor pusat FAST terletak di Jl. M.T. Haryono, Jakarta 12810, Indonesia. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Fast Food Indonesia Tbk, antara lain: PT Gelael

Pratama (induk usaha) (44,00%), Indoritel Makmur Internasional Tbk (DNET) (35,84%) dan HSBC-FUND Services, Arisaig Asia Consumer FD Ltd. (10,14%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan FAST adalah bergereak di bidang makanan dan restoran. Fast Food memperoleh hak untuk mendirikan dan mengoperasikan gerai Kentucky Fried Chicken (KFC) dari Kentucky Fried Chicken International Holding, Inc.

Pada tanggal 31 Maret 1993, FAST memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham FAST (IPO) kepada masyarakat sebanyak 4.462.500 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp5.700,- per saham. Saham - saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 Mei 1993.

6. PT. Indofood Sukses Makmur

PT Indofood Sukses Makmur merupakan salah satu perusahaan mie instant dan makanan olahan terkemuka di Indonesia yang menjadi salah satu cabang perusahaan yang dimiliki oleh Salim Group. Perusahaan ini didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma berdasarkan Akta Pendirian No.228 tanggal 14 Agustus 1990. PT Panganjaya Intikusuma di ubah menjadi PT Indofood Sukses Makmur, berdasarkan keputusan Rapat Umum Luar Biasa Para Pemegang Saham yang dituangkan dalam Akta Risalah Rapat No.51 tanggal 5 Februari 1994 yang dibuat oleh Benny Kristianto, SH., Notaris di Jakarta.

Pada tahun 1994, terjadi penggabungan beberapa anak perusahaan yang berada di lingkup Indofood Group, sehingga mengubah namanya menjadi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. yang khusus bergerak dalam bidang pengolahan mie instan. Divisi mie instan merupakan divisi terbesar di Indofood

dan pabriknya tersebar di 15 kota, diantaranya Medan, Pekanbaru, Palembang, Tangerang, Lampung, Pontianak, Manado, Semarang, Surabaya, Banjarmasin, Makasar, Cibitung, Jakarta, Bandung dan Jambi, sedangkan cabang tanpa pabrik yaitu Solo, Bali dan Kendari. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan cukup didistribusikan ke wilayah sekitar kota dimana pabrik berada, sehingga produk dapat diterima oleh konsumen dalam keadaan segar serta membantu program pemerintah melalui pemerataan tenaga kerja lokal.

PT. Indofood Sukses Makmur terus mengalami kemajuan. Hal ini dibuktikan dengan adanya pesebaran distribusi produk yang dipasarkan. Saat ini, PT. memiliki 36 pabrik, lebih dari 10 merek dengan 150 rasa dan tipe distributor yang melayani hampir 150.000 outlet. PT. Indofood Sukses Makmur memiliki areal kantor dan pabrik seluas 61.640 m². Cabang Bandung daerah cakupan pemasaran di kabupaten dan kota Bandung, Cimahi, Cikampek, Purwakarta, Subang, Cirebon, Tasikmalaya, Garut, Sukabumi, Cianjur, Indramayu, dan Sumedang.

PT. Indofood Sukses Makmur TBK cabang Indofood Grup yang bergerak dibidang mie instan merupakan pelopor dalam industri makanan olahan di Indonesia. Saat ini perusahaan menjadi perusahaan pengolahan mie terdepan dan memegang *market leader* pada masing - masing *brand* yang dimilikinya. Produksi yang dilakukan oleh perusahaan disesuaikan dengan permintaan pasar. Perusahaan selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen, baik dalam kuantitas maupun kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan selalu mengembangkan inovasi guna memenuhi kepuasan pelanggan, khususnya selera konsumen. Pengemasan mie adalah proses penyatuan dan pembungkusan mie, bumbu,

minyak bumbu dan *solid ingredient* lainnya dengan menggunakan etiket sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Tujuan dari proses pengemasan adalah untuk melindungi mie dari kemungkinan - kemungkinan tercemar atau rusak sehingga mie tidak mengalami penurunan mutu ketika sampai kepada konsumen. Setelah dikemas, selanjutnya mie tersebut akan dimasukkan ke dalam karton. Setelah mie dimasukkan ke dalam karton seluruhnya, karton akan direkatkan dan kemudian menuju gudang untuk disalurkan. Setiap tahunnya PT. Indofood Sukses Makmur Tbk harus mengendalikan biaya promosi agar biaya promosi yang dikeluarkan untuk promosi produk tidak mengeluarkan biaya yang terlalu banyak yang menjadi pemborosan perusahaan dan supaya tingkat penjualan tidak menurun. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk melakukan pendistribusian yang sesuai dengan target pasar, produk yang dihasilkanpun harus memenuhi dengan minat konsumen.

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk terus mengadakan riset terhadap pasar untuk menyaingi pesaing perusahaan lain. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk menambah unggulan - unggulan terhadap produk yang akan dipasarkan, memperhatikan kualitas produk yang ingin dipasarkan, melihat kebutuhan dari konsumen dan perusahaan melakukan gebrakan yang menjadi daya tarik konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

7. PT. Multi Bintang Indonesia Tbk

Sejarah panjang perusahaan dimulai dengan didirikannya N.V Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen di Medan pada tahun 1921. Brewery pertama berada di Surabaya dan secara Resmi beroperasi secara komersial pada 21 November 1931. Pada tahun 1936, tempat kedudukan perusahaan dipindahkan

dari Medan ke Surabaya dan Heineken menjadi pemegang saham terbesar perusahaan dan berubah nama menjadi N.V Heineken's Nederlandsch-Indische Bierbrouweerijen Maatschappij. Lalu pada tahun 1951, Perusahaan kembali berubah nama menjadi Heineken's Indonesische Bierbrouwerijen Maatschappij N.V.

Sejalan dengan meningkatnya pertumbuhan perusahaan, brewery kedua dibangun di Tangerang. Di tahun yang sama, perusahaan berganti nama menjadi PT Perusahaan Bir Indonesia. Brewery kedua ini kemudian mulai beroperasi pada tahun 1973. Pada 1 January 1981, Perusahaan mengambil alih PT Brasseries de l'Indonesia yang memproduksi bir dan minuman ringan di Medan. Untuk mencerminkan peningkatan usaha dan aktifitas akuisisi ini, sejak tanggal 2 September 1981, nama perusahaan menjadi PT Multi Bintang Indonesia dan tempat kedudukan kemudian dipindahkan ke Jakarta. Perusahaan juga mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pada tahun 1997, kegiatan produksi di Surabaya dipindahkan ke Sampang Agung, dimana dibangun fasilitas produksi baru. Di tahun 2010, Asia Pacific Breweries Limited (APB) dari Singapura mengakuisisi saham mayoritas dari Heineken International B.V (HIBV) di perusahaan. Namun, di bulan September 2013, HIBV dari Belanda kembali menjadi pemegang saham utama Perseroan, ketika mengakuisisi saham mayoritas perusahaan hingga saat ini.

Pada tahun 2014, Multi Bintang sekali lagi menciptakan tonggak sejarah dengan membangun fasilitas produksi baru yang dilengkapi teknologi canggih untuk memproduksi minuman non-alkohol di Sampang Agung, Jawa Timur.

Dengan investasi sebesar Rp 210 miliar, fasilitas produksi ini dibangun hanya dalam waktu 9 bulan dan secara Resmi beroperasi pada Agustus 2014.

Dengan sejarah panjang di Indonesia, perusahaan pun identik dengan salah satu produk unggulan yaitu Bir Bintang, sebuah merek ikonik dan telah dikenal luas di Indonesia. Multi Bintang juga memproduksi dan memasarkan merek bir premium internasional, Heineken®; kategori 0,0% alkohol, minuman bebas alkohol Bintang Zero dan Bintang Radler 0,0%; dan inovasi terbaru Bintang Radler, kombinasi unik Bir Bintang dengan jus lemon alami yang memberikan kesegaran ganda, sekarang tersedia juga dalam varian berbeda, Bintang Radler Grapefruit dengan jus grapefruit alami; minuman fine soda, Fayrouz; minuman ringan Green Sands; dan merek cider nomor satu di dunia, Strongbow.

Saat ini, dengan didukung kuatnya aktifitas Brewery perusahaan di Sampang Agung dan Tangerang, Multi Bintang telah memantapkan pijakannya lewat anak perusahaan, PT Multi Bintang Indonesia Niaga, dalam memasarkan dan menjual produk - produk perusahaan di seluruh kota besar di Indonesia dan luar negeri. Anak perusahaan ini beroperasi sebagai distributor utama dan memulai operasi komersial pertama pada January 2005. Perusahaan mempunyai saham di PT Multi Bintang Indonesia Niaga sebesar 99%.

8. PT. Ayora Indah Tbk

Mayora Indah Tbk (MYOR) didirikan 17 Februari 1977 dan mulai beroperasi secara komersial pada bulan Mei 1978. Kantor pusat Mayora berlokasi di Gedung Mayora, Jl.Tomang Raya No. 21-23, Jakarta 11440 – Indonesia, dan pabrik terletak di Tangerang dan Bekasi. Pemegang saham yang memiliki 5% atau

lebih saham Mayora Indah Tbk, yaitu PT Unita Branindo (32,93%), PT Mayora Dhana Utama (26,14%) dan Jogi Hendra Atmadja (25,22%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Mayora adalah menjalankan usaha dalam bidang industri, perdagangan serta agen/perwakilan. Saat ini, Mayora menjalankan bidang usaha industri biskuit (Roma, Danisa, Royal Choice, Better, Muuch Better, Slai O Lai, Sari Gandum, Sari Gandum Sandwich, Coffeejoy, Chees'kress.), kembang gula (Kopiko, KIS, Tamarin dan Juizy Milk), wafer (beng beng, Astor, Roma), coklat (Choki-choki), kopi (Torabika dan Kopiko) dan makanan kesehatan (Energen) serta menjual produknya di pasar lokal dan luar negeri.

Pada tanggal 25 Mei 1990, MYOR memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham MYOR (IPO) kepada masyarakat sebanyak 3.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp9.300,- per saham. Saham - saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 04 Juli 1990.

9. PT. Pioneerindo Gourmet International Tbk

PT Pioneerindo Gourmet International Tbk (d/h PT Putra Sejahtera Pioneerindo) ,didirikan pada tahun 1983 di Jakarta adalah salah satu Perusahaan generasi pertama di Indonesia yang memperkenalkan konsep restoran cepat saji berbahan dasar ayam melalui merek dagang California Pioneer Chicken, terwaralaba Pioneer Take Out - Amerika Serikat. Perusahaan telah berhasil menarik minat publik dengan produk dan layanan berkualitas dan berhasil menjadikan sajian ayam goreng sebagai trendsetter dunia usaha makanan cepat saji di Indonesia.

Setelah tujuh tahun menempa pengalaman dan teruji dalam penguasaan pasar, pada tahun 1989 perusahaan melepaskan diri dari usaha terwaralaba menjadi pemegang waralaba penuh yang memproduksi dan memasarkan merek produk sendiri yaitu California Fried Chicken. Basis usaha pun diperkuat dengan membentuk franchise dan juga anak - anak perusahaan yaitu P Putra Asia Perdana Indah serta PT Mitra hero Pioneerindo guna mendukung penuh kinerja perusahaan dengan pola kemitraan terpadu yang dijalankan sebagai sebuah sinergi untuk memacu pertumbuhan usaha. Sinergi yang memicu kinerja usaha melalui pola kemitraan terpadu ini melahirkan diversifikasi usaha berupa peluncuran produk makanan ringan Cal Donat pada tahun 1993.

Meraih kepercayaan publik adalah pencapaian yang sangat penting bagi daya tumbuh perusahaan sehingga Perusahaan terus terpacu untuk senantiasa menjaga stabilitas dan kontinuitas usaha yang berpegang teguh kepada komitmen kualitas. Kesungguhan dalam memberikan nilai tambah kepada badan usaha maupun dalam layanan masyarakat, dibuktikan Perusahaan dengan mencatatkan sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Jakarta pada bulan April 1994.

Pada Tahun 1996, sebuah langkah penting kembali dilakukan Perusahaan dengan membuka restoran keluarga Sapo Oriental. Hal ini menjadi bukti kesungguhan Perusahaan dalam mengembangkan diri dan memanfaatkan pengalaman serta pengenalan medan.

Stabilitas usaha tidak membuat Perusahaan berhenti belajar, sementara ditengah percaturan dunia usaha makanan cepat saji terjadi perkembangan yang sangat pesat. Perkemngangan masyarakat dalam komunitas dunia yang semakin mengglobal selalu menuntut pembaruan dan perubahan. Maka pada tahun 2001

Perusahaan membuka diri untuk melakukan revitalisasi menyeluruh. Salah satu hasilnya adalah tonggak sejarah terpenting Perusahaan yaitu perubahan nama Perusahaan menjadi PT Pioneerindo Gourmet International Tbk.

Kini setelah 24 tahun berkarya, Perusahaan berorientasi kepada visi untuk menjadi produsen makanan cepat saji dengan pelayanan dan kualitas terbaik di Indonesia. Dengan tiga merek dagang bernaung dibawah menjalankan 183 gerai dan didukung oleh 1.402 karyawan.

10. PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk

PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk. (SMAR) beroperasi di bidang produksi kelapa sawit. Ruang lingkup kegiatan SMAR dan entitas anak meliputi pengembangan perkebunan kelapa sawit dan operasi penggilingan, investasi induk, dan penanaman tanaman hias, industri kimia organik dan perusahaan transportasi.

Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1962. SMAR berlokasi di Jakarta. Pabrik dan perkebunan dari divisi perkebunan grup berlokasi di Sumatera Utara, Jambi, Pekanbaru, Bangka, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, dan Kalimantan Selatan, sedangkan pabrik dari divisi pengolahan berlokasi di Surabaya dan Medan.

Produk SMAR meliputi pengolahan produk kelapa sawit seperti minyak goreng, margarin, dan minyak sawit mentah (CPO), inti sawit, minyak inti sawit, dan produk kemasan seperti botol dan tutup botol untuk konsumen akhir, rumah makan, hotel, kafe dan juga pasar industri. Jangkauan sebaran produk SMAR dipasarkan secara lokal dan internasional diantaranya seperti negara Cina, Hong Kong, Vietnam, dan Amerika Tengah.

Merek - merek yang dimiliki SMAR, antara lain: minyak goreng (Filma, Kunci Mas dan mitra), margarine (Palmboom, Menara eifel, Palmvita dan Mitra), mentega (Delicio White, Palmvita dan Menara eifel), specialty fats dan ice cream fats (Delicio coating fat dan Delicio toffee fat), frying fats (Good Fry), butter oil substitute (palmboom dan palmvita), cocoa butter substitute (i-soc dan delicoa 38).

Pada tahun 1992, SMAR memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SMAR (IPO) kepada masyarakat sebanyak 30.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp3.000,- per saham. Saham - saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 20 Nopember 1992.

Melalui PT Sinarmas Agro Resources and Technology (SMAR), Sinar Mas grup tercatat sebagai salah satu konglomerasi perkebunan minyak kelapa sawit terbesar dan terluas di Indonesia. Sinar Mas juga menjadi satu-satunya grup yang terintegrasi paling luas, mulai dari pabrik minyak sawit hingga pabrik sabun.

C. Analisis dan Interpretasi Data

1. Analisis Deskripsi Variabel

Deskripsi data variabel menggambarkan secara ringkas variabel – variabel penelitian yaitu Profitabilitas (X_1) dengan item – item variabelnya yaitu *Return on Asset* (ROA) ($X_{1.1}$), *Return on Equity* ($X_{1.2}$), dan *Operating Profit Margin* ($X_{1.3}$). Untuk variabel Pertumbuhan Perusahaan dengan item – item variabelnya yaitu

Assets growth ($X_{2.1}$), *Sales growth* ($X_{2.2}$). untuk Nilai Perusahaan memiliki item – item variabelnya yaitu *Price Earning Ratio* ($Y_{1.1}$), *Stock Price* ($Y_{1.2}$). Data rasio diperoleh dengan menggunakan rumus dari teori yang telah disusun untuk menemukan rasio – rasio keuangan perusahaan dan harga saha penutupan diperoleh dari lokasi penelitiann yaitu Pojok BEI Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan mengunduh langsung dari *website* resminya yaitu www.idx.co.id. Deskripsi data variabel ini diperlukan untuk mempermudah pengamatan melalui perhitungan rata – rata sehingga diperoleh data kuantitatif secara ringkas dan mudah dipahami. Deskripsi data variabel dari setiap item – item variabel ini juga menunjukkan perusahaan mana yang memiliki nilai tertinggi dan terendah di masing – masing item – item variabel tersebut. Deskripsi variabel ini penting dilakukan karena akan digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis tahap berikutnya yaitu analisis regresi berganda. Berikut tabel dan uraian mengenai deskripsi dari masing – masing item variabel:

a. Variabel Profitabilitas (X_1)

Tabel berikut akan menunjukkan rata – rata terbesar dan terkecil dari item variabel Profitabilitas (X_1) yaitu ROA ($X_{1.1}$), ROE ($X_{1.2}$), dan *Operating Profit Margin* ($X_{1.3}$).

1) Rata – Rata Item *Return on Asset* ($X_{1.1}$)

ROA mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atas aktiva yang dipergunakan. Berikut merupakan deskripsi dari item variabel ROA disajikan dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1
Deskripsi Data Item Variabel *Return on Asset*

No	Kode Perusahaan	2007	2008	2009	2010	2011	Mean
1	ADES LKT	-0,86625	-0,0822	0,091543	0,097565	0,081848	-0,1355
2	AISA LKT	0,030565	0,070531	0,028052	0,039163	0,041765	0,042015
3	CEKA LKT	0,040211	0,046089	0,08708	0,03476	0,116967	0,065021
4	DLTA LKT	0,079902	0,119941	0,16636	0,196966	0,217929	0,15622
5	FAST LKT	0,162889	0,159626	0,17476	0,161481	0,14797	0,161345
6	INDF LKT	0,033202	0,026125	0,051404	0,06246	0,093633	0,053365
7	MLBI LKT	0,135703	0,236148	0,342698	0,38952	0,41561	0,303936
8	MYOR LKT	0,074789	0,067133	0,114634	0,11004	0,073257	0,087971
9	PSTP LKT	0,002208	0,052438	0,120755	0,144636	0,203211	0,10465
10	SMAR LKT	0,12265	0,104368	0,073306	0,101038	0,121298	0,104532
<i>Grand Mean</i>		-0,01841	0,08002	0,125059	0,133763	0,151349	0,094356
Nilai Tertinggi		0,162889	0,236148	0,342698	0,38952	0,41561	0,303936
Nilai Terendah		-0,86625	-0,0822	0,051404	0,03476	0,041765	-0,1355

Sumber: Data Sekunder diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa selama periode 2007 – 2011 perusahaan dengan sampel *Food and Beverage* dari BEI yang memiliki ROA di atas rata – rata adalah perusahaan dengan kode FAST LKT, MLBI LKT, dan SMAR LKT. Nilai rata – rata ROA tertinggi pada perusahaan dengan kode MLBI LKT yaitu sebesar 0,303936 atau 30,39%. Artinya MLBI LKT mampu memanfaatkan seluruh aktiva yang dimilikinya semaksimal mungkin untuk menghasilkan laba yang tinggi. Laba ini didapatkan dari penjualan produk di dalam dan di luar negeri, selain itu beban usaha yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional juga tidak terlalu besar. Hal ini juga sebanding dengan laba yang diperoleh. MLBI LKT juga akan terus secara berkesinambungan mengidentifikasi serta mengevaluasi serta mengadakan inovasi agar dapat menarik perhatian konsumen, sehingga penjualan dan margin dapat tumbuh secara konsisten.

Nilai rata – rata ROA terendah dimiliki oleh perusahaan dengan kode ADES LKT yaitu sebesar -0,1355 atau -13,54%. Hal ini dikarenakan aktiva yang dimiliki oleh ADES LKT didominasi oleh aktiva tetap yang terlalu tinggi. Jumlah

aktiva yang tinggi apabila tidak ampu dimanfaatkan dengan baik, maka laba yang dihasilkan dari penjualan produk dari ADES LKT akan sangat kurang maksimal. Selain itu beban operasional juga terlalu tinggi, sehingga perusahaan mengalami defisit. Seharusnya dengan aktiva tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk berupa inovasi dan meminimalisir pengeluaran seperti beban operasional yang ada sehingga nantinya dapat meningkatkan keuntungan hasil penjualan.

2) Rata – Rata Item *Return on Equity* ($X_{1.2}$)

ROE mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bagi pemegang sahamnya. Berikut merupakan deskripsi dari item variabel ROE disajikan dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Data Item Variabel *Return on Equity*

No	Nama Perusahaan	2007	2008	2009	2010	2011	Mean
1	ADES LKT	2,307558	-0,0821677	0,239244	0,316977	0,205716	0,597466
2	AISA LKT	0,14205	0,09595572	0,08828	0,13798	0,081814	0,109216
3	CEKA LKT	0,112658	0,11051846	0,164155	0,095747	0,237758	0,144167
4	DLTA LKT	0,103245	0,16471844	0,223233	0,241604	0,264803	0,199521
5	FAST LKT	0,271724	0,25959846	0,284768	0,248979	0,275731	0,26816
6	INDF LKT	0,192011	0,12171074	0,281304	0,234429	0,15475	0,196841
7	MLBI LKT	0,426784	0,64590706	3,235954	0,939933	0,956841	1,241084
8	MYOR LKT	0,130884	0,15760066	0,235282	0,243101	0,199403	0,193254
9	PSTP LKT	0,152355	0,89118355	0,64139	0,432921	0,38619	0,500808
10	SMAR LKT	0,280293	0,22672654	0,156071	0,101038	0,243436	0,201513
<i>Grand Mean</i>		0,411956	0,2591752	0,554968	0,299271	0,300644	0,365203
Nilai Tertinggi		2,307558	0,89118355	3,235954	0,939933	0,956841	1,241084
Nilai Terendah		0,103245	-0,0821677	0,08828	0,095747	0,081814	0,109216

Sumber : Data Sekunder diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI yang memiliki ROE di atas rata – rata yaitu perusahaan dengan kode MLBI LKT, ADES LKT, dan PSTP LTK. Nilai rata –

rata ROE tertinggi pada perusahaan dengan kode MLBI LKT yaitu sebesar 1,241084 atau 124,10%. Artinya MLBI LKT mampu mengelola aktiva dan kewajibannya dengan baik. Hal ini juga didukung pula dengan kenaikan jumlah laba di setiap tahunnya yang mana rata – rata lebih besar dari ekuitasnya, sehingga menghasilkan tingkat ROE yang baik. Peningkatan penjualan dari MLBI LKT ini dikarenakan perusahaan menjalankan kegiatan operasinya tanpa mengabaikan kualitas produk yang dihasilkan oleh MLBI LKT.

Nilai rata – rata ROE terendah dimiliki oleh perusahaan dengan kode AISA LKT yaitu sebesar 0,109216 atau 10,92%. AISA LKT menunjukkan pengelolaan aktiva dan kewajiban yang tergolong kurang baik, sehingga laba yang dihasilkan oleh AISA LKT lebih rendah dibandingkan dengan total ekuitasnya. Selain itu, beban usaha yang dikeluarkan tidak sebanding dengan laba yang dihasilkan. Hal tersebut disebabkan karena kenaikan dalam beban yang diperoleh oleh AISA LKT, beban penyusutan dan amortisasi, beban karyawan serta beban administrasi dan umum. Hal ini juga yang menyebabkan tingkat ROE yang rendah pula oleh AISA LKT.

3) **Rata – Rata item *Operating Profit Margin***

Margin Laba Operasional biasanya digunakan perusahaan untuk mengukur berapa banyak uang yang didapatkan oleh perusahaan di setiap penjualan, sebelum pembayaran bunga pinjaman dan pajak. Semakin tinggi Margin Laba Operasional, semakin bagus keuntungan sebuah perusahaan.

Berikut merupakan deskripsi dari item variabel *Operating Profit Margin* disajikan dalam tabel 4.3.

Tabel 4.3
Deskripsi Data Item Variabel *Operating Profit Margin*

No	Kode Perusahaan	2007	2008	2009	2010	2011	Mean
1	ADES LKT	-1,15536	-0,23647	0,12939	0,153341	0,098952	-0,20203
2	AISA LKT	0,037735	0,108296	0,098356	0,133557	0,105647	0,096718
3	CEKA LKT	0,044473	0,021452	0,058674	0,056184	0,105199	0,057196
4	DLTA LKT	0,072486	0,08499	0,126994	0,148533	0,281821	0,142965
5	FAST LKT	0,08471	0,069562	0,091728	0,069864	0,08681	0,080535
6	INDF LKT	0,103898	0,111896	0,134736	0,175227	0,151129	0,135377
7	MLBI LKT	0,136065	0,215957	0,317636	0,344263	0,363549	0,275494
8	MYOR LKT	0,084398	0,088395	0,128358	0,107048	0,080166	0,097673
9	PSTP LKT	0,655387	0,64385	0,722015	0,575297	0,658117	0,650933
10	SMAR LKT	0,205854	0,132997	0,078177	0,082281	0,078026	0,115467
<i>Grand Mean</i>		0,026965	0,124092	0,188606	0,184559	0,200942	0,145033
Nilai Tertinggi		0,655387	0,64385	0,722015	0,575297	0,658117	0,650933
Nilai Terendah		-1,15536	-0,23647	0,058674	0,056184	0,08681	-0,20203

Sumber : Data Sekunder diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.3 mengenai deskripsi rata – rata *operating profit margin* menunjukkan bahwa perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI yang memiliki nilai *operating profit margin* di atas rata – rata adalah PSTP LKT dan MLBI LKT. Nilai *operating profit margin* dengan nilai rata – rata tertinggi adalah perusahaan dengan kode PSTP LKT sebesar 0,650933 atau 65,09%. Artinya PSTP LKT mampu untuk meningkatkan penjualannya dan mampu mengelola persediaan yang dimiliki oleh PSTP LKT sehingga besarnya nilai rata – rata *operating profit margin* dari PSTP LKT dapat menutupi biaya tetapnya.

Rata – rata terendah terdapat pada perusahaan ADES LKT sebesar -0,20203 atau -20,20%. Artinya ADES LKT belum mampu untuk meningkatkan penjualannya dan belum maksimal dalam memaksimalkan persediaan yang

dimiliki oleh ADES LKT, sehingga hal tersebut membuat ADES LKT belum mampu untuk menutupi biaya tetapnya.

b. Variabel Pertumbuhan (X_2)

Tabel berikut akan menunjukkan rata – rata terbesar dan terkecil dari item variabel Pertumbuhan (X_2) yaitu *Sales growth* ($X_{2.1}$) dan *Asset Growth* ($X_{2.2}$).

1) Rata – Rata Item *Asset Growth* ($X_{2.1}$)

Assets growth menggambarkan kenaikan atau penurunan aktiva perusahaan setiap tahun. Semakin besar aset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan. Peningkatan aset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan. Dengan meningkatnya kepercayaan pihak luar (kreditor) terhadap perusahaan, maka proporsi hutang semakin lebih besar daripada modal sendiri. Hal ini didasarkan pada keyakinan kreditor atas dana yang ditanamkan ke dalam perusahaan dijamin oleh besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Berikut merupakan rata – rata dari *asset growth* yang akan ditunjukkan pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Deskripsi Data Item Variabel *Asset Growth*

No	Nama Perusahaan	2007	2008	2009	2010	2011	Mean
1	ADES LKT	0,766382	1,034985	0,963635	1,82006	0,973975	1,111808
2	AISA LKT	1,416771	1,282919	1,324575	1,234647	1,853589	1,4225
3	CEKA LKT	2,185417	0,985273	0,938597	1,495718	0,968125	1,314626
4	DLTA LKT	1,036965	1,17884	1,088972	0,931825	0,982476	1,043816
5	FAST LKT	1,301745	1,246656	1,327043	1,186895	0,125237	1,037515

6	INDF LKT	1,815122	1,332831	1,019995	1,170691	1,133471	1,294422
7	MLBI LKT	1,018672	1,513889	1,055318	1,144562	1,073637	1,161215
8	MYOR LKT	1,218748	1,543966	1,110678	1,355057	1,500241	1,345738
9	PSTP LKT	0,9769	1,104668	1,109008	1,196036	1,224054	1,122133
10	SMAR LKT	1,517936	1,243421	1,01842	1,221833	1,180051	1,236332
<i>Grand Mean</i>		1,325466	1,246745	1,095624	1,275732	1,101486	1,209011
Nilai Tertinggi		2,185417	1,543966	1,324575	1,82006	1,853589	1,4225
Nilai Terendah		0,9769	0,985273	0,938597	0,931825	1,224054	1,037515

Sumber : Data Sekunder (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.4 mengenai deskripsi rata – rata *asset growth* menunjukkan bahwa perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI yang memiliki nilai *asset growth* di atas rata – rata adalah CEKA LKT, INDF LKT, MYOR LKT, dan SMAR LKT. Nilai *asset growth* dengan nilai rata – rata tertinggi adalah perusahaan dengan kode AISA LKT sebesar 1,4225 atau 142,25%. Hal ini menunjukkan bahwa AISA LKT mampu menaikkan aktiva setiap tahunnya dan peningkatan asset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan.

Rata – rata dari nilai *asset growth* terendah terdapat pada perusahaan dengan kode FAST LKT dengan nilai sebesar 1,037515 atau 103,75%. Artinya bahwa perusahaan FAST LKT masih belum mampu untuk menaikkan aktiva setiap tahunnya dan peningkatan asset yang diikuti oleh peningkatan hasil operasinya menurun.

2) Rata – Rata Item *Sales Growth* (X_{2.2})

Sales growth menggambarkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Tingginya tingkat *sales growth* menunjukkan semakin baik suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya. Berikut akan ditunjukkan pada tabel 4.5 terkait dengan nilai dari rata – rata item *sales growth*.

Tabel 4.5
Deskripsi Data Item Variabel *Sales Growth*

No	Nama Perusahaan	2007	2008	2009	2010	2011	Mean
1	ADES LKT	0,974127	0,984743	1,037795	1,627129234	1,368739	1,198507
2	AISA LKT	1,499062	1,01124	1,089994	1,322631756	2,485468	1,481679
3	CEKA LKT	2,078023	2,416382	0,608332	0,60123781	1,723977	1,485591
4	DLTA LKT	1,165742	1,407655	1,074584	0,953062598	1,156511	1,151511
5	FAST LKT	1,245395	1,275592	1,213448	1,187113883	1,138384	1,211986
6	INDF LKT	1,269659	1,392737	0,957256	1,02690142	1,180424	1,165395
7	MLBI LKT	1,098315	1,354651	1,219214	1,107593809	1,038313	1,163617
8	MYOR LKT	1,434654	1,381565	1,222511	1,512225197	1,308645	1,37192
9	PSTP LKT	1,126075	1,265898	1,093888	1,091333416	1,181712	1,151781
10	SMAR LKT	1,716076	1,991955	0,881978	1,427018998	1,563067	1,516019
<i>Grand Mean</i>		1,360713	1,448242	1,0399	1,185624812	1,414524	1,289801
Nilai Tertinggi		2,078023	2,416382	1,222511	1,512225197	2,485468	1,516019
Nilai Terendah		0,974127	0,984743	0,608332	0,60123781	1,038313	1,151511

Sumber : Data Sekunder diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.5 mengenai deskripsi rata – rata *sales growth* menunjukkan bahwa perusahaan *Food and Baverage* yang terdaftar di BEI yang memiliki nilai *sales growth* di atas rata – rata adalah perusahaan dengan kode SMAR LKT, MYOR LKT, AISA LKT, dan CEKA LKT. Nilai *sales growth* dengan nilai rata – rata tertinggi adalah perusahaan dengan kode SMAR LKT sebesar 1,516019 atau 151,60%. Hal ini menunjukkan bahwa SMAR LKT mampu meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun serta mampu menjalankan operasionalnya dengan mengadakan *controlling* yang berkesinambungan dan mengadakan evaluasi agar dapat meningkatkan penjualan terus – menerus.

Rata – rata dari nilai *sales growth* terendah terdapat pada perusahaan dengan kode PSTP LKT. Hal ini menunjukkan bahwa PSTP LLKT masih belum maksimal dalam mengelola penjualannya yang mana terjadi fluktuasi setiap tahunnya. Di samping itu, perusahaan PSTP LKT masih belu mampu untuk menjalankan dan memanfaatkan operasionalnya.

c. **Variabel Nilai Perusahaan (Y)**

Tabel berikut akan menunjukkan rata – rata terbesar dan terkecil dari item variabel nilai perusahaan (Y) yaitu *Price Earning Ratio* ($Y_{1.1}$). *Price earning ratio* merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga per lembar saham (*price per share*) dengan laba per lembar saham (*earning per share*). Rasio ini menunjukkan seberapa banyak investor bersedia membayar per rupiah laba yang dilaporkan. Berikut merupakan tabel dari nilai *price earning ratio* yang ditunjukkan pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Deskripsi Data Item Variabel *Price Earning Ratio*

No	Nama Perusahaan	2007	2008	2009	2010	2011	Mean
1	ADES LKT	-1,07643	-38,4615	38,46154	18,51852	22,72727	8,033873
2	AISA LKT	18,6428	21,48689	26,45503	11,0205	6,736729	16,86839
3	CEKA LKT	6,027728	5,337888	3,00553	5,0317	1,54321	4,189211
4	DLTA LKT	0,338295	0,191205	0,126582	0,114732	0,110375	0,176238
5	FAST LKT	0,434783	0,355872	0,245098	0,223714	0,19802	0,291497
6	INDF LKT	0,869565	0,833333	0,423729	0,297619	0,285714	0,541992
7	MLBI LKT	0,249688	0,094778	0,061889	0,571102	0,498504	0,295192
8	MYOR LKT	2,702703	1,953125	1,030928	0,792393	0,814332	1,458696
9	PSTP LKT	675,6757	25,74665	10,08471	7,002801	4,260758	144,5541
10	SMAR LKT	0,581395	0,549451	0,766284	0,455581	0,322061	0,534954
<i>Grand Mean</i>		70,44462	1,808766	8,066132	4,402866	3,749698	17,69442

Sumber : Data Sekunder diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai di atas rata – rata adalah perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI adalah perusahaan dengan kode PPSTP LKT. Untuk rasio yang menunjukkan rasio terbaik adalah pada perusahaan yang memiliki rasio terkecil yaitu perusaha dengan kode DLTA LKT sebesar 0,176238 yang artinya bahwa ketika investor ingin

menginvestasikan pada saham DLTA LKT maka masa kembali modal pokoknya (*payback period*) adalah sekitar 1,7 tahun.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah mulai dari uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk kinerja pada masing-masing perusahaan baik secara parsial maupun secara simultan. Sebelum melakukan uji linier berganda, metode mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik. Tujuan pemenuhan asumsi klasik ini dimaksudkan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi – asumsi yang harus dipenuhi dalam menyusun regresi berganda sehingga hasilnya tidak bias (Suhardi & Purwanto, (2004:628). Beberapa uji yang memungkinkan mendeteksi pelanggaran asumsi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Berikut merupakan hasil uji normalitas pada variabel bebas yaitu profitabilitas dan pertumbuhan

perusahaan terhadap nilai perusahaan yang akan ditunjukkan pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		11
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	38,93729069
Most Extreme Differences	Absolute	,310
	Positive	,310
	Negative	-,234
Kolmogorov-Smirnov Z		1,028
Asymp. Sig. (2-tailed)		,241

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan pengujian Kolmogorov-Smirnov pada tabel tersebut, untuk analisis variabel independen terhadap dependennya memiliki nilai *signifikan* sebesar 0,241, dimana nilai tersebut lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi. Artinya dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan D – W (*Durbin Watson*). Menurut Singgih

Santoso (2001) kriteria autokorelasi ada 3, yaitu: Nilai $D - W$ di bawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif, Nilai $D - W$ di antara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi dan Nilai $D - W$ di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif. Berikut merupakan hasil dari analisis dari uji autokorelasi:

Tabel 4.8
Hasil Uji Durbin Watson

Model Regresi	Durbin Watson	du	dl	Keterangan	Keputusan
Profitabilitas Nilai Perusahaan	\rightarrow 2.075	0.376	2.414	$0.376 < 2.075 < 2.414$	Tidak terjadi autokorelasi
Pertumbuhan Nilai Perusahaan	\rightarrow 1.981	0.376	2.414	$0.376 < 1.981 < 2.414$	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : Data diolah (2018)

Hasil uji Durbin Watson pada tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada semua model pengujian hipotesis. Pada semua model regresi nilai Durbin Watson berada diantara nilai du dan $4-du$ ($du < d < 4 - du$), sehingga dapat diputuskan bahwa data tersebut tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Gujarati (2012:432) untuk Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas

VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berikut merupakan hasil uji multikolinieritas yang disajikan dalam bentuk tabel pada tabel 4.9.

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	keterangan
Profitabilitas	0.789	1.268	Tidak terjadi multikolinieritas
Pertumbuhan	0.789	1.268	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data diolah (2018)

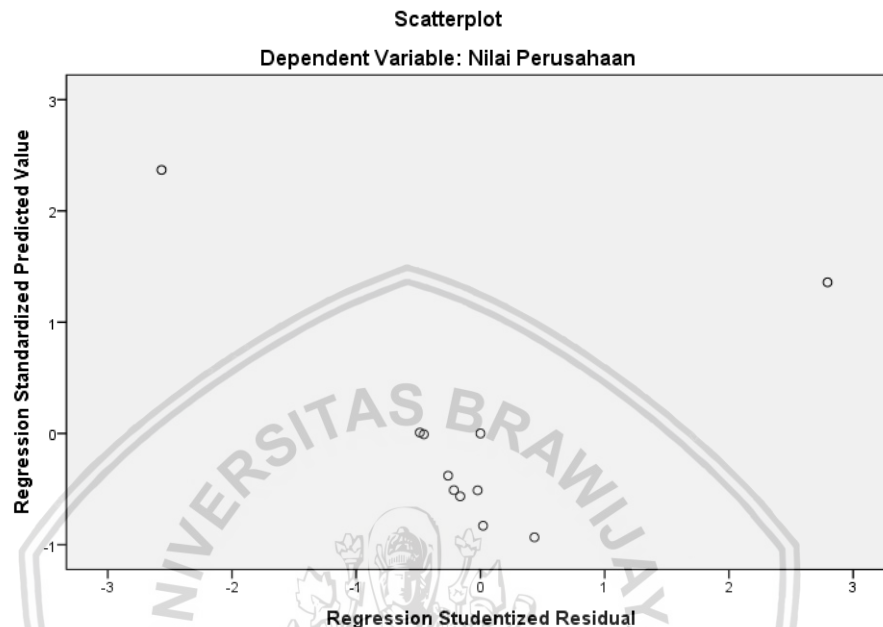
Berdasarkan pada pengujian multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa kedua data tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa nilai *tolerance* kurang dari 1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dan jika ada titik - titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik - titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka

tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut merupakan hasil dari uji heteroskedastisitas yang akan ditunjukkan pada gambar 4.1.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Artinya data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Menurut Sugiyono (2011:277) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel

dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu profitabilitas dan pertumbuhan untuk mengukur persamaan regresinya. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi linear berganda yang akan ditunjukkan pada tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	t _{hitung}	Sig.	Keterangan
X ₁	0,319	3.013	0,003	Signifikan
X ₂	0,615	2.189	0,042	Signifikan
A	0,05			
R	0,805			
R Square	0,664			
Koefisien Determinasi (Adj. R ²)	0,545			
F – Hitung	22,784			
F – Tabel	4,74			
Sig. F	0,049			
t – tabel	1.860			

Sumber : Data diolah (2018)

Hasil uji regresi berganda dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y) sedangkan untuk variabel independen yaitu profitabilitas (X₁) dan pertumbuhan (X₂). Menurut Sugiyono (2011:277) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) dengan menggunakan *Unstandardized Coefficient*. Adapun persamaan regresi pada *Unstandardized Coefficient* yang diperoleh dari tabel 4.10 adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = (27.413) + 0,319X_1 + 0,615X_2$$

Persamaan regresi linear berganda dapat diartikan sebagai berikut:

1. Y = variabel dependen yang nilainya diprediksi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y), sedangkan untuk variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas (X_1) dan pertumbuhan (X_2).
2. b_1 = koefisien regresi variabel profitabilitas (X_1) adalah sebesar 0,319 yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (X_1) memiliki pengaruh dari suatu peramalan yang searah atau positif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini diartikan bahwa setiap kenaikan dari profitabilitas (X_1) sebanyak 1%, maka akan terjadi peningkatan terhadap nilai perusahaan (Y) sebesar 0,319%.
3. b_2 = koefisien regresi variabel pertumbuhan (X_2) adalah sebesar 0,615 yang menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan (X_2) memiliki pengaruh dari suatu peramalan yang searah atau positif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini diartikan bahwa setiap kenaikan dari pertumbuhan (X_2) sebanyak 1%, maka akan terjadi peningkatan terhadap nilai perusahaan (Y) sebesar 0,069%.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (t)

Uji signifikansi parsial digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen (Y). Berikut langkah - langkah dalam uji t yaitu :

- 1) Merumuskan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

$H_1 : b_1 \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

- 2) Menentukan tingkat signifikansi (level of significance), $\alpha = 5\%$

- 3) Menghitung thitung dengan rumus menurut Sudjana (2005:377) yaitu sebagai berikut:

$$T = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

- 4) Membandingkan thitung dan ttabel, yaitu :

Jika thitung > ttabel atau sig < 0,05, maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

Kaidah keputusan : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti signifikan

$t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti tidak signifikan

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial (t)

Variabel	t hitung	Sig	Keputusan terhadap
			H0

Profitabilitas → Nilai Perusahaan	3.013	0,003	Ditolak
Pertumbuhan → Nilai Perusahaan	2.189	0,042	Ditolak

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel di atas maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 3.013 dengan signifikansi sebesar 0,003. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($3.013 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai t hutung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika profitabilitas naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,003, lebih kecil daripada 0,05, sehingga keputusan terhadap H_0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh pertumbuhan terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 2.189 dengan signifikansi sebesar 0,042. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($2.189 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan. Nilai t hutung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika pertumbuhan naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,042, lebih kecil daripada 0,05, sehingga keputusan terhadap H_0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji tingkat keeratan atau keterikatan antar variabel dependen dan variabel independen yang bisa dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (adjusted R-square). Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur prosentase variasi perubahan terikat yang dijelaskan oleh semua perubahan bebasnya. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), dimana semakin tinggi nilai R^2 suatu regresi atau mendekati 1, maka hasil regresi tersebut akan semakin baik. Hal ini berarti perubahan bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan terikat. Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,805 ^a	,664	,545	43,5332144

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data diolah (2018)

Dari hasil analisis koefisien determinasi pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square (R^2) pada model regresi sebesar 0,664. Hal ini berarti bahwa hasil regresi mampu menjelaskan pengaruh antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y sebesar 66.4% dan sisanya 33.6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. nilai R dalam

analisis regresi diperoleh sebesar 0,805, artinya terjadi hubungan erat dari korelasi antara variabel profitabilitas dan pertumbuhan dengan nilai perusahaan karena nilai lebih mendekati 1 daripada 0.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F)

Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y), atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Berikut langkah-langkah dalam uji F :

1. Menentukan tingkat signifikan (α) = 5% dan degree of freedom (df) sebesar $k-1$ bagi pembilangnya dan $n-k$ bagi penyebutnya (dimana n = jumlah observasi dan k = variabel penjelasan).

2. Menentukan Fhitung dengan rumus menurut Sudjana (2005:385)

sebagai berikut :

$F =$

Keterangan :

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel

R^2 = koefisien determin

N = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

3. Membandingkan Fhitung dengan Ftabel, yaitu :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.

Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F) dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	2973,390	2	1486,695	22,784	,049 ^b
	Residual	15161,126	8	1895,141		
	Total	18134,516	10			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan, Profitabilitas

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.13 nilai F hitung sebesar 22,784 sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; df regresi = 2 : df residual = 7) adalah sebesar 4,74. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $22,784 > 4,74$ atau nilai Sig. F (0,049) $< \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (nilai perusahaan) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas yakni profitabilitas (X_1) pertumbuhan (X_2).

E. Interpretasi Hasil Penelitian

Interpretasi hasil penelitian ini menjelaskan atas hasil data sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya. Pembahasan hasil penelitian disusun secara berurutan berdasarkan perumusan hipotesis yang diajukan.

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages*.

Penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pada hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H1 pada Uji Parsial (t), penelitian ini menemukan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 3.013 dengan signifikansi sebesar 0,003. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($3.013 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai t hitung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika profitabilitas naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,003, lebih kecil daripada 0,05, sehingga keputusan terhadap H0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan pada H1, sehingga H1 dalam penelitian ini diterima. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mardiyati (2012), Setiabudi dan Dian

(2012), Rizqia dkk, (2013) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga ditinjau dari teori yang dikemukakan oleh Amiryana dan Atmini (2007) dalam Lifessy (2011) bahwa profitabilitas adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini ingin menguji ulang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan periode yang berbeda. Hasilnya dapat disimpulkan bahwa telah sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka semakin banyak pengungkapan dari profitabilitas perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Adanya profitabilitas yang semakin baik meningkatkan reputasi dan nilai sebuah perusahaan sehingga hal tersebut dapat menarik minat investor atau adanya hubungan baik antara perusahaan dengan pihak luar, apalagi ditinjau bahwa pada tahun 2008 telah terjadinya krisis ekonomi di Amerika Serikat yang berimbas pada perekonomian negara berkembang dan hal ini juga mampu memberikan dampak baik untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan yang mana hal tersebut dilakukan dengan cara membuat suatu inovasi dan terus melakukan evaluasi strategi agar terciptanya profitabilitas yang baik yang akan berdampak juga terhadap nilai perusahaan yang baik.

2. Pengaruh Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages*.

Penelitian ini menggunakan pertumbuhan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pada Hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H2 pada Uji Parsial (t), penelitian ini menemukan adanya pengaruh antara pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H2 pada Uji Parsial (t), penelitian ini menemukan adanya pengaruh antara pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel pertumbuhan terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 2.189 dengan signifikansi sebesar 0,042. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($2.189 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan. Nilai t hitung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika pertumbuhan naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,042, lebih kecil daripada 0,05, sehingga keputusan terhadap H0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu H2, sehingga H2 dalam penelitian ini diterima. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Afrida (2008) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap perubahan harga saham, yang artinya bahwa informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham dan secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan.

Persamaan hasil pada penelitian ini dikarenakan melihat dari pertumbuhan penjualan dan aset sehingga dapat mengukur seberapa besar pertumbuhan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, menunjukkan bahwa semakin perusahaan mengalami pertumbuhan pada penjualan dan asetnya yang telah diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil dari H2 menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga hasil nilai perusahaan dengan perolehan saham dan respon positif dari investor akan meningkat sejalan dengan meningkatnya pertumbuhan perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages*.

Penelitian ini menggunakan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pada Hipotesis 3 (H3) menyatakan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H3 pada Uji Simultan (F), penelitian ini menemukan adanya pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki nilai F hitung sebesar 22,784 sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; df regresi = 2 : df residual = 7) adalah sebesar 4,74. Karena F hitung > F tabel yaitu $22,784 > 4,74$ atau nilai Sig. F (0,049) < $\alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai

perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas dan pertumbuhan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu H3, sehingga H3 dalam penelitian ini diterima. Penelitian ini mampu menunjukkan bukti adanya pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan secara bersamaan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2010) dan Afrida (2008) bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap nilai perusahaan, dikarenakan pengungkapan dari profit dan pertumbuhan penjualan serta aset perusahaan maksimal, sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dikarenakan nilai perusahaan yang baik. Investor dapat menimbangkan dalam suatu keputusannya melalui hasil profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Sehingga dengan meningkatnya nilai perusahaan yang ditinjau oleh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan yang baik, maka investor siap untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut dan menjadikan signifikannya peningkatan nilai perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh Profitabilitas dan Tingkat Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2011) ”. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages*. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 3.013 dengan signifikansi sebesar 0,003. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($3.013 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai t hitung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika profitabilitas naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak profitabilitas perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan.
2. Penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari

hasil analisis variabel pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 2.189 dengan signifikansi sebesar 0,042. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($2.189 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan. Nilai t hitung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika pertumbuhan naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pertumbuhan perusahaan dalam laporan tahunan maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan.

3. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis variabel profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki nilai F hitung sebesar 22,784 sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; df regresi = 2 : df residual = 7) adalah sebesar 4,74. Karena F hitung > F tabel yaitu $22,784 > 4,74$ atau nilai Sig. F ($0,049$) < $\alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas dan pertumbuhan.

B. Saran

Adapun saran yang peneliti bisa berikan untuk penelitian – penelitian selanjutnya adalah :

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan rentang periode penelitian yang lebih baru agar dapat memprediksi hasil penelitian untuk periode kedepannya.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan penambahan variabel dari profitabilitas dan pertumbuhan agar hasil penelitian bisa meluas.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menganalisis profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan yang lebih mendalam dari sumber – sumber yang lebih lengkap.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian merupakan kelemahan – kelemahan yang didasari oleh peneliti selama melakukan penelitian dan penting sekali untuk dikemukakan. Beberapa keterbatasan pada penelitian ini adalah :

1. Periode penelitian ini terlalu lama yaitu dilakukan pada periode 2007 – 2011, sehingga sangat tidak mudah untuk mengumpulkan data.
2. Hasil dari koefisien determinasi yang dihasilkan dari model regresi hanya memberikan informasi sebesar 66.4%,. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan hanya mampu menjelaskan sebesar 66.4% dan masih ada variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini sebesar 33,6% yang dapat menjelaskan pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muid, Moch. Ronni Noerirawan. 2012. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Akuntansi* Volume 1 No.2 Hal. 4
- Amirya, Mirna dan Atmini Sari. (2007). *Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang dimediasi oleh leverage sebagai variable intervening : sebuah perspektif Pecking Order Theory*. The 1 Accounting conference faculty of economic Universitas Indonesia, Depok 7-9 November 2007.
- Ansori, Mokhamat dan H. N. Denica. 2010. *Pengaruh Keputusan Investasi Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Tergabung dalam Jakarta Islamic Index Studi pada Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Analisis Manajemen, ISSN: 1411-1799, Vol. 4, No. 2 (Juli), Hal. 153-175.
- Akhtar, Muhammad F, et. al. 2011. Factors Influencing the Profitability of Islamic Banks of Pakistan. *International Research Journal of Finance and Economics*.
- Brealey, Myers, Marcus. 2008. *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 5 Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Bilal, Muhammad, et, al. 2013. Influence of Bank Specific and Macroeconomic Factors on Profitability of Commercial Banks: A Case Study of Pakistan. *Research Journal of Finance and Accounting*. Vol.4, No.2
- Brigham, E.F. dan L.C. Gapenski. 2006. *Intermediate Financial Management. 7th edition. Sea harbor Drive: The Dryden Press, New York*.
- Christiawan, Yulius Jogi dan Josua Tarigan. 2007. Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9, No.1.
- D., Prastowo Dwi dan Rifka Juliaty. 2008. *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Aplikasi (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Dewa, kadek & Kusumajaya. 2011. Pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*.

- Dewi, Putu Yunita Saputri, dkk. 2014. "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan LQ45 di BEI Periode 2008-2012". *E-journal S1 AK Universitas Pendidikan Ganesha. Vol.2 No.1. Universitas Pendidikan Ganesha*. Bali: Universitas Pendidikan Ganesha
- DJ, Alfredo Mahendra et, al. 2011. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. Tesis. Bali. Universitas Udayana.
- Eduardus, Tandelilin. 2001. "Analisis Investasi dan Manajemen Risiko". Edisi Pertama. Yogyakarta:BPFE.
- Fanindya, Ika & Nur, Shiddiq. 2013. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Kebijakan Utang, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 – 2011). *Undergraduate thesis*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Gallagher, Timothy J. and Joseph D. Andrew Jr, 1999. *Financial Management: Principles and Practice*. Penerbit Prentice Hall Inc, Ney Jersey.
- Gitman, Lawrence. 2006. *Principles of Manajerial Finance*. United States: Pearson Addison Wesley.
- Gultom, C. M. dan F. Syarif. 2009. *Pengaruh Kebijakan Leverage, Kebijakan Dividen, dan Earning Per Share Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi 47.
- Gul, S., Irshad, F., & Zaman, K. 2011. Factors Affecting Bank Profitability in Pakistan. *The Romanian Economic Journal*, 39, 61-87.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Abdul dan Supomo, 2005. *Akuntansi Manajemen*, Edisi 1, Cetakan Kesebelas, BPFE, Yogyakarta.
- Hartanti, Puji. 2014. *Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Rasio Profitabilitas Terhadap Price To Book Value*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Hasnawati, S. 2005. Implikasi Keputusan Investasi, Pendanaan, dan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta. *Usahawan*: No. 09/Th XXXIX. September 2005: 33-41.
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis, Edisi kesatu*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermuningsih, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia.
- Helfert, Erich. 2000. *Techniques of Financial Analysis: A Guide to Value Creation 10th Edition*. McGraw – Hill.
- Husnan, Suad. 2001. *Dasar – Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta. Penerbit : UPP AMP YKP
- Husnan, Suad. Dan Enny Pudjiastuti, 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Empat*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- <http://nasional.kontan.co.id/news/industri-makanan-dan-minuman-kebal-krisis&prev=search>. Diakses pada tanggal 18 Februari 2018
- Irawati, Susan. 2006. *Manajemen Keuangan*. Cetakan Kesatu. Bandung: PT.Pustaka.
- Ismiyanti & Hanafi, Mahfud. 2010. *Manajemen Keuangan*. Cetakan ke Lima. Yogyakarta : BPPF
- Indriantoro dan Bambang. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen (Edisi 1)*. Penerbit : BPFY Yogyakarta
- Kasmir, Dr. 2008. *Analisis laporan keuangan*. Edisi 1-5, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kuswadi. 2005. *Cara Mudah Memahami Angka dan Manajemen Keuangan Bagi Orang Awam*. Penerbit : Gramedia, Jakarta.
- Kusumaningrum, D. A. dan S. N. Rahardjo. 2013. *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan*. Diponegoro Journal of Accounting. Vol. 2, No. 4, pp. 1-10. ISSN (online) : 2337-3806.
- Lifessy. M. 2011. *Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

- Martalina, Lifessy. 2011. “*Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening*”. Skripsi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Martani, Dwi & Ronald. 2009. Factors Affecting Profitability of Multi-finance Company in Indonesia. *jurnal Universitas Indonesia*.
- Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim. 2003. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Kedua*. Yogyakarta : UPP AMP-YKPN.
- Mardiyati, Umi, dkk. 2012. “Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2010”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1.
- Moeljadi. 2006. *Manajemen Keuangan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. BPFE: Yogyakarta.
- Mas’ud, Masdar. 2008. “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal dan Hubungannya Terhadap Nilai Perusahaan*.” *Manajemen dan Bisnis*, vol. 7 no. 1. Universitas Muslim Indonesia.
- Mc Eachern, William A. 2000. *Ekonomi Makro : Pendekatan Kontemporer Edisi 1*. Diterjemahkan oleh Sigit T. Jakarta. Salemba Empat.
- Nafarin. M. 2007. *Penganggaran Perusahaan*. Edisi ke 3. Jakarta :Salemba 4.
- Pradana, H. R. dan F. Kiswanto. 2013. Pengaruh Risiko Bisnis, Struktur Aset, Ukuran, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal. *Accounting Analysis Journal* 2(4).
- Rizqia, D. A., dkk. 2013. “Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value”. *Research Journal of Finance and Accounting*. Vol. 4(11), hal 120-130.
- Ross, S.A. 1977. "The Determination of Finacial Structure: The Incentive Signalling Approach". *Journal ofEconomics*. Spring, 8, pp 23-40.
- Robert C. Fink and Ann Harrison, 1999. Businaess Return on Assets, *Journal of Return On Investment*, Computerworld; Jun 21; vol 33, Iss 25.
- Sartono, Agus. 2001. “*Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*”. Edisi Empat. BPFE; Yogyakarta.

- Santoso, Singgih. 2001. *Mengolah Data Statistik Secara professional*. Jakarta.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba empat.
- Setiabudi, Andi, dan Dian Agustia. 2012. *Fundamental factors of firm value*. Journal of basic and applied scientific research.
- Susanti, Rika. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan *Go Public* yang *Listed* Tahun 2005-2008). Skripsi Universitas Diponegoro.
- Srairi, S. 2009. A comparison of the profitability of Islamic and conventional banks: The case of GCC countries. *Bankers, Markets & Investors*. 98, 16-27.
- Syamsudin, Lukman. 2004. *Manajemen Keuangan*. Penerbit : Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.
- Suhardi dan Purwanto. 2004. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Wahyudi, U., dan H. P. Pawestri. 2006. *Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening*. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang: 1-25
- Walsh, Ciaran. 2004. *Key Management Ratios : Rasio-rasio Manajemen Penting, Penggerak dan Pengendali Bisnis*. terjemahan Shalahuddin Haikal. Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Weston, J. F. dan E. F. Brigham. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Terjemahan Al Fonsus Sirait, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Cetakan Pertama, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Wijaya, L.R.P, Wibawa, A. 2010. *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto.

www.indocashregister.com diakses pada 18 Februari 2018