

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS PERUSAHAAN

**(Studi Pada Perusahaan *Food and Beverages* yang *Go Public*
di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2004-2006)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**BUDI DWI PRASETYO
NIM. 0410320029-32**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN
2009**

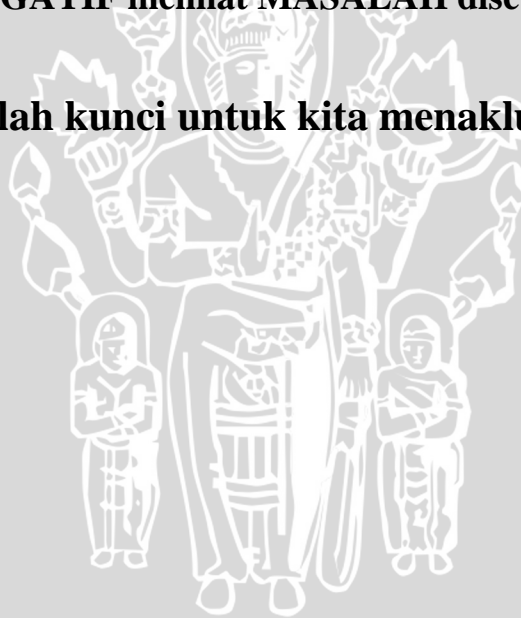
MOTTO

Destiny is not a Matter of chance, it's a matter of choice. It's not a thing to be waited for, it's a thing to be Achieved

“Better Die to reach something than life for Nothing”
(General George S Patton)

**Orang SUKSES Selalu kelebihan satu JALAN
Orang GAGAL selalu kelebihan satu ALASAN
Orang POSITIF melihat PELUANG disetiap MASALAH
Orang NEGATIF melihat MASALAH disetiap PELUANG**

“Mimpi adalah kunci untuk kita menaklukkan Dunia”
(Nidji)



RINGKASAN

Budi Dwi Prasetyo, 2009, **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan *Food and Beverages* yang *Go Public* di Bursa efek Indonesia (BEI) Periode tahun 2004-2006)**, Pembimbing : Prof.Dr Suhadak, M.Ec. dan Dra. Zahroh Z.A, M.Si, 67 hal + viii

Dunia bisnis di Indonesia saat ini sedang mengalami suatu era baru, era yang disebut sebagai era globalisasi. Dalam era ini perusahaan tidak lagi hanya bersaing ditingkat lokal, melainkan tingkat internasional. Hal ini mendorong perusahaan untuk dapat mengembangkan produk-produknya, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Dalam mengembangkan produknya perusahaan tentu membutuhkan biaya yang tidak sedikit, karena itulah dibutuhkan dana dari luar perusahaan yang dapat dilakukan dengan melakukan *Go Public*. Masyarakat dalam menanamkan dananya membutuhkan suatu jaminan agar dana yang dikeluarkan dapat kembali, oleh karena itulah perusahaan diharuskan untuk mencapai kondisi yang *profitable* sebagai jaminan dapat kembalinya dana yang berasal dari masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat dan dominan mempengaruhi profitabilitas perusahaan *food and beverages* yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2004-2006. Variabel yang diduga mempengaruhi profitabilitas diantaranya adalah penjualan, *Price Earning Ratio* (PER), dan hutang.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merupakan penelitian eksplanatori dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang datanya merupakan data *cross section* dan *time series*. Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dari perusahaan *food and beverages* yang *Go Public* di BEI periode tahun 2004-2006 dan diperoleh sebanyak 13 perusahaan sebagai sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi berupa data sekunder selama periode 2004-2006.

Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik Regresi Linier Berganda dengan memperhatikan asumsi klasik agar diperoleh hasil yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimation*). Dalam menganalisis digunakan software SPSS 13.00 *for windows*, dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$.

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa variabel bebas penjualan, PER, dan hutang dapat mempengaruhi secara simultan sebesar 10,868, sedangkan secara parsial hanya variabel Penjualan yang dapat mempengaruhi secara signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,906, karena itulah variabel yang berpengaruh secara dominan juga variabel Penjualan.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, ridho dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan *Food and Beverages* yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2004-2006)**”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Suhadak, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Kusdi Rahardjo, DEA selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
3. Dra. Zahroh, ZA, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi masukan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Drs. Soeharyono, M.A Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan dorongan dan motivasi agar selalu meningkatkan prestasi akademik.
5. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Pimpinan, staf dan karyawan Pojok BEI Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang, yang telah berkenan memberikan ijin dan bantuan selama proses penelitian.

7. Kedua orang tua serta kakak tercinta yang telah memberikan doa, bantuan, dorongan dan semangat kepada penulis.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2004 yang memberikan dukungan kepada penulis.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pikiran bagi pihak-pihak lain yang membutuhkan.

Malang, 2 Februari 2009

Penulis



DAFTAR ISI

MOTTO

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAN ORISISINALITAS SKRIPSI

RINGKASAN i

KATAPENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR..... viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Perumusan Masalah 4

C. Tujuan Penelitian 4

D. Manfaat Penelitian 4

E. Sistematika Pembahasan 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tujuan Perusahaan..... 6

B. Analisa Laporan Keuangan 7

1. Laporan Keuangan 7

2. Analisa Rasio 10

C. Profitabilitas 11

D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan 12

1. Penjualan 13

2. *Price Earning Ratio* (PER) 14

3. Hutang/*Leverage* 15

E. Pasar Modal..... 16

1. Fungsi Pasar Modal..... 17

2. Bursa Efek..... 17

F. *Go Public* 18

G. Kerangka Pemikiran Penelitian..... 20

H. Model Konsep dan Hipotesis 20

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi Penelitian.....	22
C. Identifikasi Variabel.....	22
D. Definisi Operasional Penelitian.....	22
E. Populasi dan Sampel.....	23
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
G. Metode Analisa Data.....	25
1. Analisis Deskriptif.....	25
2. Uji Asumsi Klasik.....	25
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
4. Uji F.....	29
5. Uji t.....	30
6. Koefisien Determinasi.....	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	33
1. Sejarah singkat Bursa Efek Indonesia (BEI).....	33
2. Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia (BEI).....	35
3. Struktur Organisasi.....	36
B. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
C. Hasil Analisis dan Interpretasi Data.....	48
1. Deskripsi Variabel.....	48
a. <i>Return on Investments</i> (ROI).....	48
b. Penjualan.....	50
c. <i>Price Earning Ratio</i> (PER).....	51
d. Hutang/ <i>leverage</i>	52
2. Asumsi-asumsi klasik Regresi.....	53
a. Uji Normalitas.....	54
b. Uji Autokorelasi.....	54
c. Uji Multikolinieritas.....	56
d. Uji Heterokedasitas.....	57
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58

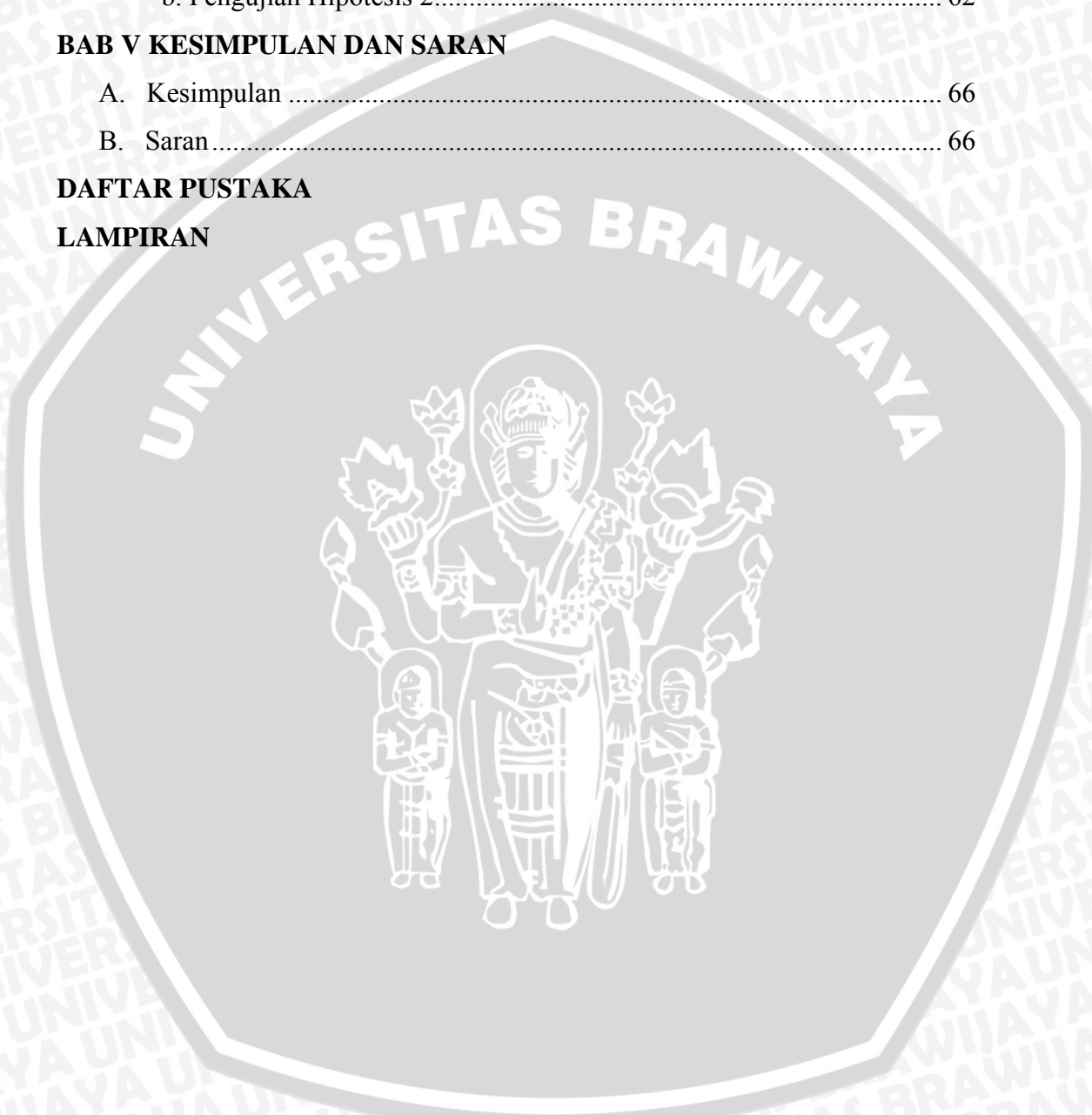
a. Persamaan Regresi Linier Berganda	59
b. Koefisien Determinasi	60
4. Hasil Pengujian Hipotesis	61
a. Pengujian Hipotesis 1	61
b. Pengujian Hipotesis 2	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	66
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1	Keputusan ada tidaknya autokorelasi	27
2	Pedoman untuk memberikan intepretasi koefisien korelasi	32
3	Dewan Komisaris	37
4	Dewan Direksi	37
5	Daftar nama pejabat kepala divisi/kepala satuan	38
6	Rata-rata ROI perusahaan sampel	49
7	Rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan sampel	50
8	Rata-rata nilai PER perusahaan sampel	51
9	Nilai rata-rata DER perusahaan sampel	53
10	Uji Kolmogorov-Smirnov	54
11	Uji Autokorelasi	56
12	Uji Multikolinieritas	56
13	Uji Heterokedastisitas	58
14	Analisis Regresi dengan SPSS Windows Versi 13	59
15	Koefisien Determinasi	60
16	Uji F/serempak	62
17	Uji t/Parsial	63

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1	Kerangka Berpikir	20
2	Model Konsep	20
3	Model Hipotesis	21
4	Daerah autokorelasi dari nilai Durbin-Watson	26
5	Dewan Komisaris	36
6	Dewan Direksi	37
7	Uji F/Simultan	61
8	Uji t/Parsial	63



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis di Indonesia saat ini sedang mengalami suatu era baru, dimana batas-batas negara bukan lagi menjadi penghambat suatu kegiatan perdagangan, sebuah era yang dikenal sebagai era globalisasi. Era ini menjadikan persaingan dunia usaha menjadi semakin ketat, hal ini terjadi selain karena kebijakan pemerintah yang memberikan kemudahan dalam berinvestasi, juga karena perusahaan-perusahaan yang dahulunya hanya bersaing pada tingkat lokal, regional, ataupun nasional kini harus pula bersaing dengan perusahaan dari seluruh penjuru dunia. Inilah yang menjadi latar belakang bagi tiap perusahaan di Indonesia untuk dapat selalu berinovasi menciptakan produk-produk baru maupun menerapkan strategi baru dalam bisnisnya, sehingga dapat terus bertahan dan berkembang ditengah persaingan global.

Perusahaan dalam upaya mengembangkan bisnisnya, tentu membutuhkan dana yang tidak sedikit. Banyak strategi yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar memperoleh dana baru adalah dengan melakukan proses *go public*,

Go public menurut Sunariyah dalam Pramono (2004:33) merupakan proses perusahaan yang *go public* (pergi ke masyarakat) artinya perusahaan itu memasyarakatkan dirinya yaitu dengan jalan memberikan sarana kepada masyarakat untuk masuk kedalam perusahaannya, dengan kata lain *go public* merupakan proses untuk menarik dana dari masyarakat dengan cara menjual saham atau efek lainnya, yang berarti masyarakat ikut memiliki perusahaan tersebut sehingga masyarakat juga berhak dalam penetapan kebijaksanaan pengelolaan perusahaan.

Investor dalam menanamkan dananya membutuhkan suatu jaminan agar dana yang dimilikinya dapat kembali, bahkan memperoleh keuntungan dari penanaman dana tersebut, karena memang inilah yang menjadi tujuan utama investor. Terdapat suatu kondisi tertentu yang harus dipenuhi bagi tiap perusahaan untuk menarik minat investor agar mau menanamkan dananya, kondisi ini disebut sebagai kondisi yang *profitable*. Melalui kondisi inilah investor dapat melihat

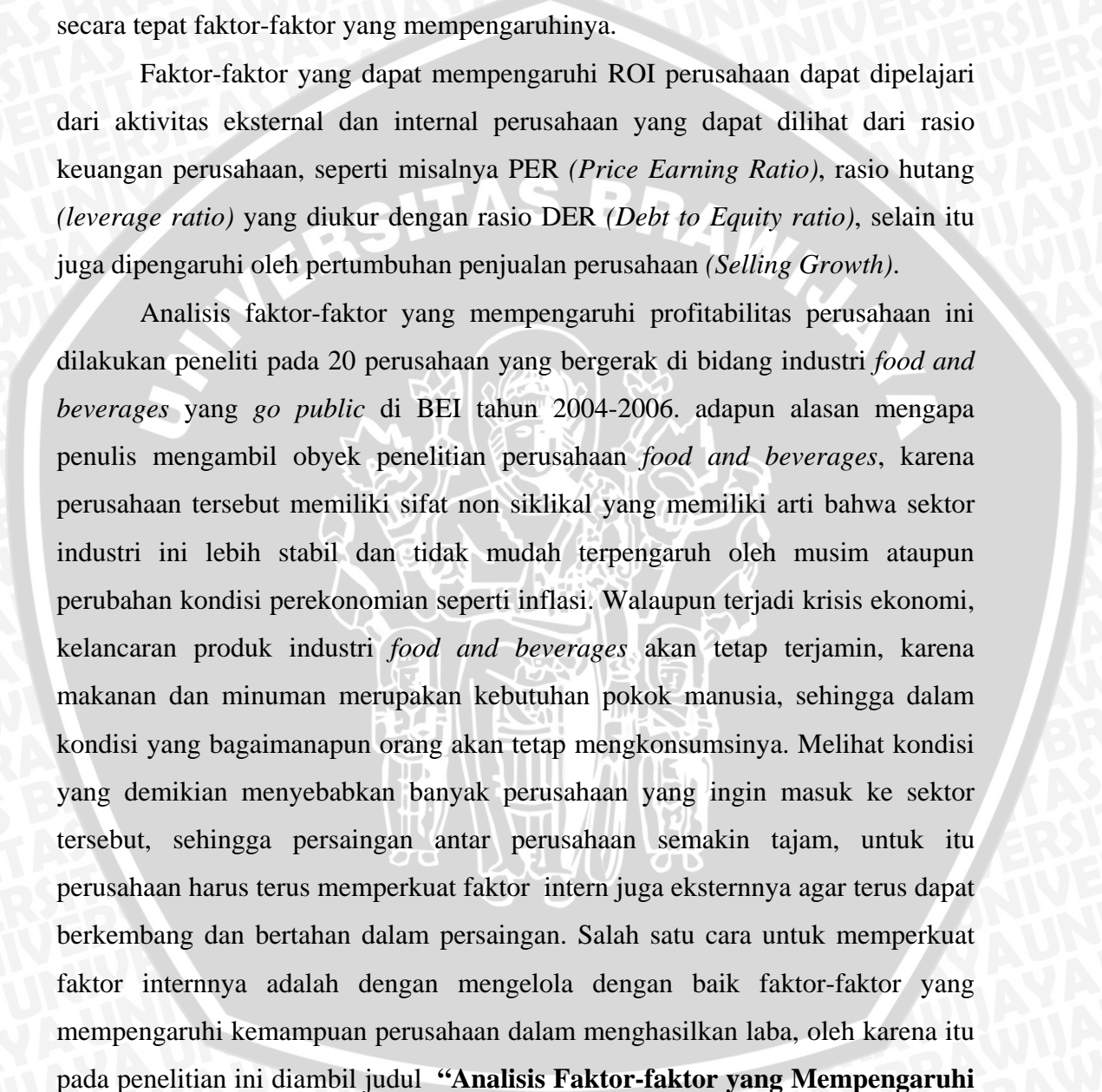
jaminan dari perusahaan dalam membayar kembali dana yang telah ditanamkan. Kondisi ini selain digunakan untuk menarik minat investor agar menanamkan dana, sebenarnya juga merupakan tujuan utama dari perusahaan. Seperti apa yang diungkapkan oleh Gitosudarma (2002:5) “Pada umumnya perusahaan merupakan organisasi yang mencari untung, maka tujuan dari perusahaan biasanya dinyatakan dalam bentuk uang”, hal ini diperkuat lagi oleh pernyataan Syamsuddin (2007:10) yang menyatakan bahwa “tujuan dari manajer keuangan sudah tentu harus sejalan dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan, yaitu untuk meningkatkan penghasilan bagi pemilik perusahaan”, oleh karena itulah dalam mencapai *maximization profit* (memaksimalkan laba), suatu perusahaan perlu sekali untuk menganalisa faktor-faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

Faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan sebenarnya terdapat berbagai macam, hal ini terkait dari bagaimana kita nantinya akan mengukur profitabilitas. Syamsuddin (2007:59) mengungkapkan bahwa “ada beberapa pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan di mana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva dan modal. Secara keseluruhan ketiga pengukuran ini akan memungkinkan seorang penganalisa untuk mengevaluasi tingkat *earning* dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan keuangan terutama pendekatan investasi, melalui pendekatan ini maka terdapat dua alat yang dapat digunakan untuk mengukur, yaitu ROI (*Return on Investments*) dan ROE (*Return on Equity*). Berdasarkan dua pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas yang berhubungan dengan investasi, penulis bermaksud untuk membatasi hanya pada satu pengukuran, yaitu melalui rasio ROI (*Return on Investment*). ROI dalam manajemen keuangan dipandang sebagai alat ukur yang berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan sejumlah aktiva yang tersedia didalam perusahaan, selain itu ROI juga menunjukkan tingkat efisiensi yang mampu dicapai oleh perusahaan atas pemanfaatan dari aset yang dimiliki, semakin tinggi rasio ini semakin baik kondisi perusahaan, hal ini seperti yang diungkap oleh Syamsuddin (2007:63)

“*Return on Investments* (ROI) merupakan pengukuran kemampuan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin baik keadaan suatu perusahaan”, sehingga untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan ROI perusahaan, maka perusahaan haruslah mengidentifikasi secara tepat faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ROI perusahaan dapat dipelajari dari aktivitas eksternal dan internal perusahaan yang dapat dilihat dari rasio keuangan perusahaan, seperti misalnya PER (*Price Earning Ratio*), rasio hutang (*leverage ratio*) yang diukur dengan rasio DER (*Debt to Equity ratio*), selain itu juga dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan perusahaan (*Selling Growth*).

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan ini dilakukan peneliti pada 20 perusahaan yang bergerak di bidang industri *food and beverages* yang *go public* di BEI tahun 2004-2006. adapun alasan mengapa penulis mengambil obyek penelitian perusahaan *food and beverages*, karena perusahaan tersebut memiliki sifat non siklikal yang memiliki arti bahwa sektor industri ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim ataupun perubahan kondisi perekonomian seperti inflasi. Walaupun terjadi krisis ekonomi, kelancaran produk industri *food and beverages* akan tetap terjamin, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia, sehingga dalam kondisi yang bagaimanapun orang akan tetap mengkonsumsinya. Melihat kondisi yang demikian menyebabkan banyak perusahaan yang ingin masuk ke sektor tersebut, sehingga persaingan antar perusahaan semakin tajam, untuk itu perusahaan harus terus memperkuat faktor intern juga ekstemnya agar terus dapat berkembang dan bertahan dalam persaingan. Salah satu cara untuk memperkuat faktor internnya adalah dengan mengelola dengan baik faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, oleh karena itu pada penelitian ini diambil judul “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan**” (Studi pada perusahaan *Food and Beverages* yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2004-2006)”.


B. Perumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan *food and beverages* yang *go public* di BEI periode tahun 2004-2006.
2. Faktor manakah yang memiliki peranan paling dominan mempengaruhi profitabilitas perusahaan *food and beverages* yang *go-Public* di BEI periode tahun 2004-2006..

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan *food and beverages* yang *go public* di BEI periode tahun 2004-2006.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi profitabilitas perusahaan *food and beverages* yang *go public* di BEI periode tahun 2004-2006.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitan ini adalah :

1. Bagi pembaca

Penelitan ini diharapkan dapat menjadi media penambah wawasan dan wacana tentang faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang positif bagi ilmu pengetahuan, khususnya ilmu administrasi keuangan, sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai sumber tambahan bagi pihak-pihak yang ingin mengadakan penelitian serupa, maupun lanjutan.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mengetahui secara garis besar dari isi penelitian, dapat dilihat dari sistematika pembahasan yang merupakan ringkasan singkat dari keseluruhan isi skripsi. Sistematika pembahasan dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang penjelasan yang menguraikan tentang latar belakang penulisan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian pustaka yang merupakan uraian tentang tinjauan teoritis yang digunakan untuk mendukung pembahasan masalah yang meliputi pengertian tentang tujuan perusahaan, analisa laporan keuangan, profitabilitas, faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan, pasar modal, dan *Go public*

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan teknik pengumpulan data, dan metode analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan yang berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian serta analisis dari permasalahan yang menjadi kajian dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dari keseluruhan penelitian yang menguraikan tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan analisis masalah dan saran yang diberikan oleh penulis pada permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tujuan Perusahaan

Setiap aktivitas yang dilakukan perusahaan adalah untuk mencapai suatu tujuan tertentu, agar kelancaran operasional perusahaan tidak terganggu, maka tujuan perusahaan perlu dipahami oleh semua pihak yang ada didalam perusahaan.

Berdasarkan teori ekonomi yang ada, perusahaan memiliki sebuah tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan profit yang didapatkan, seperti apa yang dikemukakan oleh Faisal (2002:4) "Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk mencapai laba secara maksimal, dengan demikian pencapaian laba secara maksimal dijadikan salah satu keberhasilan kinerja keuangan", hal ini diperkuat lagi oleh pernyataan Sundajaja dan Barlian (2003:67) yang menjelaskan bahwa "tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba. Untuk mencapai tujuan dari memaksimalkan laba, manajer keuangan hanya mengambil tindakan yang diharapkan dapat memberikan kontribusi utama untuk keseluruhan laba perusahaan", dengan demikian *profit maximization* memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan yang merupakan tujuan rasional dalam dunia bisnis dan fokus perusahaan untuk memperoleh pendapatan.

Menurut teori manajemen keuangan, konsep *profit maximization* memiliki kelemahan, karena selain merupakan pendekatan jangka pendek (arus kas dalam suatu periode tertentu), juga tidak diperhitungkan adanya dimensi waktu, sedangkan tujuan perusahaan dalam manajemen keuangan yang sebenarnya adalah memaksimalkan kemakmuran para pemiliknya, seperti apa yang diungkap oleh Syamsuddin (2007:11) "Tujuan perusahaan bukan hanya memaksimalkan profit yang merupakan tujuan jangka pendek akan tetapi sudah mengarah pada tujuan jangka panjang yaitu *wealth maximization* atau memaksimalkan keuntungan pemilik perusahaan".

Maximization of wealth banyak mendapat dukungan, dimana tujuannya adalah memaksimalkan kekayaan para pemegang saham, melalui maksimalisasi nilai perusahaan yang dapat dilakukan dengan

memaksimumkan nilai sekarang/*present value* semua keuntungan pemegang saham, yang diharapkan akan diperoleh dimasa yang akan datang.

Perdebatan-perdebatan mengenai tujuan perusahaan apakah *wealth maximization* atau *profit maximization* akan dikembalikan lagi pada pernyataan syamsuddin (2007:11), bahwa “*profit maximization* adalah tujuan jangka pendek dan *wealth maximization* adalah tujuan jangka panjang”. Sehingga dapat diambil suatu pengertian bahwa sebenarnya tujuan perusahaan *wealth maximization* dapat tercapai jika *profit maximization* telah tercapai lebih dulu, yang berarti bahwa tujuan jangka pendeknya tidak dapat diabaikan begitu saja.

B. Analisa Laporan Keuangan

Perusahaan agar dapat melihat apakah telah mencapai tujuannya atau belum, maka dapat dilakukan dengan cara menilai kinerja perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menilai kinerja perusahaan adalah dengan cara menganalisa laporan keuangan yang dimiliki perusahaan.

Menurut Syamsuddin (2007:37) “Analisa laporan keuangan perusahaan pada dasarnya merupakan penghitungan ratio-ratio untuk menilai keadaan keuangan perusahaan di masa lalu, saat ini, dan kemungkinannya di masa depan”.

Sedangkan menurut Harahap (2007:1) “analisa laporan keuangan merupakan suatu bentuk kegiatan untuk menggali lebih banyak informasi yang terkandung dalam suatu laporan keuangan”.

Berdasarkan kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa analisa laporan keuangan merupakan suatu proses yang penuh pertimbangan dalam rangka membantu mengevaluasi posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu, dengan tujuan utama untuk menentukan estimasi dan prediksi yang paling mungkin mengenai kondisi dan kinerja perusahaan pada masa mendatang.

1. Laporan Keuangan

Bagi seorang analis laporan keuangan, salah satu alat yang paling penting dalam menjalankan dan melaksanakan fungsinya sebagai seorang

analisis adalah laporan keuangan. Laporan keuangan sendiri memiliki beberapa definisi.

Munawir (2007:5) menjelaskan bahwa:

“Laporan keuangan adalah dua daftar yang disusun oleh akuntan pada akhir periode untuk suatu perusahaan, kedua daftar itu adalah neraca atau daftar posisi keuangan dan daftar pendapatan atau daftar laba rugi. Pada waktu akhir-akhir ini sudah menjadi kebiasaan bagi perseroan-perseroan untuk menambahkan daftar ketiga, yaitu daftar surplus atau daftar laba yang tak dibagikan (laba ditahan)”.

Sedangkan Raharjo (2005:1) berpendapat bahwa:

“Laporan keuangan merupakan laporan pertanggungjawaban manager/pimpinan perusahaan atas pengelolaan perusahaan yang dipercayakan kepadanya kepada pihak-pihak yang punya kepentingan (*stakeholders*) diluar perusahaan: pemilik perusahaan, pemerintah, kreditor, dan pihak lainnya”.

Sundjaja dan Barlian (2003:76) menyatakan bahwa :

“Laporan keuangan merupakan suatu laporan yang menggambarkan hasil dari proses akuntansi yang digunakan sebagai alat komunikasi antar data keuangan/aktivitas perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan”.

Berpijak pada beberapa pengertian diatas, maka dapat diambil pengertian bahwa laporan keuangan merupakan suatu laporan pertanggungjawaban manager/pimpinan perusahaan yang berisi ringkasan dari transaksi-transaksi yang dilakukan perusahaan pada suatu periode tertentu yang dapat menggambarkan harta kekayaan perusahaan.

Munawir (2007:13-26) mendefinisikan laporan keuangan menjadi beberapa macam, yaitu :

1. Neraca
Neraca adalah laporan yang sistematis tentang aktiva, hutang serta modal dari suatu perusahaan pada suatu saat tertentu.
2. Laporan Rugi Laba
Laporan rugi laba merupakan suatu laporan yang sistematis tentang penghasilan, biaya, rugi –laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode tertentu.
3. Laporan Laba Yang Ditahan
Laporan laba yang ditahan merupakan laporan insidental perusahaan, yang biasanya memuat *net income*, deklarasi devidend, dan penyisihan dari laba.

Harahap (2007:4) menyebutkan bahwa laporan keuangan terdiri dari :

1. Daftar neraca yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada satu tanggal tertentu. Neraca menggambarkan posisi harta, utang, dan modal pada tanggal tertentu.
2. Perhitungan laba rugi yang menggambarkan jumlah hasil, biaya, laba/rugi perusahaan pada suatu periode tertentu. Laba rugi menggambarkan hasil yang diterima perusahaan selama suatu periode tertentu serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan hasil tersebut serta labanya.
3. Laporan dan sumber penggunaan dana. Disini dimuat sumber dana dan pengeluaran perusahaan selama satu periode. Dana bisa diartikan kas bisa juga modal kerja.
4. Laporan Arus Kas
Laporan ini merupakan ikhtisar Arus Kas masuk dan Arus Kas keluar yang dalam format laporannya dibagi dalam kelompok-kelompok kegiatan operasi, kegiatan investasi, dan kegiatan pembiayaan.

Berdasarkan pada beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan, bahwa terdapat dua laporan keuangan yang utama, yaitu Neraca dan Laporan Laba Rugi, namun di dalam praktek sesungguhnya terdapat laporan tambahan untuk menunjang laporan tersebut, diantaranya adalah laporan arus kas dan laporan laba yang ditahan.

Laporan keuangan agar dapat menghasilkan suatu hasil analisa yang tepat, maka harus memenuhi beberapa kriteria. Ikatan Akuntansi Indonesia dalam Munawir (2007:28) menyebutkan kriteria tersebut, diantaranya :

1. Memenuhi keperluan untuk :
 - a. Memberikan informasi keuangan secara kuantitatif mengenai perusahaan tertentu, guna memenuhi keperluan para pemakai dalam mengambil keputusan-keputusan ekonomi.
 - b. Menyajikan informasi yang dapat dipercaya mengenai posisi keuangan dan perubahan-perubahan kekayaan bersih perusahaan.
 - c. Menyajikan informasi keuangan yang dapat membantu para pemakai dalam menaksir kemampuan memperoleh laba dari perusahaan.
 - d. Menyajikan lain-lain informasi yang diperlukan mengenai perubahan-perubahan dalam harta dan kewajiban, serta mengungkapkan hal lain-lain informasi yang sesuai dengan keperluan para pemakai.
2. Mencapai mutu sebagai berikut :
 - a. Relevan.
 - b. Jelas dan dapat dimengerti.
 - c. Dapat diuji kebenarannya.

- d. Mencerminkan keadaan perusahaan menurut waktunya secara tepat.
- e. Dapat diperbandingkan.
- f. Lengkap dan netral.

2. Analisa Rasio

Salah satu tujuan analisa laporan keuangan adalah untuk mengurangi ketergantungan para pengambil keputusan pada dugaan, mengurangi dan mempersempit lingkup ketidakpastian yang tidak bisa dilakukan pada setiap proses pengambilan keputusan serta memberikan dasar yang layak dan sistematis.

Sebenarnya terdapat beberapa metode untuk menganalisa laporan keuangan, namun dalam penelitian skripsi ini digunakan metode analisa ratio keuangan, karena analisa ratio ini mempunyai keunggulan diantara metode lainnya, diantaranya : Harahap (2007: 298)

1. Rasio merupakan angka-angka atau ikhtisar statistik yang lebih mudah dibaca dan ditafsirkan.
2. Merupakan pengganti yang lebih sederhana dari informasi yang disajikan laporan keuangan yang sangat rinci dan rumit.
3. Mengetahui posisi perusahaan di tengah industri lain.
4. Sangat bermanfaat untuk bahan dalam mengisi model-model pengambilan keputusan dan model prediksi (Z-score).
5. Menstandarisir *size* perusahaan.
6. Lebih mudah memperbandingkan perusahaan dengan perusahaan lain (*cross section*) atau melihat perkembangan perusahaan secara periodik atau "*time series*".
7. Lebih mudah melihat tren perusahaan serta melakukan prediksi dimasa yang akan datang.

Terdapat beberapa ratio yang dapat digunakan untuk menganalisa laporan keuangan, diantaranya:

Harahap (2007:301-312) membagi rasio keuangan menjadi :

1. Rasio Likuiditas

Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya.

2. Rasio Solvabilitas

Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban-kewajibannya apabila perusahaan dilikuidasi.

3. Rasio Rentabilitas

Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba, melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti

kegiatan penjualan, kas, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

4. Rasio *Leverage*

Rasio ini menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun asset.

5. Rasio Aktivitas

Rasio ini menunjukkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasinya baik dalam kegiatan penjualan, pembelian dan kegiatan lainnya.

6. Rasio Pertumbuhan (*Growth*)

Rasio ini menggambarkan presentasi pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun.

7. Penilaian Pasar (*Market Based Ratio*)

Rasio ini merupakan rasio yang menggambarkan situasi atau keadaan prestasi perusahaan di pasar modal.

8. Rasio Produktivitas

Rasio ini menunjukkan tingkat produktivitas dari unit atau kegiatan yang dinilai.

Selain itu menurut Hanafi (2004) :

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat besarnya aktivitas lancar relatif terhadap utang lancarnya.

2. Rasio Aktivitas

Rasio ini mengukur seberapa besar efisiensi penggunaan asset oleh perusahaan. Rasio ini melihat seberapa besar dana tertanam pada asset perusahaan.

3. Rasio Utang / *Leverage*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

4. Rasio Profitabilitas

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu.

5. Rasio Pasar

Rasio pasar mengukur harga pasar saham perusahaan, relative terhadap nilai bukunya.

C. Profitabilitas

Profitabilitas secara terminologi bahasa berasal dari kata “*profit*” dan “*ability*” berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Sartono (2001:48) berpendapat bahwa definisi profitabilitas merupakan “kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri”.

Sedangkan Munawir (2007:6) menjelaskan bahwa :

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur profit yang diperoleh dari modal-modal yang digunakan untuk operasi tersebut (rentabilitas) atau mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan”

Berdasarkan apa yang diungkap oleh Sartono dan Munawir diatas, dapat ditarik pengertian bahwa “profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam melakukan aktivitasnya menghasilkan laba melalui semua sumber daya yang dimiliki perusahaan”, untuk meningkatkannya maka perusahaan harus menetapkan investasi yang lebih besar pada aset yang menguntungkan dan benar-benar memberikan hasil bagi perusahaan.

Sesuai dengan tujuan jangka pendek perusahaan yaitu profit maximization, maka perhatian disini ditekankan pada profitabilitas karena untuk melangsungkan hidupnya suatu perusahaan haruslah berada pada keadaan yang *profitable* atau menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan maka akan sulit bagi pihak perusahaan untuk menarik modal dari luar. Hal ini seperti apa yang dikemukakan oleh Syamsuddin (2007:59) bahwa, “kreditur, pemilik perusahaan dan terutama pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan ini, karena disadari betul betapa penting arti keuntungan bagi masa depan perusahaan”.

Sundjaja dan Barlian (2003:143) menjelaskan bahwa “cara untuk mengukur profitabilitas perusahaan terdapat banyak ukuran, namun biasanya masing-masing hasil perusahaan dihubungkan dengan penjualan, aktiva, modal atau nilai saham”.

Menurut Horne (1997:147), pengukuran rasio profitabilitas ada dua jenis, yaitu:

1. Profitabilitas yang berhubungan dengan penjualan yang diukur dengan GPM (*Gross Profit Margin*) dan NPM (*Net Profit Margin*).
2. Profitabilitas yang berhubungan dengan investasi yang diukur dengan ROI (*Return On Investment*) dan ROE (*Return on Equity*).

D. Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan

Sebenarnya terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas), hal ini terkait dari bagaimana kita mengukur dalam profitabilitas. Profitabilitas perusahaan dapat

diukur dengan dua cara, namun dalam penelitian skripsi ini yang digunakan adalah pengukuran melalui ROI (*Return on Investment*).

Adapun rumus dari ROI menurut Syamsuddin (2007:63):

$$\text{Return on Investments (ROI)} = \frac{EAT}{\text{TotalAssets}}$$

Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan ROI perusahaan perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya, diantaranya adalah penjualan, *Price Earning Ratio* (PER), dan hutang/leverage.

Lebih lanjut penjelasan dari faktor-faktor tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Penjualan

Penjualan merupakan jumlah penerimaan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dari barang atau jasa yang dijual, baik secara tunai ataupun kredit. Pada perusahaan industri penjualan merupakan satu-satunya sumber pendapatan perusahaan. Harahap (2007:358) berpendapat bahwa "dalam perusahaan peranan penjualan sudah jelas yaitu sebagai *generating income* yaitu sumber pembentukan laba". Dari sinilah perusahaan memperoleh profit atau laba, tentunya setelah dikurangi biaya-biaya perusahaan dalam memproduksi barang. Hanafi (2004:32) merumuskan perolehan laba/profit sebagai berikut :

$$\text{Laba} = \text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya}$$

Berdasar pada rumus diatas, salah satu cara untuk meningkatkan profit perusahaan adalah dengan memperbesar volume penjualan. Hal ini diperkuat oleh pendapat Syamsuddin (2007:108) yang menyatakan "peningkatan penjualan menyebabkan peningkatan *earning* yang jauh lebih besar, dan demikian pula sebaliknya penurunan *sales* akan menyebabkan menurunnya jumlah *earning* yang tidak proporsional".

Sedangkan Syamsuddin (2007:184) dalam bukunya mengatakan untuk dapat mencapai laba yang besar dapat dilakukan dengan meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin. Semakin besar volume penjualan yang dilakukan perusahaan, semakin besar pula profit yang dapat diperoleh perusahaan, namun hal ini juga tergantung dari biaya yang

dikeluarkan perusahaan dalam melakukan kegiatannya, semakin efisien perusahaan semakin kecil pula biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, dan semakin besar pula profit/laba yang dapat diperoleh perusahaan, namun yang sebaliknya terjadi apabila biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih besar dibandingkan volume penjualan perusahaan.

2. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) merupakan salah satu rasio penilaian pasar yang sering digunakan untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan dari pihak eksternal. Terdapat beberapa definisi tentang rasio ini, diantaranya :

PER menurut Hanafi (2004:43) adalah “sebuah rasio yang memperlihatkan harga pasar saham relatif terhadap *earning* -nya”, menurut Sundjaja dan Barlian (2003:147) “PER merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur jumlah uang dimana investor bersedia membayar untuk setiap rupiah pendapatan perusahaan”. Brigham dan Earnhardt berpendapat (2003:43) “*PER shows how much investors are willing to pay per dollar of reported profits* atau PER menunjukkan berapa banyak investor mau membayar untuk tiap dolar laba yang dilaporkan”, sedangkan menurut Sawir (2005:21) “PER adalah apa yang investor bayar untuk aliran *earnings*, atau dilihat kebalikannya adalah apa yang investor dapatkan (peroleh) dari investasi tersebut”.

Apabila ditarik kesimpulan, maka PER merupakan rasio penilaian pasar yang memperlihatkan sejumlah uang yang investor investasikan untuk setiap rupiah laba perusahaan dari hasil investasi tersebut, atau dilihat kebalikannya adalah apa yang investor dapatkan dari sejumlah uang yang mereka investasikan.

Adapun rumus *Price Earning Ratio* (PER) menurut Hanafi (2004:43) :

$$PER = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per Share}}$$

Rasio PER yang tinggi menunjukkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi, namun berlaku sebaliknya apabila rasio PER yang

dimiliki suatu perusahaan rendah., hal ini menunjukkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang rendah pula. Para investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki nilai rasio PER yang tinggi, karena menurut investor perusahaan yang memiliki nilai PER tinggi merupakan salah satu jaminan agar investasi mereka dapat kembali, dari apa yang mereka investasikan inilah perusahaan mempunyai kesempatan untuk meningkatkan profit perusahaan.

3. Hutang / Leverage

Faktor lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan adalah *leverage*/hutang. Hutang menurut Kusnadi (2004:41) merupakan “semua kewajiban ekonomis yang diakui dan diukur berdasarkan prinsip akuntansi yang timbul dari transaksi di masa lalu”. Penggunaan hutang menunjukkan adanya pinjaman yang berasal dari luar perusahaan.

Hutang dalam perusahaan biasanya digunakan untuk memperbesar kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui berbagai macam aktivitasnya, seperti pernyataan berikut ini

“ if a lot of debt is used to finance increased operations (high debt to equity), the company could potentially generate more earnings than it would without this outside financing”. (jika hutang digunakan untuk meningkatkan operasi perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan untuk mendapatkan laba yang lebih besar jika dibandingkan tanpa menggunakan pinjaman dari luar tersebut. (www. Answer.com/debt-equity-ratio)

Penggunaan hutang dalam perusahaan selain dapat mendatangkan tingkat laba yang lebih besar, juga mempunyai tingkat resiko yang besar pula, hal ini dikarenakan adanya beban berupa bunga yang terkait hutang tersebut. Hanafi berpendapat (2004:41) bahwa “penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan profitabilitas, dilain pihak, hutang yang tinggi juga akan meningkatkan resiko. Jika penjualan tinggi, maka perusahaan bisa memperoleh keuntungan yang tinggi, sebaliknya jika penjualan

turun, perusahaan terpaksa bisa mengalami kerugian karena adanya beban bunga yang harus tetap dibayarkan ”.

Perusahaan yang memiliki tingkat penggunaan hutang tinggi dalam pendanaan operasi perusahaannya amatlah beresiko, meskipun demikian investor lebih menyukai perusahaan tersebut, karena investor mempunyai pedoman bahwa semakin tinggi resiko, maka semakin tinggi pula return yang didapatkan, namun investor tidak begitu saja melepaskan dana yang dimilikinya untuk diinvestasikan. Investor membutuhkan sebuah jaminan agar investasi tersebut dapat kembali, hal ini dapat dilihat dari rasio *leverage*/ hutang yang diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio*.

Menurut Syamsuddin (2007:50) “*debt to equity ratio* menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan oleh para kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Hal ini biasanya digunakan untuk mengukur *financial leverage* dari suatu perusahaan”

Adapun rumus *debt to equity ratio* menurut syamsuddin (2007:54):

$$DER = \frac{\text{long term debt}}{\text{stockholders equity}}$$

Rasio ini menunjukkan penggunaan hutang perusahaan dibandingkan dengan modal sendiri, semakin tinggi rasio ini maka semakin tinggi pula resiko perusahaan, dan semakin tinggi pula kemungkinan perusahaan memperoleh laba.

E. Pasar Modal

Secara formal pasar modal dapat didefinisikan sebagai pasar untuk berbagai instrumen keuangan (atau sekuritas) jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk hutang ataupun modal sendiri, baik yang diterbitkan oleh pemerintah, *public authorities*, maupun perusahaan swasta.

Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1995, pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan diterbitkannya, serta lembaga, dan profesi yang berkaitan dengan diterbitkannya, serta lembaga, dan profesi yang berkaitan

dengan efek, sedangkan pengertian umum pasar modal (*capital market*) adalah institusi/ transaksi instrumen keuangan jangka panjang.

Berdasarkan sifat fisiknya pasar modal dibedakan antara *organized security exchange* (biasa disebut bursa efek atau *stock exchange*) yang secara fisik ada tempat, misalnya Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *New York Stock Exchange* (NYSE). Dan *over-the-counter markets* yang secara fisik tidak ada tempatnya, dan meliputi semua efek yang tidak diperdagangkan di bursa.

1. Fungsi Pasar Modal

Pasar modal dapat memainkan peranan penting dalam suatu perkembangan ekonomi suatu negara, suatu pasar modal dapat berfungsi sebagai :

- a. Sarana untuk menghimpun dana masyarakat untuk disalurkan kepada kegiatan-kegiatan yang produktif.
- b. Sumber pembiayaan yang mudah, murah, dan cepat bagi dunia usaha dan pembangunan nasional.
- c. Mendorong terciptanya kesempatan berusaha dan sekaligus menciptakan kesempatan kerja.
- d. Mempertinggi efisiensi alokasi sumber produksi.
- e. Memperkokoh beroperasinya mekanisme financial market dalam menata sistem moneter, karena pasar modal dapat menjadi sarana "open market operation" sewaktu-waktu diperlukan oleh Bank Indonesia.
- f. Menekan tingginya tingkat bunga menuju suatu "rata" yang *reasonable*.
- g. Sebagai alternatif investasi bagi para pemodal.

2. Bursa Efek

Bursa Efek adalah lembaga atau perusahaan yang menyelenggarakan, menyediakan fasilitas sistem (pasar) untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek antar berbagai perusahaan atau perorangan yang terlibat dengan tujuan memperdagangkan efek perusahaan-perusahaan yang telah tercatat di bursa efek.

Menurut UU pasar Modal No. 8 Tahun 1995, bursa efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atas sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka. Jadi bursa efek merupakan suatu tempat untuk melakukan kegiatan perdagangan, dimana barang yang diperjualbelikan berupa surat-surat berharga (saham, obligasi dan lainnya).

Syarat-syarat suatu perusahaan dapat listing di BEI :

- a. Mengajukan surat permohonan *listing* ke BAPEPAM.
- b. Laporan keuangan harus wajar tanpa syarat.
- c. Jumlah saham yang *listed* minimal 1000.000 lembar.
- d. Jumlah pemegang saham minimal 200.
- e. *Company listing* berlaku batasan 49%.
- f. Perusahaan telah beroperasi lebih dari 3 tahun.
- g. Menghasilkan laba (operasi dan bersih) selama dua tahun terakhir.
- h. Total kekayaan minimal Rp. 20 milyar.
- i. Modal sendiri minimal Rp. 7,5 milyar.
- j. Telah disetor minimal Rp. 2 milyar.
- k. Kapitalisasi saham yang *listed* minimal Rp. 4 milyar.
- l. Dewan komisaris dan dewan direksi mempunyai reputasi yang baik.

F. Go Public

Go public disebut juga dengan penawaran umum, yaitu kegiatan penawaran saham atau efek lainnya yang dilakukan oleh emiten untuk menjual saham atau efek kepada masyarakat berdasarkan caranya yang diatur dalam UU No. 8 tahun 1995 tentang pasar modal dan peraturan pelaksanaannya.

Beberapa hal yang menjadi alasan bagi perusahaan melaksanakan *go public* atau penawaran umum, selain pencarian dana sebagai pertimbangan yang paling penting, adalah :

1. Meningkatkan kepemilikan saham bagi pemodal retail.
2. Menjual sebagian kepemilikan saham atas perusahaan.
3. Mencari *proceed* yang sebesar-besarnya.

4. Menciptakan dasar bagi distribusi yang berlingkup internasional (untuk penawaran di luar negeri).
5. Mengalokasikan saham kepada pemodal jangka panjang sebagai pendukung.

Terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi agar suatu perusahaan bisa menerbitkan saham dan terdaftar di bursa efek, diantaranya adalah sebagai berikut :

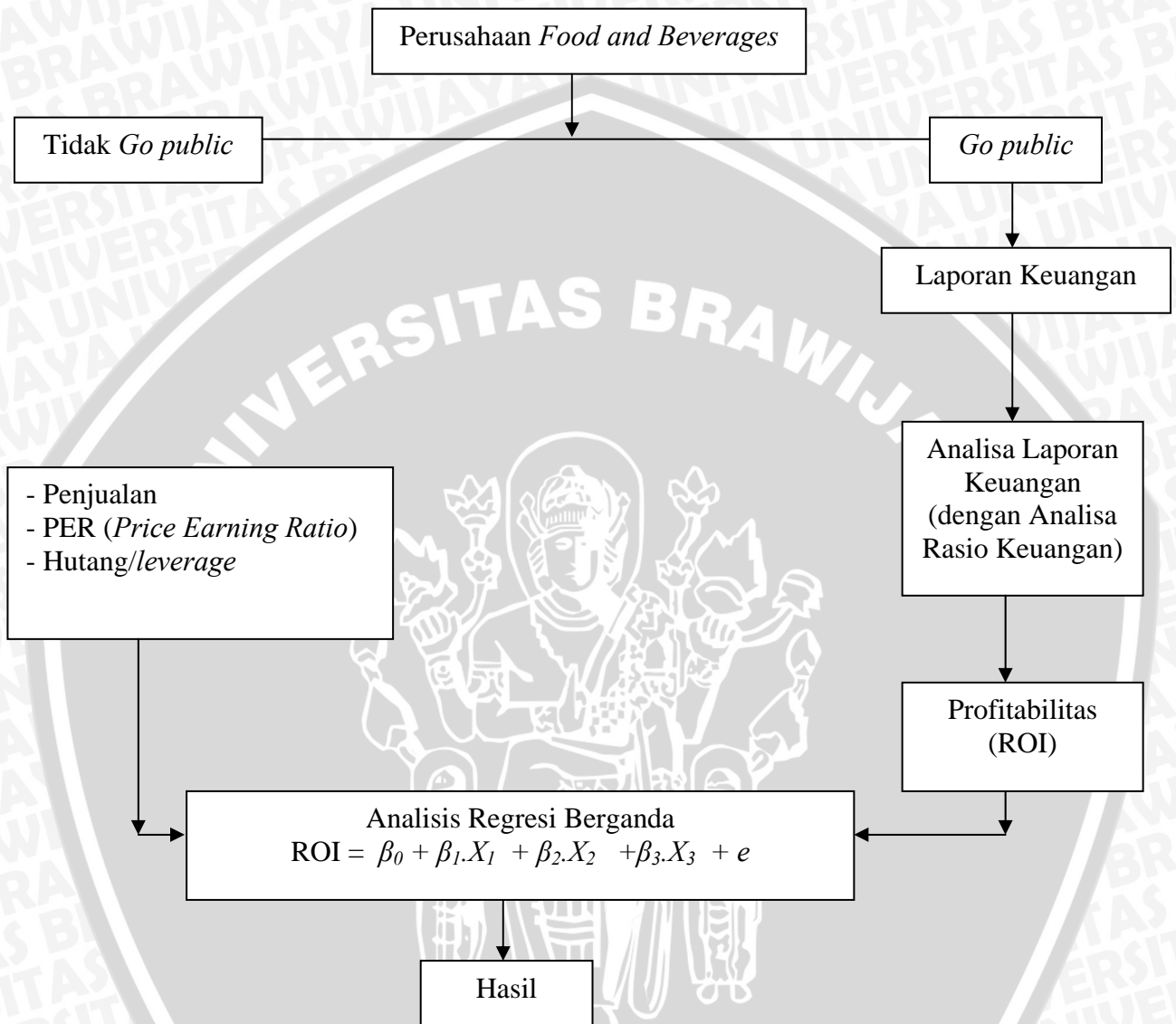
1. Mengajukan surat permohonan listing ke Bapepam.
2. Laporan keuangan harus wajar tanpa syarat.
3. Jumlah saham yang *listed* minimal 1.000.000 lembar saham.
4. Jumlah pemegang saham minimal 200.
5. Company listing berlaku batasan 49 %.
6. Perusahaan telah beroperasi lebih dari 3 tahun.
7. Menghasilkan laba (operasional dan bersih) selama 2 tahun terakhir.
8. Total kekayaan minimal Rp. 200 miliar, modal sendiri minimal Rp. 7, 5 miliar.
9. Kapitalisasi saham yang *listed* minimal Rp. 2 miliar.
10. Dewan notaris dan dewan direksi mempunyai reputasi yang baik.

Manfaat yang dirasakan perusahaan dengan melakukan *go public* tidak hanya terbatas pada perusahaan itu sendiri, melainkan dapat dirasakan secara luas oleh masyarakat dan negara. Manfaat-manfaat tersebut antara lain :

1. Meningkatkan efisiensi usaha, memperbesar laba perusahaan dan penerimaan pajak.
2. Meningkatkan profesionalisme pengelolaan perusahaan.
3. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kepemilikan saham perusahaan berskala besar.

G. Kerangka Pemikiran Penelitian

Gambar 1
Kerangka Berpikir

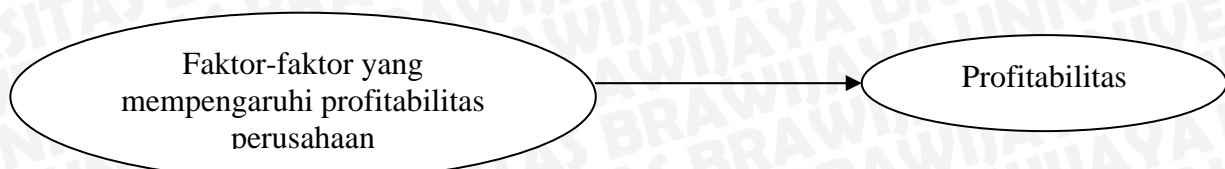


H. Model Konsep dan Hipotesis

1. Model Konsep

Berdasarkan judul penelitian, rumusan masalah dan kajian teori mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas, maka dapat disusun model konsep sebagai berikut :

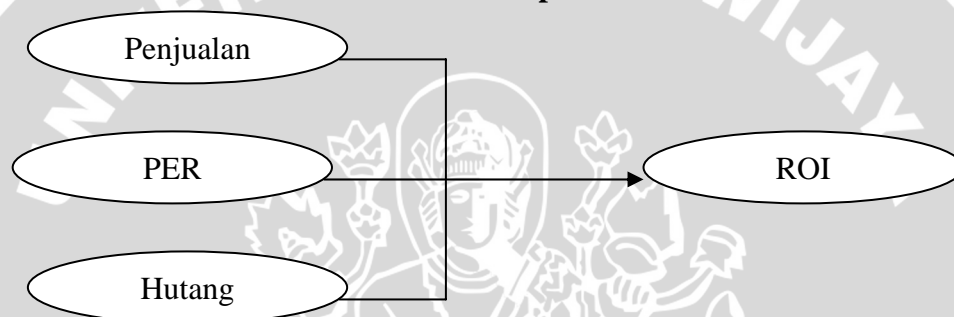
Gambar 2
Model Konsep



2. Model Hipotesis

Hipotesis pada hakikatnya merupakan suatu pernyataan (*thesis*) yang masih kurang lengkap (*hypo*) kebenarannya. Dengan kata lain kebenaran dari pernyataan tersebut masih memerlukan pengujian. Jadi bisa dikatakan bahwa hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian. Hipotesis merupakan pernyataan yang bersifat dugaan dari hubungan antara dua atau lebih variabel. Adapun model hipotesis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3
Model Hipotesis



Dengan mengacu pada judul, rumusan masalah, dan ditinjau secara teoritis maka didapatkan hipotesis sebagai berikut :

1. Variabel penjualan (X_1), *Price Earning Ratio*/PER (X_2), dan Hutang/*leverage* (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan (Y) *food and beverages* yang *Go-Public* di BEI periode tahun 2004-2006 .
2. Variabel penjualan (X_1) merupakan variabel yang dominan terhadap profitabilitas Perusahaan (Y) *food and beverages* yang *Go-Public* di BEI periode tahun 2004-2006.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (penjelasan), karena peneliti menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis, maka penelitian tersebut tidak lagi dinamakan penelitian deskriptif, melainkan penelitian pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan (*eksplanatory research*). Kemudian dilihat dari pendekatan analisisnya, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BEI dengan menggunakan data *Cross-section* dan *time series* yang pengumpulan datanya dilakukan di pojok BEI Universitas Brawijaya Malang JL. MT. Haryono No. 165 dan obyek penelitiannya adalah perusahaan *food and beverages* yang *go public* di BEI dengan periode pengamatan tahun 2004-2006.

C. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Variabel terikat (Y), yaitu Profitabilitas yang diukur dengan menggunakan rasio *Return on Investment* (ROI).
2. Variabel bebas, yaitu
 - X_1 = Penjualan
 - X_2 = *Price Earning Ratio*
 - X_3 = Leverage/Hutang

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel yang digunakan pada penelitian adalah sebagai berikut :

1. Profitabilitas (Y)

Profitabilitas adalah Kemampuan Perusahaan dalam menghasilkan laba, untuk mengukurnya maka digunakan rasio *Return on Investments* (ROI), Adapun rumus dari ROI sebagai berikut :

$$ROI = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

2. Penjualan (X_1)

Penjualan merupakan jumlah penerimaan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dari barang atau jasa yang dijual, baik secara tunai ataupun kredit. Untuk mengukurnya digunakan nilai fluktuasi pertumbuhan penjualan yang didapat dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} = \frac{\text{Nilai akhir tahun} - \text{nilai awal tahun}}{\text{Nilai awal tahun}} \times 100 \%$$

3. Price Earning Ratio (X_2)

Price earning ratio merupakan rasio penilaian pasar yang memperlihatkan sejumlah rupiah yang investor investasikan untuk setiap rupiah laba perusahaan dari hasil investasi tersebut. Adapun rumus *Price Earning Ratio* :

$$PER = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per Share}}$$

4. Hutang /Leverage ratio (X_3)

Hutang/*Leverage Ratio* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi total kewajibannya. Untuk mengukurnya digunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) berikut:

$$DER = \frac{\text{long term debt}}{\text{stockholders equity}}$$

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Arikunto (2002:108) merupakan keseluruhan dari subjek penelitian, karena itulah penelitian ini disebut sebagai penelitian populasi, karena melibatkan seluruh subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan yang bergerak pada sektor industri *food and beverages* yang *listing* dan aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2004-2006. Jumlah perusahaan *food and beverages* yang tercatat di BEI hingga Desember 2006 adalah sejumlah 20 perusahaan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2005:91). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana sampel dipilih atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu.

Pertimbangan atau kriteria yang digunakan dalam proses pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan menerbitkan laporan keuangan secara rutin tiap akhir tahun selama tahun 2004-2006, karena diperlukan untuk menghitung variabel-variabel penelitian.
2. Perusahaan memiliki data yang sesuai dengan variabel penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat 13 perusahaan *food and beverages* yang terdapat di pojok BEI FE-Unibraw Malang tahun 2004-2006 yang memenuhi kriteria.

Adapun sampel penelitian berdasarkan kriteria diatas adalah seperti berikut ini :

1. PT. Aqua Golden Mississippi, Tbk.
2. PT. Cahaya Kalbar, Tbk.
3. PT. Davomas Abadi, Tbk.
4. PT. Delta Djakarta, Tbk.
5. PT. Fast Food Indonesia, Tbk.
6. PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
7. PT. Mayora Indah, Tbk.
8. PT. Multi bintang Indonesia, Tbk.
9. PT. Sekar Laut, Tbk.
10. PT. Siantar Top, Tbk.
11. PT. Sierad Produce, Tbk.
12. PT. SMART, Tbk.
13. PT. Tunas Baru Lampung, Tbk.

F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari BEI, *Indonesian Capital Market Directory* dan juga dari situs resmi

BEI, yaitu www.jsx.co.id. Jenis data yang dikumpulkan adalah laporan keuangan perusahaan *food and beverages* yang *go public* di BEI untuk periode tahun 2004-2006. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini digunakan teknik dokumentasi, dimana cara memperolehnya melalui data sekunder dari pihak lain BEI dalam bentuk publikasi seperti : *Capital Market Directory*, *JSX Annual Report*.

G. Metode Analisa Data

1. Analisis Deskriptif

Data statistik diolah menggunakan berbagai metode statistik. Namun sebelum dilakukan pengolahan lebih jauh, yang dinamakan proses inferensi, dilakukan penggambaran (deskripsi) terhadap data. Proses ini dinamakan dengan statistik deskriptif. Menurut Santoso (2005:29), hasil statistik deskriptif adalah sejumlah besaran statistik yang dapat menggambarkan ciri-ciri data, seperti rata-rata, deviasi standar dan lainnya yang membantu mendeskripsikan data.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2006:110).

Menurut Ghozali (2006:114), untuk menguji normalitas residual, dapat dilakukan dengan melakukan Uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Hipotesis pengujiannya yaitu:

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_1 : data residual tidak berdistribusi normal

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis jika hipotesis H_0 yang diusulkan:

1. H_0 diterima jika nilai *p-value* pada kolom *Asimptotic Significant* (2 tailed) > *level of significant* (α).

2. H_0 ditolak jika nilai p -value pada kolom *Asimptotic Significant* (2 tailed) $< level\ of\ significant\ (\alpha)$.

Sedangkan pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis jika hipotesis H_1 yang diusulkan:

1. H_1 diterima jika nilai p -value pada kolom *Asimptotic Significant* (2 tailed) $< level\ of\ significant\ (\alpha)$.
2. H_1 ditolak jika nilai p -value pada kolom *Asimptotic Significant* (2 tailed) $> level\ of\ significant\ (\alpha)$.

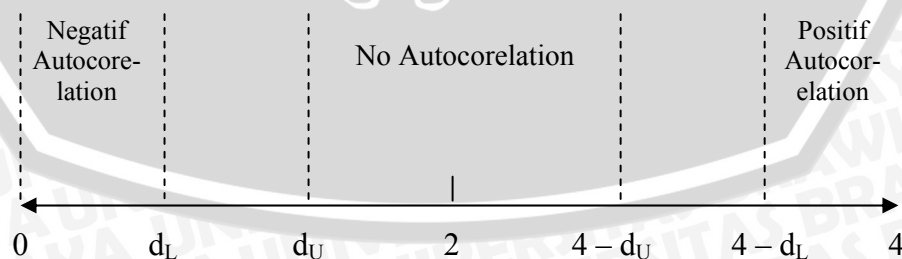
(Nugroho, 2005:112).

b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi Autokorelasi, maka dinamakan problem Autokorelasi. Autokorelasi timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2006:95).

Menurut Nugroho (2005:59), cara mudah untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, dapat digunakan uji Durbin Watson. Model regresi linear berganda terbebas dari autokorelasi jika nilai Durbin Watson hitung terletak di daerah *No Autocorelasi*. Penentuan letak tersebut dibantu dengan tabel d_L dan d_U serta nilai k (jumlah variabel independen). Pengujian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4
Daerah autokorelasi dari nilai Durbin-Watson



(Nugroho, 2005:60)

d_U = Durbin-Watson *Upper* (batas atas dari tabel Durbin-Watson)

d_L = Durbin-Watson *Lower* (batas bawah dari tabel Durbin-Watson)

Adapun hipotesis yang melandasi pengujian adalah sebagai berikut : $H_0 (r = 0)$: tidak ada autokorelasi

$H_1 (r \neq 0)$: ada autokorelasi

(Ghozali, 2006:96).

Adapun rumus Durbin Watson dapat dituliskan sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

dimana : e_t = residual pada periode t

d = nilai durbin watson

(Amirullah, 2002:108)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi menurut Ghozali (2006:96), adalah pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1
Keputusan ada tidaknya autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak menghasilkan kesimpulan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak menghasilkan kesimpulan	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Diterima	$Du < d < 4 - du$

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, bisa dilakukan antara lain dengan melihat nilai *Variance inflation factor* (VIF) dan nilai Tolerance. Jika nilai *Variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, dan nilai Tolerance tidak

kurang dari 0,10 maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2006:91).

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2006:105).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, dapat dilakukan dengan melakukan uji glejser. Uji glejser dilandasi pada hipotesis:

H_0 : *variance* residual homogen

H_1 : *variance* residual tidak homogen

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heterokedastisitas, namun jika tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen ($\alpha = 5\%$), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas. Pada uji glejser, hasil tampilan output SPSS akan menunjukkan apakah ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut (Abs Ut) (Ghozali, 2006:108).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis tingkat hubungan Profitabilitas (ROI) sebagai variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka dibentuk model analisis yang menggunakan model regresi linier berganda, dengan bantuan program komputer *Statistikal Package for Social Sciences* (SPSS)

13. Dalam penelitian ini ditentukan *level of significant* (α) = 5%.

Model regresi linear berganda digunakan untuk membuat hubungan antara satu variabel terikat, dan beberapa variabel bebas. Secara umum

persamaan regresi linear berganda menurut Amirullah (2002:102), dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

Dimana:

Y : Variabel dependen, yaitu PER

β_0 : Intersep atau konstanta

$\beta_1 \dots \beta_k$: Koefisien regresi variabel ke 1 sampai ke k

$X_1 \dots X_k$: Variabel independen, dengan $X_1 = \text{Selling Growth}$, $X_2 = \text{PER}$, dan $X_3 = \text{Leverage/Hutang (DER)}$

e : kesalahan pengganggu (*error disturbance*)

Hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_0) dari dapat dinyatakan sebagai berikut:

$H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$ berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_1 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ berarti variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari multikolinieritas, autokorelasi, dan heterokedastisitas.

4. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Hasil F-test ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA.

Hipotesis pengujiannya yaitu:

H_0 : Diduga *Selling Growth*, PER, dan *Leverage/Hutang* secara simultan tidak berpengaruh terhadap PER.

H_1 : Diduga *Selling Growth*, PER, dan *Leverage/Hutang* secara simultan berpengaruh terhadap PER.

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis jika hipotesis H_0 yang diusulkan:

1. H_0 diterima jika F hitung $< F$ tabel, atau nilai p -value pada kolom *sig.* $> level$ of significant (α).
2. H_0 ditolak jika F hitung $> F$ tabel, atau nilai p -value pada kolom *sig.* $< level$ of significant (α).

Sedangkan pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis jika hipotesis H_1 yang diusulkan:

1. H_1 diterima jika F hitung $> F$ tabel, atau nilai p -value pada kolom *sig.* $< level$ of significant (α).
2. H_1 ditolak jika F hitung $< F$ tabel, atau nilai p -value pada kolom *sig.* $> level$ of significant (α).

F tabel dapat diketahui dengan melihat terlebih dahulu df_1 dan df_2 . $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$, k adalah jumlah variabel dependen dan independen. Signifikan di sini berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak (Nugroho, 2005:53). Adapun F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi linear berganda

n = banyaknya data

k = banyaknya variabel bebas

(Hasan, 2002:125)

5. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel Coefficients^a. Nilai dari uji t -test dapat dilihat dari p -value (pada kolom *sig.*) pada masing-masing variabel independen, jika p -value lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau t hitung (pada kolom t) lebih besar dari t tabel. Signifikan di sini berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak (Nugroho, 2005:54).

Adapun rumus t hitung dapat dituliskan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan: b = parameter estimasi dari $X_1 \dots X_k$

Sb = standar error dari $X_1 \dots X_k$

(Rangkuti, 2001:166)

6. Koefisien Determinasi

Menurut Nugroho (2005:50), koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun rumus koefisien determinasi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_0 \sum y + b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y - \frac{(\sum y)^2}{n}}{\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}}$$

Keterangan:

$b_{1,2}$: koefisien regresi

$X_{1,2}$: skor item variabel $X_{1,2}$,

Y : skor item variabel Y

(Amirullah, 2002:104)

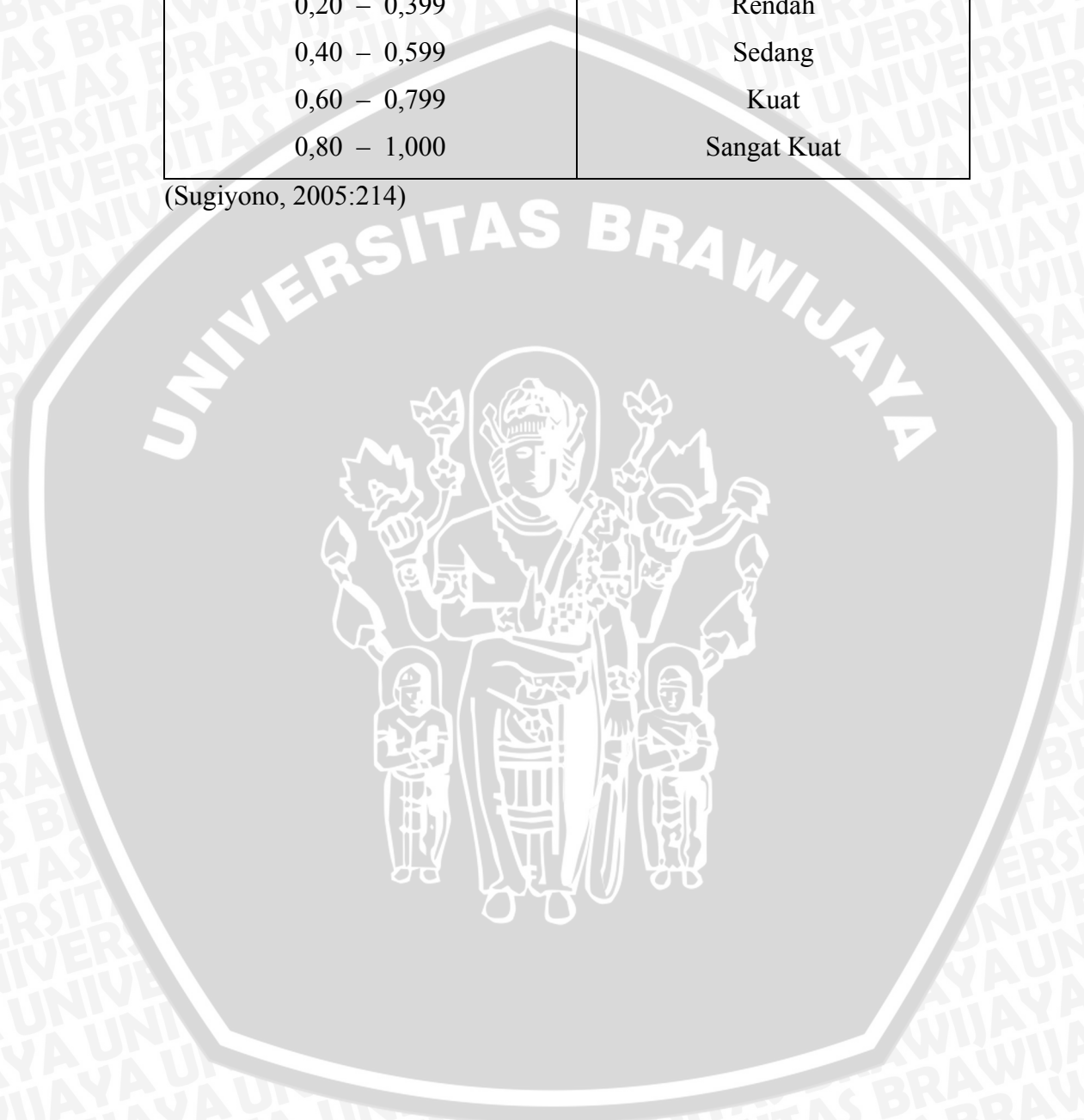
Pada regresi berganda, penggunaan koefisien determinasi yang telah disesuaikan (*Adjusted R square*) lebih baik dalam melihat seberapa baik model dibandingkan koefisien determinan (Santoso, 2004:144).

Selain koefisien determinasi, juga ada nilai koefisien korelasi (R) yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. nilai koefisien korelasi (R) dianggap semakin baik jika mendekati satu. interpretasi nilai koefisien korelasi (R) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2005:214)



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia (BEI)

Bursa Efek Indonesia merupakan salah satu bursa saham yang dapat memberikan peluang investasi dan sumber pembiayaan atau pendanaan dalam upaya mendukung pembangunan ekonomi nasional. Bursa Efek Indonesia juga berperan aktif dalam upaya mengembangkan pemodal lokal yang besar dan solid untuk menciptakan pasar modal Indonesia yang stabil. Tahun 1912 pasar modal didirikan di Indonesia oleh pemerintah Hindia Belanda di Jakarta. Efek-efek yang diperdagangkan dalam bursa terdiri atas saham dan obligasi yang diterbitkan oleh perusahaan milik Belanda yang ada di Indonesia. Tanggal 1 Agustus 1925 didirikan Bursa Efek Surabaya. Kedua pasar modal ini beroperasi sampai kedatangan Jepang di Indonesia.

Bursa Efek Indonesia dibuka kembali pada tanggal 3 Juni 1952. Setelah Jepang meninggalkan Indonesia pemerintah orde lama mengeluarkan UU Darurat No. 12 yang kemudian dijadikan UU No.15/1952 tentang pasar modal. Tujuan dibukanya kembali BEI, yaitu untuk menampung obligasi pemerintah yang sudah dikeluarkan pada tahun-tahun sebelumnya. Penyelenggaraan Bursa Efek di Jakarta dilakukan oleh Perserikatan Perdagangan Uang dan Efek dimana Bank Indonesia terlibat sebagai penasihat. Pada tahun 1977 di masa orde baru BEI lahir kembali sebagai hasil Keputusan dari Presiden No. 52 1976. Keputusan ini menetapkan pendirian Badan Pembina Pasar Modal, pembentukan Badan Pelaksana Pasar Modal (BAPEPAM) dan PT. Danareksa.

Presiden meresmikan kembali BEI pada tanggal 10 Agustus 1977., dimana PT Semen Cibinong merupakan perusahaan pertama yang mencatatkan sahamnya dalam bursa. Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk menggairahkan pasar modal, salah satunya dengan melakukan deregulasi di sektor keuangan dan perbankan, termasuk pasar modal. Salah

satu deregulasi yang penting adalah dikeluarkannya paket 24 Desember 1987 yang berkaitan dengan upaya mengembangkan pasar modal dan meliputi pokok-pokok sebagai berikut:

- a. Mendapatkan kemudahan syarat *go public*, antara lain laba yang tidak harus mencapai 10%.
- b. Diperkenalkannya bursa paralel.
- c. Penghapusan *fee* pendaftaran dan pencatatan di bursa yang sebelumnya dipungut oleh BAPEPAM
- d. Investor asing boleh membeli saham yang *go public*
- e. Saham boleh diterbitkan atas tunjuk.

Setelah dilakukannya deregulasi ini pasar modal kembali bergairah. Sejak diaktifkan kembali hanya 24 perusahaan yang terdaftar di BEI, namun setelah deregulasi tercatat 238 perusahaan yang telah terdaftar di BEI sejak tahun 1988-1996. Periode ini dinamakan periode kebangkitan. Kemudian pada tanggal 16 Juni 1989 Bursa Efek Surabaya kembali muncul.

Tahun 1995 BEI mengotomatisasi seluruh kegiatannya, dan meninggalkan sistem manual yang dirasa sudah tidak mencukupi lagi karena kegiatan transaksi yang telah melebihi kapasitas sistem manual. Sistem otomatis ini diberi nama *Jakarta Automated Trading System* (JATS), dan mulai beroperasi pada hari Senin tanggal 22 Mei 1995. Setahun berikutnya yaitu pada tanggal 19 September 1996 BES juga diterapkan sistem otomatis yang disebut *Surabaya Market Information and Automated Remote Trading* (S-MART). Sistem S-MART ini diintegrasikan dengan sistem JATS di BEI dan sistem KDEI (*Kliring Deposit Efek Indonesia*) untuk kegiatan transaksi.

Perkembangan selanjutnya dari Bursa Efek dapat dirangkum sebagai berikut :

- 10 November 1995 : Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996.
- 1995 : Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya.

- 2000 : Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (scripless trading) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia.
- 2000 : Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (scripless trading) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia.
- 2002 : BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (remote trading).
- 2007 : Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia (BEI)

Bursa Efek Indonesia (BEI) semenjak didirikan mengemban suatu visi tersendiri, yaitu untuk menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia., sedangkan misi dari BEI sendiri terdapat beberapa, diantaranya :

- Pillar of Indonesian Economy
- Market Oriented
- Company Transformation
- Institutional Building
- Delivery Best Quality Products & Services

Selain itu Bursa efek Indonesia (BEI) juga mengemban :

A. OBJECTIVES

Objectives BEI yaitu:

1. *Liquidity*
2. *Market Integrity*

B. CORE VALUES

Core Values BEI yaitu:

1. *Integrity*
2. *Quality Orientation*
3. *Accountability*
4. *Institutional Building*
5. *Responsive*

C. CORE COMPETENCIES

Core Competencies yaitu:

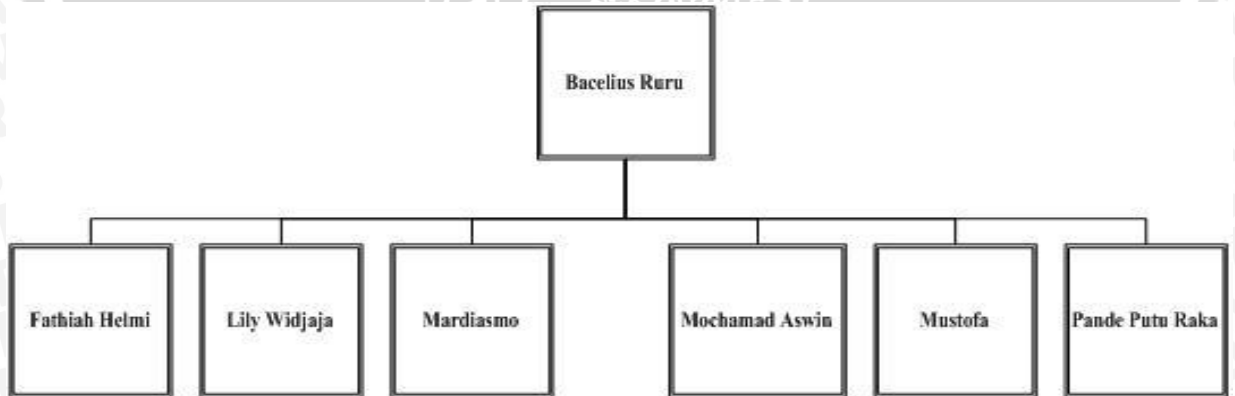
1. Integrity
2. Customer Service
3. Time Management
4. Commitment
5. Continuous Improvement
6. Accountability
7. Teamwork
8. Learning Orientation
9. Leadership
10. Organizational Awareness
11. Responsiveness

Sumber: www.idx.co.id

3. Struktur Organisasi

Bursa Efek Indonesia mempunyai struktur organisasi, sebagai berikut :

**Gambar 5
DEWAN KOMISARIS**



Sumber : www.idx.co.id



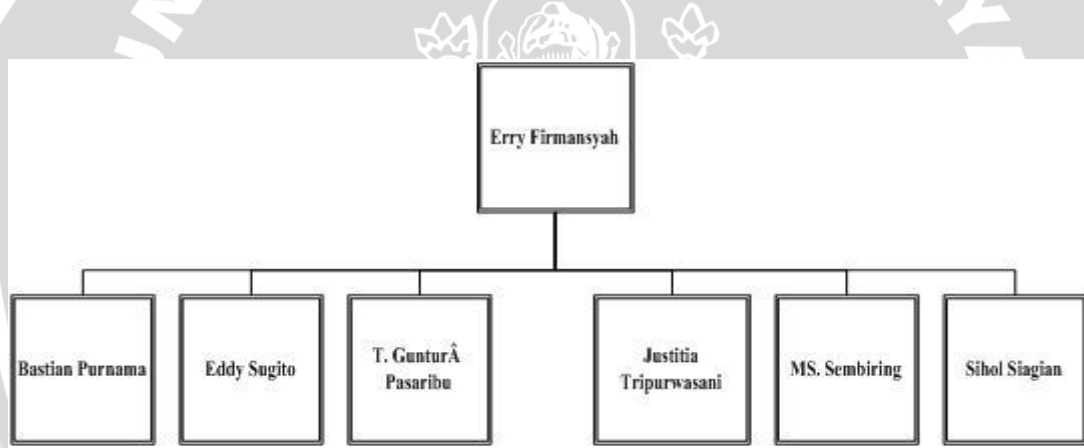
Keterangan Detail:

Tabel 3
DEWAN KOMISARIS

Nama	Jabatan
Bacelius Ruru	Komisaris Utama
Pande Putu Raka	Komisaris
Fathiah Helmi	Komisaris
Mochamad Aswin	Komisaris
Lily Widjaja	Komisaris
Mustofa	Komisaris
Mardiasmo	Komisaris

Sumber : www.idx.co.id

Gambar 6
DEWAN DIREKSI



Sumber: www.idx.co.id

Tabel 4
DEWAN DIREKSI

Nama	Jabatan
Erry Firmansyah	Direktur Utama
M.S. Sembiring	Direktur Perdagangan Saham, Penelitian dan Pengembangan Usaha
T.Guntur Pasaribu	Direktur Perdagangan Fixed Income dan Derivatif, Keanggotaan dan Partisipan
Justitia Tripurwasani	Direktur Pengawasan
Eddy Sugito	Direktur Pencatatan
Bastian Purnama	Direktur Teknologi Informasi
Sihol Siagian	Direktur Administrasi

Sumber : www.idx.co.id

Tabel 5
DAFTAR NAMA PEJABAT KEPALA DIVISI / KEPALA SATUAN

No	Jabatan	Nama
Direktorat Utama		
1.	Sekretaris Perusahaan	Friderica Widiasari Dewi
2.	Satuan Manajemen Resiko	Windiarti Soebadio Choesin
3.	Satuan Pemeriksa Internal	Widodo
Direktorat Pengawasan		
4.	Pengawasan Transaksi	Hamdi Hassyarbaini
5.	Hukum	Dewi Arum Prasetyaningtyas
6.	Satuan Pemeriksa Anggota Bursa & Partisipan	Kristian S. Manullang
Direktorat Pencatatan		
7.	Pencatatan Sektor Riil	Ignatius Girendroheru
8.	Pencatatan Sektor Jasa	Umi Kulsum
9.	Pencatatan Surat Utang	Saptono Adi Junarso
Direktorat Perdagangan Fixed Income & Derivatif		
10.	Perdagangan Fixed Income	Erna Dewayani
11.	Perdagangan Derivatif	Hari Purnomo
Direktorat Keanggotaan & Partisipan		
12.	Keanggotaan	Bambang Widodo
Direktorat Perdagangan Saham		
13.	Perdagangan Saham	Supandi
Direktorat Penelitian & Pengembangan Usaha		
14.	Riset & Pengembangan Produk	Kandi Sofia S. Dahlan
15.	Pemasaran	Wan Wei Yiong
Direktorat Administrasi		
16.	Keuangan	Yohanes A. Abimanyu
17.	Umum	Isharsaya
18.	Sumber Daya Manusia	Mirna Kurniawati (Pjs)
Direktorat Teknologi Informasi		
19.	Operasi Teknologi Informasi	Yohanes Liauw
20.	Pengembangan Solusi Bisnis Teknologi Informasi	Didit Agung Laksono
Specialist Setingkat Kepala Divisi		
21.	<i>Chief Economist</i>	Edison Hulu

Sumber: www.idx.co.id

B. Gambaran Umum Perusahaan

1. Aqua Golden Mississippi, Tbk.

PT. Aqua Golden Mississippi memulai produksinya di tahun 1974 dan mempunyai pabrik botol sendiri di Bekasi, Citereup, Bogor, dan Mekarsari. Perusahaan pertahun dapat berproduksi sebanyak 640 juta liter, bahkan pabrik di Bekasi mampu menghasilkan 40 juta liter minuman non-karbonasi pertahunnya. Untuk mendukung produksinya, perusahaan juga memberikan lisensi di Babakan Pari, (Sukabumi), Kuningan, Wonosobo, Pandaan, Bali, Lampung, Brastagi, dan Manado dengan total kapasitas 575 juta liter pertahun. Perusahaan ini mempunyai kantor pusat di Jl. Pulo Lentut No. 3 kawasan industri pulo gadung Jakarta. Produk dari PT. Aqua Golden Mississippi ini banyak diekspor ke Negara-negara Asean, Vietnam, kamboja, Hongkong, New Zealand, Australia, Taiwan, dan Kanada. Perusahaan menerbitkan saham pada tanggal 1 Maret 1990, dan *listing* di bursa efek pada waktu yang sama, dengan saham sejumlah 6 juta. Pada Maret 2001 keluarga Utomo, pemilik dari PT Aqua Golden Mississippi menerima peningkatan saham dari Danone grup, yang semula hanya 40% menjadi 70% , dan berubah namanya menjadi Aqua Danone. Langkah ini diambil untuk memperkuat kemampuan aqua grup dalam bersaing di pasar global dengan beraliansi grup Danone yang memiliki latar belakang jaringan internasional. Susunan dari dewan komisaris dan direksi perusahaan ini disebutkan sebagai berikut :

- a. Dewan Komisaris
 - Presiden Komisaris : Lisa Tirto utomo
 - Komisaris : R. Soekardi, Janto utomo
- b. Direksi :
 - Presiden direktur : Willy Sidharta
 - Direktur : john Abdi, Parmaningsih, SE.

2. Cahaya Kalbar, Tbk.

PT. Cahaya Kalbar mulai berdiri pada tahun 1968, dan pada 9 juli 1996, perusahaan *listing* di bursa efek Jakarta dengan kode perdagangan "CEKA". Perusahaan ini memproduksi berbagai macam bahan mentah

untuk produk makanan coklat, cocoa, sari aloe vera, kosmetik, dan industri farmasi. PT. cahaya Kalbar juga memproduksi dan menyediakan bahan-bahan pembuat masakan untuk restoran atau hotel, industri kue dan roti, dan membuat minuman dengan merek “Aloefit”. Perusahaan ini memiliki kantor pusat di Jl. Industri Selatan 3 blok GG no 1 kawasan industri Jababeka Bekasi. Adapun susunan dewan komisaris dan direksi dari PT. Cahaya Kalbar, sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Presiden komisaris : Hendri saksti
- Komisaris : Mayjen (Purn.) Soedjiman, Na Darius

b. Direksi :

- Presiden direktur : Erik Tjia
- Direktur : Thomas Tonny Muksim, Jinnawati

3. Davomas Abadi, Tbk.

PT. Davomas Abadi merupakan perusahaan penghasil cocoa, baik berupa bubuk cocoa maupun “cocoa butter”. Perusahaan yang berpusat di Jalan Pangeran Jayakarta 117 blok B/35-39 Jakarta ini, *listing* di bursa efek pada tanggal 22 Desember 1994. Pada akhir tahun 1997, PT Davomas Abadi menerima kontrak penjualan 40.000 ton cocoa dari partner dagangnya, untuk memenuhi hal tersebut perusahaan membeli tambahan mesin pengolah biji cocoa, mesin ini tiap tahun dapat memproduksi 20.000 ton cocoa. Adapun susunan dewan komisaris dan direksi dari perusahaan ini dijelaskan sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Presiden komisaris : Ir. Berliana Sukarmadidjaja
- Komisaris : Achmad Setiawan, Husin Ramelan

b. Dewan Direksi

- Presiden direktur : Anthonius Azer Unawekia
- Direktur : Suhanih, Ariyanto Wibowo

4. Delta Jakarta, Tbk.

PT. Delta Jakarta merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri minuman, produk utama dari perusahaan ini adalah bir pilsner

yang dipasarkan dibawah bendera Anker Bir, dimana produk ini menguasai 40 persen dari pangsa pasar bir pilsner di Indonesia. Selain itu perusahaan ini juga memproduksi produk Anker Stout dan Shanta Super Shandy, yang merupakan hasil kerjasama dari perusahaan serupa, yaitu Nederland BV. Perusahaan ini tercatat di bursa efek pada tanggal 27 Februari 1984 dengan menerbitkan saham sejumlah 347.400 lembar. Pada Agustus 1995, perusahaan merelokasi pabriknya dari Jakarta Utara menuju Tambun, Jawa Barat. Dari adanya relokasi pabrik ini, diharapkan produksi dapat meningkat 50 %. Susunan dewan komisaris dan direksi dari PT Delta Jakarta sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Presiden komisaris : Ir. Tubagus Muuhammad Rais
- Komisaris : Minerva Lourdes Bibonia, Jaendar Sagala, Mario Morales Aguas, Carlos Antonio Mayo Berba.

b. Dewan Direksi :

- Presiden direktur : Roberto De Leon
- Direktur : Eddie Priyono, Rafael Pacis Amparo II

5. Fast Food Indonesia, Tbk

PT Fastfood Indonesia didirikan pada tahun 1978 oleh Gelael grup, yang merupakan pemilik franchise Kentucky Fried Chicken. Restoran pertama KFC bertempat di jalan Melawai Jakarta, yang dibuka pada tanggal 10 Oktober 1979. Kesuksesan dari restoran ini membuat perusahaan ini mampu mendominasi pasar makanan siap saji di Indonesia selama kurang lebih 17 tahun. Produk utama yang dihasilkan, antara lain : *the colonel original recipe chicken* dan *Hot & crispy chicken*. PT. Fast Food Indonesia ini memilih tempat di Jalan MT. Haryono kavling 7 Jakarta sebagai kantor pusatnya. Berdasarkan hasil riset dari Brand Image Tracking Study (BITS) pada tahun 2000, PT. Fast Food Indonesia ditetapkan sebagai "Top of Mind Awareness". Perusahaan tercatat di bursa efek pada tanggal 11 Mei 1993 dengan menerbitkan saham sejumlah 4.462.500 lembar. Adapun susunan dari dewan komisaris dan direksinya, adalah sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Presiden komisaris : Anthony Salim
- Wakil presiden komisaris : Elisabeth Gelael
- Komisaris : Benny Setiawan Santosa, Rudy Tanudjaja Saputra, Ken Laksono, P.L.Gunawan Solaiman.

b. Dewan Direksi

- Presiden direktur : Dick Gelael
- Wakil presiden direktur : Ferry Noviar Yosaputra
- Direktur : Justinus Dalimin Juwono, Leonya Elimin, Ricardo Gelael, Ardhi Irawan.

6. Indofood Sukses Makmur, Tbk

PT Indofood Sukses Makmur merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *food processing*. Produk yang dihasilkan, antara lain : Indomie, Sarimi, Supermi, Pop Mie, dan Top Mie. Produk ini menguasai 90 persen pangsa pasar dari makanan instan di Indonesia, selain menghasilkan makanan instan, perusahaan juga memproduksi bumbu dan kecap asin bermerk Indofood dan Piring Lombok, disamping itu juga memproduksi makanan ringan berupa Chiki, Chitato, Cheetos dan Jetz snack, SUN makan bayi, Tugu luwak, dan kopi Cafeela. Untuk mendukung aktifitas produksi tersebut, perusahaan memiliki 8 pabrik yang tersebar di beberapa daerah, diantaranya : Jakarta, Bekasi, Semarang, Pasuruan, Deli Serdang, Pekan Baru, Banjarmasin, dan Ujungpandang. PT. Indofood Sukses Makmur pertama kali tercatat di bursa efek pada tahun 1994, dengan jumlah saham yang diterbitkan sebesar 21 juta lembar. Susunan dewan komisaris dan direksi perusahaan ini dijelaskan sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Presiden komisaris : Manuel V Pangilinan
- Komisaris : Benny Setiawan Santoso, Robert C Nicholson, Ibrahim Risjad, Edaward A Tortorici, Drs. Utomo Josodirdjo, Prof. Dr. Wahjudi Prakarsa, Albert del Rosario, Torstein Stephansen.

b. Dewan Direksi

- Presiden direktur : Anthony Salim
- Wakil presiden direktur : Cesar M dela Cruz, Franciscus Welirang, Darmawan Sarsito (Kevin Sletho).
- Direktur : aswan Tukiaty, Honggo Widjojo Kangmasto, Mulyawan Tjandra, Taufik Wiraatmadja, Thjie The Fie(Thomas Tjhie).

7. Mayora Indah, Tbk.

PT. Mayora Indah mempunyai kantor pusat di Jl. Tomang Raya 21-23 Jakarta, perusahaan ini bergerak di bidang industri makanan, yaitu wafer dan coklat. Pada tahun 1977, PT Mayora Indah mengambil alih PT Unita Branindo, sejak itu perusahaan ini memiliki dua pabrik di Tangerang, Jawa Barat yang didirikan di lahan seluas 11,7 hektar. Perusahaan memiliki kontrak dengan Oka AG Ltd untuk produksi coklatnya, dan dengan Danish cookies specialty Food Aps of Denmark untuk produksi Danish Cookies. PT Mayora Indah merupakan bagian dari Inbisco grup, yang aktif dalam industri makanan sejak tahun 1948. Tanggal 4 juli 1990, PT Mayora Indah mulai tercatat di bursa efek, dengan menerbitkan saham sejumlah 3 juta lembar saham. Susunan dewan komisaris dan direksi perusahaan ini, diantaranya :

a. Dewan Komisaris

- Presiden Komisaris : Jogi Hendra Atmadja
- Komisaris : Hendrawan Atmadja, Agustian Widjanarko

b. Direksi :

- Presiden direktur : Gunawan Atmadja
- Direktur : Hermawan Lesmana, Ongkie Tedjasurja, Andre Sukendra Atmadja.

8. Siantar Top, Tbk.

PT siantar Top dikenal sebagai perusahaan yang memproduksi makan ringan. Produk-produk yang dipasarkan, diantaranya : Fuji Mie, Mie Goreng Boyki, dan Mie Goreng Ayam Panggang, selain itu perusahaan ini juga memproduksi biskuit dan permen yang dipasarkan dengan merek UFO snack, PTB Yakori, Twistko, Ikan, Wilco dan sayur,

Es Teller, Balisco, Kelapa, Asam manis, Es Kopyor, dan Kopi. Bahan pembuat produk-produk tersebut didapatkan dari PT Saribumi Alam Indonesia. Produk dari PT Siantar Top kebanyakan dipasarkan di pasar lokal. PT Siantar Top mempunyai kantor pusat yang terletak di jalan Tambak Sawah No. 21-23 Waru, Sidoarjo, Surabaya. Perusahaan ini mulai tercatat di bursa efek pada tanggal 16 Desember 1996, dengan menerbitkan saham sejumlah 27 juta lembar saham. Adapun susunan dewan komisaris dan direksi dari perusahaan ini, dijelaskan sebagai berikut:

- a. Dewan Komisaris
 - Presiden Komisaris : Agus Susanto
 - Komsaris : Ferriyus
- b. Direksi
 - Presiden Direktur : Shindo Sumidomo
 - Direktur : Pitoyo, Armin

9. Multi Bintang Indonesia, Tbk.

PT Multi Bintang Indonesia memulai operasi perusahaannya pada tahun 1931 dengan nama NV Nederlandsch Indische Bierbrouwerijen, namun pada tahun 1936 perusahaan ini di miliki oleh Heineken International Beheer BV. Produk utama dari perusahaan ini adalah bir dan bir hitam, yang dipasarkan dengan merk Bir Bintang dan Guinness. Bir Bintang menguasai 60 persen pangsa pasar bir di Indonesia, untuk masalah teknis produksi, perusahaan mempunyai kerjasama dengan Heineken Technische Beheer dan Guinness Overseas Ltd. Perusahaan dalam upayanya meningkatkan produksi melakukan langkah menjual pabrik pembuat bir di Medan pada April 1994, dan mendirikan pabrik di Mojosari, Jawa Timur dan Tangerang, Jawa Barat. PT Multi Bintang Indonesia mempunyai kantor pusat di Ratu Plaza Building lantai 21, yang terletak di jalan Jendral Sudirman kavling 9 Jakarta. Perusahaan Pyang mulai tercatat di bursa efek dengan menerbitkan saham sejumlah 3.520.012 lembar ini mempunyai susunan dewan komisaris dan direksi, sebagai berikut:

- a. Dewan Komisaris
 - Presiden Komisaris : Dr. Cosmas Batubara
 - Komisaris : Suharto Zaini, MBA, Bobby Henry Noya, Sijbe Hiemstra, Martiono Hadianto.
- b. Direksi
 - Presiden Direktur : Frederik Willem Kurt Linck
 - Direktur : Bambang Britono, SH, Jasper Christiaan Hamaker, Hermaan Josef Maria Antonius Gerardus van de Bergh.

10. Sekar Laut, Tbk.

PT Sekar Laut merupakan perusahaan penghasil kerupuk dengan merk "Finna". Bahan baku dari perusahaan ini adalah udang dan tapioka, yang disuplai oleh beberapa peternakan udang di Indonesia, termasuk Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sulawesi Selatan, dan Kalimantan, sedangkan tapioka dibeli dari pertanian disekitar pabrik. Perusahaan ini tiap tahunnya dapat memproduksi 7,5 ton dan semuanya dipasarkan oleh jaringan distributornya sendiri, yaitu PT Pangan Lestari. PT Sekar Laut merupakan bagian dari PT Sekar Alam, dimana sahamnya pertama kali tercatat pada tanggal 8 September 1993 dengan saham yang beredar sejumlah 6 juta lembar saham. Susunan dewan komisaris dan direksinya disebutkan dibawah ini :

- a. Dewan Komisaris
 - Presiden Komisaris : Loddy Gunadi
 - Komisaris : Drs. Renatus Asnadi, Catharine Ong Soen Bie, SE.
- b. Direksi
 - Presiden Direktur : Harry Sunogo
 - Direktur : Tjahjono, John Canfi Gozal

11. Sierad Produce, Tbk.

PT Sierad Produce mempunyai empat cabang yang beroperasi pada lini bisnis yang sama, jangkauan operasi perusahaan ini meliputi peternakan ayam, hingga restoran cepat saji. Kesemua cabang tersebut 99 persennya dimiliki oleh PT Sierad Produce sendiri. Perusahaan yang memiliki kantor pusat di jalan Kemang Timur 22 Jakarta ini,

mennyediakan bahan baku untuk beberapa restoran cepat saji diantaranya, Wendi Citarasa Indonesia, Kentucky Fried Chicken, California Fried Chicken, Arby, dan Coyden Food Asia Ltd di Singapura. Jalur distribusi dan pemasaran produk dari Sierad grup ini dilakukan oleh Sierad Corporation, yang merupakan anak cabang dari PT Sierad Produce. Pada tanggal 27 Desember 1996 perusahaan ini mulai tercatat di bursa efek, dengan menerbitkan saham sejumlah 250 juta lembar saham. Susunan dari dewan komisaris dan direksi dari perusahaan ini disebutkan sebagai berikut :

- a. Dewan Komisaris
 - Presiden Komisaris : Antonius Joenoes Supit
 - Komisaris : DR. Djohan Effendi, Sri Lestari Anwar, Fransiscus Xaverius Awi Tantra.
- b. Direksi
 - Presiden Direktur : Budiharjo Tek
 - Direktur : Erik Harimurti Surono, Ir., Albert Sitorus, Sik Wer Tjien, Helena Megawati wardoyo, Sri Sumiyarsi

12. SMART, Tbk.

Perusahaan ini memulai operasi bisnisnya dengan nama PT Maskapai Perkebunan Sumcama Padang Halaban pada tahun 1962. Pada tahun 1970, perusahaan ini merubah statusnya menjadi perusahaan yang dimiliki asing (Penanaman Modal Asing), namun tahun 1985 statusnya berubah lagi menjadi Penanaman Modal Dalam Negeri, dan pada tahun 1991 perusahaan merubah namanya menjadi PT Sinar Mas Agro Resource dan Technology Corporation, atau sering disebut sebagai PT SMART. Perusahaan ini memproduksi minyak goreng dan margarin. Pada tahun 1989 perusahaan memperoleh 2 perkebunan sawit dari PT Makapai Perkebunan Leidong Indonesia Barat dan PT Perusahaan Perkebunan Panigoran, setelah itu juga menerima perkebunan teh yang terletak di Jawa Barat seluas 1.502 Ha dari PT Maskapai Perkebunan Indorub Sumber Daung. Pada tahun 1992 perusahaan ini mengakuisisi 100 persen saham dari PT Kunci Mas Wijaya, 49 persen saham PT Inti Gerak Maju, dan 49

persen saham PT Tapan Nadenggan. Perusahaan mulai tercatat di bursa efek sejak tanggal 20 November 1992 dengan saham yang beredar sejumlah 30 juta lembar saham. Prestasi perusahaan yang gemilang merupakan hasil manajemen yang bagus dari dewan komisaris dan direksi, yang disebutkan sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Presiden Komisaris : Franky Oesman Widjaja
- Wakil Presiden Komisaris : Ir. Gandi Sulistiyanto Soeherman
- Komisaris : Rachmat Gobel, Prof. DR. Teddy Pawitra, Hajjah Ryani Soedirman, Athur Tahya, Letjen (Purn) Soetedjo.

b. Direksi

- Presiden Direktur : Muktar Widjaja
- Wakil Presiden Direktur : Jo Daud Dharsono
- Direktur : Haji Oeminto, Drs. Budi Wijana, Edy Saputra Suradja, Rafael Buhay Concepcion Junior.

13. Tunas Baru Lampung, Tbk.

PT Tunas Baru Lampung didirikan pada tahun 1973 yang merupakan bagian dari perusahaan Sungai Budi Grup. PT Tunas Baru Lampung merupakan perusahaan penghasil minyak goreng dan minyak sayur. Perusahaan yang memiliki kantor pusat di jalan HR Rasuna Said kavling C-6 Jakarta ini memiliki pabrik di Terbanggi Besar, Lampung Tengah. Perusahaan ini mulai tercatat di bursa efek sejak tanggal 14 Februari 2000, dengan menerbitkan 140.385.000 lembar saham. Adapun susunan dari dewan komisaris dan direksi dari perusahaan ini sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Presiden Komisaris : Santoso Winata
- Komisaris : Richtter Pane, Oey albert

b. Direksi

- Presiden Direktur : Widarto
- Direktur : Oey Alfred, Djunaidi Nur, Winoto Prajitno

C. Hasil Analisis dan Interpretasi Data

1. Deskripsi variabel

Dalam penelitian eksplanatory, salah satu pengolahan data adalah dengan statistik deskriptif yang mempunyai tujuan untuk menggambarkan keadaan apa adanya. Pengukuran statistik deskriptif bermanfaat untuk mempermudah pengamatan melalui perhitungan rata-rata (*mean*), nilai minimum dan nilai maksimum sehingga diperoleh gambaran mengenai data sampel secara garis besar. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 13 perusahaan. Di bawah ini disajikan deskripsi data masing-masing variabel penelitian dari seluruh perusahaan sampel:

a. *Return on Investments* (ROI)

Rasio *Return on Investments* (ROI) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan agar menghasilkan keuntungan (Syamsuddin:63), dengan demikian rasio ini menghubungkan keuntungan atau laba setelah pajak dari operasi perusahaan dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba bersih.

Untuk mengetahui besar tingkat ROI perusahaan *food and beverages* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2004-2006, maka digunakan rumus perolehan ROI sebagai berikut :

$$ROI = \frac{EAT}{Total Assets}$$

Berikut ini disajikan data nilai ROI dari perusahaan yang dijadikan sebagai obyek penelitian :

Tabel 6
Rata-rata ROI Perusahaan Sampel

No.	Nama Perusahaan	ROI			Rata-rata
		2004	2005	2006	
1	Aqua Golden Mississippi	13.65	8.79	6.14	9.53
2	Cahaya Kalbar	-8.37	-6.58	5.45	-3.17
3	Davomas Abadi	6.27	5.16	7.25	6.23
4	Delta Djakarta	8.50	10.49	7.50	8.83
5	Fast Food Indonesia	11.59	10.93	14.25	12.26
6	Indofood Sukses Makmur	2.47	0.84	4.10	2.47
7	Mayora Indah	6.65	3.13	6.02	5.27
8	Siantar Top	6.08	2.23	3.09	3.80
9	Multi Bintang Indonesia	15.79	15.12	12.05	14.32
10	Sekar Laut	-37.93	96.94	4.89	21.30
11	Sierad Produce	-12.31	-10.58	3.68	-6.40
12	SMART	-2.72	6.62	11.82	5.24
13	Tunas Baru lampung	1.22	0.43	2.58	1.41
Jumlah		10.89	143.51	88.83	81.08
Rata-rata		0.84	11.04	6.83	6.24
Tertinggi		15.79	96.94	14.25	21.30
Terendah		-37.93	-10.58	2.58	-6.40

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui, bahwa nilai rata-rata tertinggi perusahaan *food and beverages* yang dijadikan sampel penelitian selama kurun waktu pengamatan dipegang oleh PT Sekar Laut, Tbk, dengan nilai sebesar 21,30 persen, sedangkan nilai rata-rata ROI terendah di peroleh oleh PT Sierad Produce, Tbk, yaitu sebesar -6,40 persen. Secara keseluruhan nilai rata-rata ROI perusahaan *food and beverages* yang dijadikan sampel penelitian selama periode penelitian sebesar 6,24 persen, selain itu dari tabel 6 juga dapat dilihat adanya kenaikan rata-rata ROI dari 0,84 persen pada tahun 2004, kemudian meningkat menjadi 11,04 persen ditahun 2005 dan pada tahun 2006 nilai rata-rata ROI perusahaan *food and beverages* yang dijadikan sampel mengalami penurunan menjadi 6,83 persen. Rata-rata ROI perusahaan sampel penelitian pada tahun 2005 mencatat angka tertinggi, yaitu sebesar 11,04 persen, dan angka terendah di tahun 2004 sebesar -6,40 persen.

b. Penjualan

Penjualan merupakan jumlah penerimaan atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dari barang atau jasa yang dijual, baik secara tunai ataupun kredit, untuk mengetahui seberapa besar tingkat pertumbuhan penjualan, maka dalam penelitian ini digunakan nilai fluktuasi. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Fluktuasi} = \frac{\text{nilai akhir tahun} - \text{nilai awal tahun}}{\text{nilai awal tahun}} \times 100\%$$

Dibawah ini disajikan nilai pertumbuhan penjualan dari perusahaan *food and beverages* yang dijadikan sebagai obyek penelitian :

Tabel 7
Rata-rata Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Sampel

No	Nama Perusahaan	Selling Growth			Rata-rata
		2004	2005	2006	
1	Aqua Golden Mississippi	19.20	17.25	6.55	14.33
2	Cahaya Kalbar	-7.69	43.61	62.46	32.79
3	Davomas Abadi	17.17	8.59	47.79	24.52
4	Delta Djakarta	16.16	21.90	-7.27	10.26
5	Fast Food Indonesia	10.58	15.62	24.12	16.77
6	Indofood Sukses Makmur	0.26	4.72	16.93	7.30
7	Mayora Indah	18.24	23.80	15.55	19.20
8	Siantar Top	1.61	-9.94	-13.48	-7.27
9	Multi Bintang Indonesia	20.83	19.93	4.50	15.09
10	Sekar Laut	-9.99	21.44	15.93	9.13
11	Sierad Produce	16.76	5.29	-22.03	0.01
12	SMART	22.04	6.81	3.12	10.66
13	Tunas Baru Lampung	39.92	2.49	-2.18	13.41
Jumlah		165.10	181.51	151.99	166.20
Rata-rata		12.70	13.96	11.69	12.78
Tertinggi		39.92	43.61	62.46	32.79
Terendah		-9.99	-9.94	-22.03	-7.27

Sumber : data diolah

Peranan penjualan dalam suatu perusahaan sangatlah penting, karena penjualan dianggap sebagai sumber pembentukan laba perusahaan. Dari tabel diatas dapat dilihat, bahwa nilai rata-rata tertinggi dari keseluruhan pertumbuhan penjualan diperoleh oleh PT Cahaya Kalbar yaitu sebesar 32,79 persen, sedangkan yang memiliki

nilai rata-rata terendah adalah PT Siantar Top, yaitu sebesar -7,27 persen, namun secara keseluruhan rata-rata pertumbuhan penjualan perusahaan *food and beverages* pada periode penelitian sebesar 12,78 persen. Tabel diatas juga menunjukkan adanya kenaikan pertumbuhan penjualan pada tahun 2004 ke tahun 2005, pada tahun 2004 pertumbuhan penjualan tercatat sebesar 12,70 persen dan tahun 2005 sebesar 13,96 persen, sedangkan pada tahun 2006 sebesar 11,69 persen. Nilai rata-rata tertinggi pertumbuhan penjualan terjadi pada tahun 2005, sebesar 12,70 persen, sedangkan nilai terendah terjadi pada tahun 2006, yaitu sebesar 11,69 persen.

c. Price Earning Ratio (PER)

Price earning ratio merupakan rasio penilaian pasar yang memperlihatkan sejumlah rupiah yang investor investasikan untuk setiap rupiah laba perusahaan dari hasil investasi tersebut, atau apabila dilihat kebalikannya adalah apa yang investor dapatkan dari sejumlah uang yang mereka investasikan. Adapun rumus perolehan *Price Earning Ratio* (PER) adalah sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per Share}}$$

Dibawah ini disajikan data nilai PER dari perusahaan *food and beverages* yang dijadikan sebagai sampel penelitian :

Tabel 8
Rata-rata nilai PER perusahaan sampel

No	Nama Perusahaan	PER			Rata-rata
		2004	2005	2006	
1	Aqua Golden Mississippi	6.90	12.89	29.64	16.48
2	Cahaya Kalbar	-3.68	-8.27	11.48	-0.16
3	Davomas Abadi	12.53	5.51	18.64	12.23
4	Delta Djakarta	6.00	10.22	8.43	8.22
5	Fast Food Indonesia	12.56	12.97	11.78	12.44
6	Indofood Sukses Makmur	19.53	69.30	19.28	36.04
7	Mayora Indah	10.81	13.75	13.27	12.61
8	Siantar Top	8.24	18.47	19.07	15.26
9	Multi Bintang Indonesia	10.26	12.11	15.75	12.71
10	Sekar Laut	-0.80	3.02	42.45	14.89
11	Sierad Produce	-4.93	-6.88	11.43	-0.13
12	SMART	-42.69	8.97	16.69	-5.68
13	Tunas Baru lampung	22.58	51.95	18.72	31.08
Jumlah		57.31	204.01	236.63	165.98
Rata-rata		4.41	15.69	18.20	12.77
Tertinggi		22.58	69.30	42.45	36.04
Terendah		-42.69	-8.27	8.43	-5.68

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui, bahwa nilai rata-rata PER tertinggi dari perusahaan *food and beverages* yang *Go Public* selama periode pengamatan dipegang oleh PT Indofood Sukses Makmur, yaitu sebesar 36,04 persen, sedangkan yang memiliki nilai rata-rata paling rendah sebesar -5,68 persen, yaitu PT SMART. Tabel diatas juga menunjukkan adanya perubahan nilai rata-rata PER dari tahun 2004 ke tahun 2005, pada tahun 2004 tercatat nilai rata-rata sebesar 4,41 persen, kemudian meningkat menjadi 15,69 persen ditahun 2005, dan pada tahun 2006 sebesar 18,20 persen. Rata-rata PER perusahaan sampel penelitian mencatat angka tertinggi pada tahun 2006, yaitu sebesar 18,20 dan pada tahun 2004 merupakan tahun dengan nilai PER terendah, yaitu 4,41 persen.

d. Hutang/*Leverage*

Hutang/*Leverage* merupakan semua kewajiban ekonomis yang diakui dan diukur berdasarkan prinsip akuntansi yang timbul dari transaksi di masa lalu, adanya *leverage* ini menunjukkan adanya penggunaan pinjaman yang berasal dari luar, untuk mengukur penggunaan hutang perusahaan maka digunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), adapun rumus dari *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{long term debt}}{\text{stockholders equity}}$$

Untuk mengetahui rata-rata DER dari perusahaan *food and beverages* yang dijadikan sebagai obyek penelitian, maka dibawah ini disajikan datanya:

Tabel 9
Nilai rata-rata DER Perusahaan Sampel

No	Nama Perusahaan	DER			Rata-rata
		2004	2005	2006	
1	Aqua Golden Mississippi	0.87	0.78	0.77	0.81
2	Cahaya Kalbar	0.43	0.83	0.44	0.57
3	Davomas Abadi	1.29	1.24	1.77	1.43
4	Delta Djakarta	0.28	0.32	0.31	0.30
5	Fast Food Indonesia	0.65	0.66	0.68	0.66
6	Indofood Sukses Makmur	2.56	2.33	2.13	2.34
7	Mayora Indah	0.46	0.61	0.58	0.55
8	Siantar Top	0.48	0.45	0.36	0.43
9	Multi Bintang Indonesia	1.22	1.52	2.08	1.61
10	Sekar Laut	-1.30	4.45	3.03	2.06
11	Sierad Produce	23.02	0.23	0.13	7.79
12	SMART	-10.32	1.38	1.06	-2.63
13	Tunas Baru Lampung	1.65	1.83	1.37	1.62
	Jumlah	21.29	16.63	14.71	17.54
	Rata-rata	1.64	1.28	1.13	1.35
	Tertinggi	23.02	4.45	3.03	7.79
	Terendah	-10.32	0.23	0.13	-2.63

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat nilai rata-rata DER tertinggi dari keseluruhan perusahaan yang dijadikan sampel penelitian, yaitu sebesar 7,79 persen, yang dipegang oleh PT Sierad Produce, sedangkan nilai terendah dipegang oleh PT SMART dengan nilai -2,63 persen. Pada tabel diatas juga dapat diperoleh informasi mengenai adanya perubahan nilai rata-rata DER dari 1,64 persen pada tahun 2004, turun menjadi 1,28 persen pada tahun 2005, dan pada tahun 2006 sebesar 1,13 persen. Rata-rata nilai DER tertinggi terjadi di tahun 2004, yaitu sebesar 1,64 persen, sedangkan nilai terendah terjadi pada tahun 2006, dengan nilai sebesar 1,13 persen.

2. Asumsi-Asumsi Klasik Regresi

Asumsi–asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan ROI hitungan regresi berganda melalui alat bantu SPSS for Windows, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak prosedur uji dilakukan dengan uji kolmogorof-smirnof, dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis yang digunakan :

H_0 : residual tersebar normal

H_1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai **sig.** > **0.05** maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi. Dari hasil ROI hitungan didapat uji kolmogorof-smirnof (dapat dilihat pada Tabel 4.6).

Tabel 10
Uji Kolmogorof-smirnof

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		ROI
N		39
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.8480
	Std. Deviation	.96510
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		.757
Asymp. Sig. (2-tailed)		.616

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah

Pada Tabel 10 diketahui bahwa nilai sig = 0.616 > 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa residual menyebar dengan normal, hal ini berarti bahwa uji normalitas terpenuhi.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini dilakukan untuk mengetahui korelasi antara sisaan yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam deret waktu) atau ruang (seperti dalam data *cross section*). Dalam konteks regresi, model regresi linier klasik mengasumsikan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam sisaan. Hal ini memperlihatkan bahwa model klasik mengasumsikan bahwa unsur sisaan yang berhubungan dengan

pengamatan tidak dipengaruhi oleh sisaan yang berhubungan dengan pengamatan lain yang manapun.

Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test). Hipotesis yang melandasi pengujian ini adalah :

$H_0 : \rho = 0$ (tidak terdapat autokorelasi di antara sisaan)

$H_1 : \rho \neq 0$ (terdapat autokorelasi di antara sisaan)

Statistik Durbin-Watson yang dirumuskan oleh statistik d, yaitu:

$$d = \frac{\sum (e_t - e_{t-1})^2}{\sum e^2}$$

Banyak pengamatan pada pembilang statistik d adalah $n - 1$ karena satu pengamatan hilang dalam mendapatkan perbedaan yang berurutan.

Prosedur uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan Metode Kuaaktivaat Terkecil (MKT) biasa, hitung koefisien regresi, kemudian tentukan e_i .
2. Dengan menggunakan rumus diatas hitung statistik d
3. Berdasarkan banyaknya pengamatan dan peubah penjelas tentukan nilai-nilai kritis d_L dan d_U .
4. Terapkan kaidah keputusan:
 - a. Jika $d < d_L$ atau $d > (4 - d_L)$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi terhadap sisaan.
 - b. Jika $d_U < d < (4 - d_U)$, maka H_0 diterima, berarti tidak terdapat autokorelasi antar sisaan.
 - c. Namun jika $d_L < d < d_U$ atau $(4 - d_U) < d < (4 - d_L)$, maka uji Durbin-Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (inconclusive). Untuk nilai-nilai ini, tidak dapat (pada suatu tingkat signifikansi tertentu) disimpulkan ada tidaknya autokorelasi di antara faktor-faktor gangguan.

Dari tabel Durbin-Watson untuk $n = 39$ dan $k = 3$ (adalah banyaknya variabel bebas) diketahui nilai du sebesar 1,453 dan 4-du sebesar 2,547. Nilai Durbin -Watson dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11
Uji autokorelasi

Model Summary^g

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.712 ^a	.503	.458	.71250	1.952

a. Predictors: (Constant), DER, Penjualan, PER

b. Dependent Variable: ROI

Sumber : Data diolah

Dari tabel 11 tersebut diketahui bahwa nilai uji Durbin-Watson sebesar 1,952 terletak antara 1,453 dan 2,547, sehingga H_0 diterima maka dapat disimpulkan bahwa asumsi tidak terdapat autokorelasi telah terpenuhi.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa anatar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari ROI hitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas. Nilai Multikolinieritas disajikan dalam Tabel 4.8 berikut :

Tabel 12
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Penjualan	.976	1.025
	PER	.967	1.034
	DER	.947	1.056

a. Dependent Variable: ROI

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 12 diatas, didapat hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas, yang disajikan berikut ini :

1. Tolerance untuk Penjualan (X_1) adalah 0,976
2. Tolerance untuk PER (X_2) adalah 0,967

3. Tolerance untuk DER (X_3) adalah 0,947

Pada hasil pengujian diatas dapat diketahui, bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel bebas $> 0,1$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas anatar variabel bebas.

Uji multikolinieritas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan angka 10, jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

1. VIF untuk penjualan (X_1) adalah 1,025
2. VIF untuk PER (X_2) adalah 1,034
3. VIF untuk DER (X_3) adalah 1,056

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas, hal ni dibuktikan dari nilai VIF masing-masing variabel yang memiliki nilai < 10 , dengan demikian uji asumsi klasik tidak adanya multikolinieritas dapat terpenuhi.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semai kn meningkatnya nilai variabel bebas, untuk mengetahuinya maka dilakukan dengan Uji Glejser.

Pengujian kehomogenan ragam sisaan dilandasi pada hipotesis :

H_0 : Ragam sisaan homogen

H_1 : Ragam sisaan tidak homogen

Prosedur pengujian kehomogenan ragam sisaan adalah :

1. Lakukan pendugaan parameter model regresi linier dengan metode kuaktivaat terkecil.
2. Hitung sisaan dari model regresi yang diperoleh dari langkah 1.
3. Buat regresi nilai mutlak sisaan, $|e|$ terhadap peubah penjelas dengan bentuk fungsional $|e_i| = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + V_1$
4. Lakukan uji keberartian koefisien regresi, jika koefisien regresi tidak nyata maka terdapat hubungan yang penting secara

statistic di antara peubah sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan).

Nilai signifikansi untuk heterokedastisitas menggunakan uji glejser dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 13
Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.605	3.074		2.149	.039
	Penjualan	.204	.126	.258	1.618	.115
	PER	-.123	.125	-.159	-.990	.329
	DER	.571	.526	.176	1.086	.285

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber : Data diolah

Dengan melihat tabel 13 diatas dapat diketahui nilai uji heterokedastisitas dari masing-masing variabel bebas, dimana hasilnya disajikan sebagai berikut :

1. Nilai **sig.** untuk penjualan (X_1) adalah 0,115
2. Nilai **sig.** untuk PER (X_2) adalah 0,329
3. Nilai **sig.** untuk DER (X_3) adalah 0,285

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa nilai **sig.** untuk masing-masing variabel bebas adalah $> \alpha$ ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tidak nyata, maka terdapat hubungan yang penting secara statistik di antara peubah sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Dengan terpenuhinya seluruh asumsi klasik regresi diatas, maka dapat dikatakan bahwa model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak atau tepat, sehingga dapat diambil intepretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu penjualan (X_1), PER (X_2), dan DER (X_3) terhadap variabel terikatnya, yaitu ROI (Y).

a. Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi ini didapat dengan menggunakan bantuan *spss for windows ver. 13.00*, dimana hasil olah regresi disajikan pada tabel 14 berikut ini :

Tabel 14
Analisis Regresi dengan SPSS Windows Ver 13.00

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.391	3.906		-.100	.921
	Penjualan	.464	.160	.446	2.906	.006
	PER	.071	.158	.069	.448	.657
	DER	-.159	.668	-.037	-.239	.813

a. Dependent Variable: ROI

Sumber : data diolah

Keterangan :

- Jumlah data (observasi) = 39
- Nilai t tabel = $\alpha = 5\% = 1,685$
- Nilai f tabel = $\alpha = 5\% = 2,845$
- Dependen variabel = ROI

Dari tabel 14 didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,391 + 0,464 x_1 + 0,071 x_2 - 0,159 x_3$$

Dari persamaan tersebut di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Penjualan

ROI akan naik sebesar 0,464 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (penjualan) dengan asumsi variabel yang lainnya konstan, jadi apabila penjualan mengalami peningkatan satu satuan, maka ROI akan naik sebesar 0,464 satuan.

2. PER (*Price Earning Ratio*)

ROI akan naik sebesar 0,071 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 (PER) dengan asumsi variabel yang lainnya konstan, jadi

apabila PER mengalami peningkatan 1 satuan, maka ROI akan naik sebesar 0,071 satuan.

3. Hutang/*leverage*

ROI akan menurun sebesar 0,159 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_3 DER (hutang/*leverage*) dengan asumsi variabel yang lainnya konstan, jadi apabila DER mengalami peningkatan satu satuan, maka ROI akan turun sebesar 0,159 satuan.

Berdasarkan interpretasi tersebut, dapat diketahui besarnya kontribusi variabel terikat terhadap variabel bebasnya, antara lain penjualan (X_1) sebesar 0.464, PER (X_2) sebesar 0,071 dan hutang (X_3) sebesar - 0,159. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Penjualan dan PER memiliki pengaruh positif terhadap ROI, sedangkan DER memiliki pengaruh negatif terhadap ROI.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisa perhitungan diperoleh nilai R^2 (koefisien determinasi) dan koefisien korelasi (R) seperti dalam tabel 15.

Tabel 15
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.712 ^a	.503	.458	.71250	1.952

a. Predictors: (Constant), DER, Penjualan, PER

b. Dependent Variable: ROI

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel 15 didapatkan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,503. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur ketepatan suatu regresi, apabila R^2 makin besar maka akan semakin tepat suatu regresi, sebaliknya semakin kecil nilai R^2 menunjukkan semakin tidak tepatnya garis regresi tersebut. Koefisien determinasi mempunyai nilai antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,503 berarti koefisien tersebut berada

diantara nilai 0 dan 1 ($0 \leq 0,503 \leq 1$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,503 mempunyai arti, bahwa 50,3% variabel ROI dijelaskan oleh variabel penjualan, PER, dan hutang, sedangkan sisanya 49,7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu penjualan, PER, dan hutang dengan variabel terikat ROI, nilai koefisien korelasi yang didapat dari tabel 15 adalah sebesar 0,712, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas, yaitu penjualan, PER, dan hutang dengan variabel terikat ROI termasuk kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,799.

4. Hasil Pengujian Hipotesis

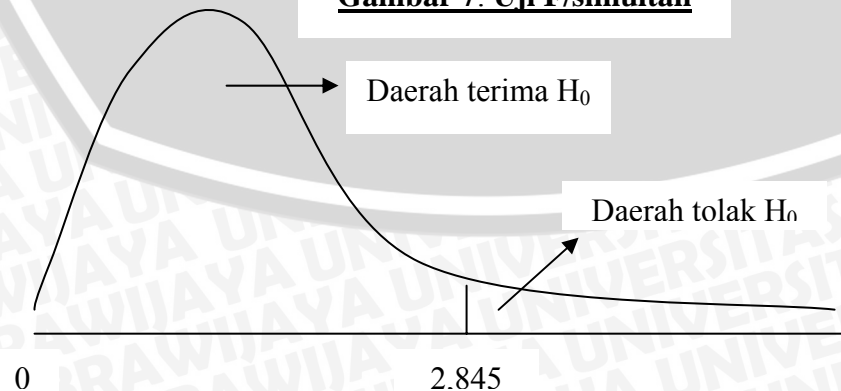
a. Pengujian Hipotesis 1

Pengujian hipotesis 1 menggunakan Uji F. Pengujian dengan menggunakan uji F digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak, jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini juga dapat dikatakan sebagai berikut :

H_0 ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} \implies$ signifikan

H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}} \implies$ tidak signifikan

Gambar 7. Uji F/simultan



Nilai statistik uji F dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16
Uji F/Serempak

ANOVA^{a,b}

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.751	3	5.917	10.868	.000 ^a
	Residual	17.643	35	.506		
	Total	35.394	38			

a. Predictors: (Constant), DER, Penjualan, PER

b. Dependent Variable: ROI

Berdasarkan tabel 16, nilai F hitung sebesar 10,868, sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 3 : db residual = 39) adalah sebesar 2,845. Karena F hitung > F tabel yaitu $10,868 > 2,845$ maka analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, penolakan H_0 ini mengandung arti bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel penjualan, PER, dan hutang secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Return on Investments* (ROI) perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI.

b. Pengujian Hipotesis 2

Pengujian hipotesis 2 ini menggunakan uji t (t test/parsial). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, selain itu juga digunakan untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh paling dominan. Apabila hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini juga dapat dikatakan sebagai berikut :

t hitung > t tabel atau -t hitung < -t tabel \Rightarrow signifikan

t hitung < t tabel atau -t hitung > -t tabel \Rightarrow tidak signifikan

Nilai t test disajikan dalam tabel 17 berikut

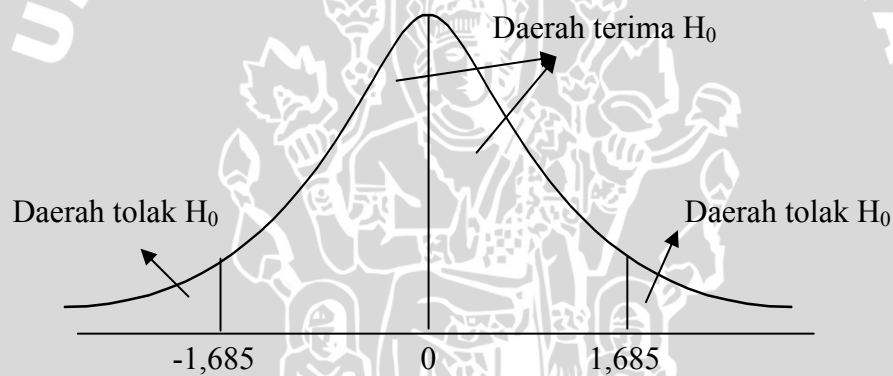
Tabel 17
Uji t / Parsial

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.391	3.906		-.100	.921
	Penjualan	.464	.160	.446	2.906	.006
	PER	.071	.158	.069	.448	.657
	DER	-.159	.668	-.037	-.239	.813

a. Dependent Variable: ROI

Sumber : data diolah

Gambar 8
Uji t (Parsial)



Berdasarkan Tabel 17 diperoleh hasil sebagai berikut :

- t test antara X_1 (penjualan) dengan Y (ROI) menunjukkan t hitung = 2,906. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 39) adalah sebesar 1,685. Karena t hitung > t tabel yaitu $2,906 > 1,685$ maka pengaruh X_1 (penjualan) adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ROI dapat dipengaruhi secara signifikan oleh penjualan. Pengaruh penjualan terhadap ROI signifikan karena penjualan merupakan sumber pemebentukan laba, hal ini dapat ditunjukkan dari adanya perubahan tingkat rata-rata pertumbuhan penjualan dari perusahaan yang dijadikan sebagai sampel

penelitian yang diikuti pula dengan perubahan ROI perusahaan, misalnya pada tahun 2004 tingkat rata-rata pertumbuhan penjualan tercatat sebesar 12,70 persen, sedangkan ditahun 2005 naik menjadi 13,97 persen, namun ditahun 2005 turun menjadi 11,69 persen, sedangkan rata-rata ROI perusahaan yang dijadikan sampel ditahun 2004 sebesar 0,84 persen, dan pada tahun 2005 naik menjadi 11,04 persen, sedangkan ditahun 2006 turun menjadi 6,83 persen, hal ini sesuai dengan perubahan tingkat rata-rata penjualan.

- t test antara X_2 (PER) dengan Y (ROI) menunjukkan t hitung = 0,448. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 39) adalah sebesar 1,685. Karena t hitung < t tabel yaitu $0,448 < 1,685$ maka pengaruh X_2 (PER) adalah tidak signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ROI dapat dipengaruhi secara tidak signifikan oleh PER. Variabel PER tidak signifikan karena perubahan dari rata-rata PER perusahaan yang dijadikan sampel tidak diikuti oleh rata-rata ROI, misalnya rata-rata PER pada tahun 2005 sebesar 15,69 persen kemudian naik menjadi 18,20 persen ditahun 2006, hal ini tidak sesuai dengan perubahan ROI perusahaan yang pada tahun 2005 sebesar 11,04 persen, sedangkan ditahun 2006 turun menjadi 6,83 persen.
- t test antara X_3 (hutang) dengan Y (ROI) menunjukkan t hitung = -0,239. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 39) adalah sebesar 1,685. Karena t hitung < t tabel yaitu $-0,239 < 1,685$ maka pengaruh X_3 (hutang) adalah tidak signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ROI dapat dipengaruhi secara tidak signifikan oleh hutang. Pengaruh hutang tidak signifikan terhadap ROI karena secara empiris perubahan nilai rata-rata DER perusahaan tidak diikuti nilai rata-rata ROI perusahaan, misalnya rata-rata nilai DER ditahun 2004 sebesar 1,64 persen, pada tahun 2005 turun menjadi 1,28 persen, dan pada tahun 2006 turun lagi

menjadi 1,13 persen, sedangkan rata-rata ROI perusahaan yang dijadikan sampel ditahun 2004 sebesar 0,84 persen, pada tahun 2005 sebesar 11,04 persen, namun pada tahun 2006 turun menjadi 6,83 persen, seharusnya semakin kecil beban hutang dalam suatu perusahaan, maka akan meningkatkan keuntungan perusahaan tersebut.

Berdasarkan uji t dapat diketahui bahwa variabel bebas yang mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (ROI) adalah Penjualan yang signifikan pada tingkat alpha 5%, sedangkan yang memiliki pengaruh paling dominan dalam penelitian ini adalah variabel Penjualan juga, karena dari ketiga variabel bebas yang digunakan hanya variabel Penjualan yang memiliki pengaruh secara signifikan.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara bersama-sama variabel independen yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan adalah variabel penjualan, PER, dan hutang. Variabel-variabel tersebut dapat berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas (ROI) perusahaan *food and beverages* yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Secara parsial variabel independen yang berpengaruh signifikan adalah variabel penjualan, sedangkan variabel PER dan hutang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap profitabilitas perusahaan adalah Penjualan, karena dalam penelitian ini dari ketiga variabel bebas yang digunakan hanya variabel Penjualan yang berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, hal ini sesuai dengan fungsi dari penjualan, yaitu sebagai sumber pembentukan laba perusahaan, yang ditunjukkan dengan adanya perubahan rata-rata tingkat penjualan yang diikuti pula dengan perubahan pada rata-rata ROI perusahaan yang dijadikan sebagai sampel.

B. Saran

Dari beberapa kesimpulan yang telah diambil, maka saran yang dapat penulis berikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara bersama variabel penjualan, PER, dan hutang berpengaruh secara signifikan terhadap ROI perusahaan, oleh karena itu sebaiknya perusahaan dapat lebih memaksimalkan kinerja dari variabel-variabel tersebut, sehingga nantinya profitabilitas yang diperoleh perusahaan lebih maksimal lagi.
2. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap profitabilitas perusahaan adalah Penjualan, oleh karena itu disarankan pada perusahaan agar dapat lebih jeli lagi dalam menerapkan kebijakannya terutama yang berkaitan dengan penjualan, selain itu sebaiknya perusahaan dapat lebih memaksimalkan kinerja dari bagian penjualan.



3. Pada penelitian ini hanya digunakan tiga variabel independen, yaitu penjualan, *price earning ratio* (PER), dan hutang. Ketiga variabel tersebut hanya mampu menjelaskan sebagian dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Dengan demikian masih ada variabel-variabel lain di luar penelitian yang bisa dijadikan variabel independen. Untuk hasil penelitian yang lebih baik, penelitian selanjutnya bisa melakukan penambahan terhadap variabel independen yang digunakan, misalnya dengan menambahkan variabel *dividen payout ratio*.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Lampiran 1
Data ROI Perusahaan Sampel tahun 2004-2006

No.	Nama Perusahaan	ROI			Rata-rata
		2004	2005	2006	
1	Aqua Golden Mississippi	13.65	8.79	6.14	9.53
2	Cahaya Kalbar	-8.37	-6.58	5.45	-3.17
3	Davomas Abadi	6.27	5.16	7.25	6.23
4	Delta Djakarta	8.50	10.49	7.50	8.83
5	Fast Food Indonesia	11.59	10.93	14.25	12.26
6	Indofood Sukses Makmur	2.47	0.84	4.10	2.47
7	Mayora Indah	6.65	3.13	6.02	5.27
8	Siantar Top	6.08	2.23	3.09	3.80
9	Multi Bintang Indonesia	15.79	15.12	12.05	14.32
10	Sekar Laut	-37.93	96.94	4.89	21.30
11	Sierad Produce	-12.31	-10.58	3.68	-6.40
12	SMART	-2.72	6.62	11.82	5.24
13	Tunas Baru lampung	1.22	0.43	2.58	1.41
Jumlah		10.89	143.51	88.83	81.08
Rata-rata		0.84	11.04	6.83	6.24
Tertinggi		15.79	96.94	14.25	21.30
Terendah		-37.93	-10.58	2.58	-6.40

Lampiran 2
Data Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Sampel tahun 2004-2006

No	Nama Perusahaan	Selling Growth			Rata-rata
		2004	2005	2006	
1	Aqua Golden Mississippi	19.20	17.25	6.55	14.33
2	Cahaya Kalbar	-7.69	43.61	62.46	32.79
3	Davomas Abadi	17.17	8.59	47.79	24.52
4	Delta Djakarta	16.16	21.90	-7.27	10.26
5	Fast Food Indonesia	10.58	15.62	24.12	16.77
6	Indofood Sukses Makmur	0.26	4.72	16.93	7.30
7	Mayora Indah	18.24	23.80	15.55	19.20
8	Siantar Top	1.61	-9.94	-13.48	-7.27
9	Multi Bintang Indonesia	20.83	19.93	4.50	15.09
10	Sekar Laut	-9.99	21.44	15.93	9.13
11	Sierad Produce	16.76	5.29	-22.03	0.01
12	SMART	22.04	6.81	3.12	10.66
13	Tunas Baru lampung	39.92	2.49	-2.18	13.41
Jumlah		165.10	181.51	151.99	166.20
Rata-rata		12.70	13.96	11.69	12.78
Tertinggi		39.92	43.61	62.46	32.79
Terendah		-9.99	-9.94	-22.03	-7.27

Lampiran 3
Data PER Perusahaan Sampel 2004-2006

No	Nama Perusahaan	PER			Rata-rata
		2004	2005	2006	
1	Aqua Golden Mississippi	6.90	12.89	29.64	16.48
2	Cahaya Kalbar	-3.68	-8.27	11.48	-0.16
3	Davomas Abadi	12.53	5.51	18.64	12.23
4	Delta Djakarta	6.00	10.22	8.43	8.22
5	Fast Food Indonesia	12.56	12.97	11.78	12.44
6	Indofood Sukses Makmur	19.53	69.30	19.28	36.04
7	Mayora Indah	10.81	13.75	13.27	12.61
8	Siantar Top	8.24	18.47	19.07	15.26
9	Multi Bintang Indonesia	10.26	12.11	15.75	12.71
10	Sekar Laut	-0.80	3.02	42.45	14.89
11	Sierad Produce	-4.93	-6.88	11.43	-0.13
12	SMART	-42.69	8.97	16.69	-5.68
13	Tunas Baru Lampung	22.58	51.95	18.72	31.08
Jumlah		57.31	204.01	236.63	165.98
Rata-rata		4.41	15.69	18.20	12.77
Tertinggi		22.58	69.30	42.45	36.04
Terendah		-42.69	-8.27	8.43	-5.68

Lampiran 4
Data DER Perusahaan Sampel 2004-2006

No	Nama Perusahaan	DER			Rata-rata
		2004	2005	2006	
1	Aqua Golden Mississippi	0.87	0.78	0.77	0.81
2	Cahaya Kalbar	0.43	0.83	0.44	0.57
3	Davomas Abadi	1.29	1.24	1.77	1.43
4	Delta Djakarta	0.28	0.32	0.31	0.30
5	Fast Food Indonesia	0.65	0.66	0.68	0.66
6	Indofood Sukses Makmur	2.56	2.33	2.13	2.34
7	Mayora Indah	0.46	0.61	0.58	0.55
8	Siantar Top	0.48	0.45	0.36	0.43
9	Multi Bintang Indonesia	1.22	1.52	2.08	1.61
10	Sekar Laut	-1.30	4.45	3.03	2.06
11	Sierad Produce	23.02	0.23	0.13	7.79
12	SMART	-10.32	1.38	1.06	-2.63
13	Tunas Baru Lampung	1.65	1.83	1.37	1.62
Jumlah		21.29	16.63	14.71	17.54
Rata-rata		1.64	1.28	1.13	1.35
Tertinggi		23.02	4.45	3.03	7.79
Terendah		-10.32	0.23	0.13	-2.63

Lampiran 5
Uji Asumsi Klasik Regresi

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ROI
N		39
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.8480
	Std. Deviation	.96510
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		.757
Asymp. Sig. (2-tailed)		.616

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.712 ^a	.503	.458	.71250	1.952

- a. Predictors: (Constant), DER, Penjualan, PER
- b. Dependent Variable: ROI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.391	3.906		-.100	.921
	Penjualan	.464	.160	.446	2.906	.006
	PER	.071	.158	.069	.448	.657
	DER	-.159	.668	-.037	-.239	.813

- a. Dependent Variable: ROI

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Penjualan	.976	1.025
	PER	.967	1.034
	DER	.947	1.056

- a. Dependent Variable: ROI

Lampiran 6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.391	3.906		-.100	.921
	Penjualan	.464	.160	.446	2.906	.006
	PER	.071	.158	.069	.448	.657
	DER	-.159	.668	-.037	-.239	.813

a. Dependent Variable: ROI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.751	3	5.917	10.868	.000 ^a
	Residual	17.643	35	.506		
	Total	35.394	38			

a. Predictors: (Constant), DER, Penjualan, PER

b. Dependent Variable: ROI



DAFTAR RIWAYAT HIDUP
(CURRICULUM VITAE)

Nama : Budi Dwi Prasetyo
NIM : 0410320029 – 32
TTL : Surabaya, 25 Maret 1986
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat Asal : Jl. Manukan Sari 3D No. 18
Surabaya 60185
Alamat di Malang : Jl. Kembang Turi No. 6A
Telp / HP : (031)7412025/08563797114
Email : Boedie_imoet86@yahoo.com
Boedie2503@Gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. 1991 – 1992 : TK UDAYANA DENPASAR
2. 1992 – 1998 : SDN MANUKAN KULON IV SURABAYA
3. 1998 – 2001 : SMPN 26 SURABAYA
4. 2001 – 2004 : SMAN 11 SURABAYA
5. 2004 – 2009 : Jurusan Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya Malang

Karya Ilmiah

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan *Food and Beverages* yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode tahun 2004-2006)

Karya Publikasi

“Membaca itu Mahal ?” Rubrik Rostrum Edisi Universitas Brawijaya Koran Media Indonesia