

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2012-2015**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen*



Oleh:

**N a m a : HILDA INDRIANI
N P M : 1305161136
Program Studi : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 31 Oktober 2017, Pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : HILDA INDRIANI
N P M : I305161136
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2012-2015**

Dinyatakan : (B) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I

JULITA, S.E., M.Si

Penguji II

MUSLIH, S.E., M.Si

Pembimbing

DEDEK KURNIAWAN GULTOM, S.E., M.Si

PANITIA UJIAN

Ketua

H. JANURI, S.E., M.M., M.Si

Sekretaris

ADE GUNAWAN, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh:

Nama : HILDA INDRIANI
N P M : 1305161136
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DIBURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2012-2015

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam Ujian Mempertahankan skripsi.

Medan, Oktober 2017

Pembimbing Skripsi

DEDEK KURNIAWAN GULTOM, SE, M.Si

Diketahui/Disetujui
Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. HASRUDY TANJUNG, SE, M.Si

JANURI, SE, MM, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

UNIVERSITAS/ PTS : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STRATA SATU (S1)

KETUA PROGRAM STUDI: Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.
DOSEN PEMBIMBING : DEDEK KURNIAWAN GULTOM, S.E., M.Si.

NAMA MAHASISWA : HILDA INDRIANI
NPM : 1305161136
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2012-2015

TGL	MATERI BIMBINGAN	PARAF	KETERANGAN
11/10-17	Bimbingan SPSS		
13/10-17	Bimbingan BAB IV		
16/10-17	Perbaikan Hasil penulisan perbaikan Pembahasan		
20/10-17	Perbaikan kesimpulan Perbandingan Saran		
23/10-17	Perbaikan Daftar Isi Perbaikan Daftar tabel Perbaikan Daftar Gambar Perbaikan Daftar Pustaka Perbaikan Abstrak dan kata pengantar		
24/10-17	Skripsi di Ace, lanjut sidang meja hijau		

Pembimbing Skripsi

DEDEK KURNIAWAN GULTOM, S.E., M.Si.

Medan, Oktober 2017
Diketahui/ Disetujui Oleh
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : **HILDA INDRIANI**
 NPM : **1305161136**
 Konsentrasi : **Manajemen Keuangan**
 Fakultas : **Ekonomi (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/IESP/**
 Perguruan Tinggi : **Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Kepada : **Vin Dapak (The Pimpinan /Direksi)**
BURSA EFEK INDONESIA
 Jl. Asia No.182 Medan

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan.....20.
 Pembuat Pernyataan



NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

Tembusan :

1. Wakil Rektor II UMSU Medan
2. Peringat

ABSTRAK

HILDA INDRIANI. NPM. 1305161136. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity* dan Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman selama periode tahun 2011-2015 sebanyak 14 perusahaan. sampel adalah sebanyak 10 (sepuluh) perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan mendokumentasi dari laporan keuangan perusahaan Manufaktur dalam sektor makanan dan minuman yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. Dan dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, *Growth Sales* Ada pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : Debt to Equity Ratio, Return On Equity, Growth Sales dan Nilai Perusahaan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahNya, serta shalawat beriring salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliah yang penuh dengan kebodohan ke zaman yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015”** ini dimana merupakan persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan karena mungkin kiranya masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, karena itu dengan hati penulis menerima masukan baik saran maupun kritik demi kesempurnaannya skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, yang teristimewa kedua orang tua saya yang paling saya cintai dan saya sayangi ayahanda Alm. Amir Mukmin dan ibunda Wagiyem yang telah mengasuh dan mendidik dengan curahan hati kasih sayang yang tidak mengenal lelah dalam memberikan kekuatan doa, moral, materil kepada saya dalam menjalani pendidikan dan kehidupan dari masa kecil sampai sekarang.

Ucapan terima kasih ini juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Januri, S.E, M.M., M.Si., selaku Dekan dan Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Ade Gunawan S.E,M.Si, selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Jasman Syarifuddin Hasibuan SE,M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dedek Kurniawan Gultom, SE MS,i selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara selaku staff pengajar yang banyak membekali penulis dengan berbagai pengetahuan.
8. Seluruh staff dan Karyawan Biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Kepada kakak tercinta Wildani, S.pd dan adik-adik penulis Novia Diniamir, dan Almira Nazah.

10. Kepada sahabat-sahabat penulis Yusuf Subhi Panjaitan yang telah memberi semangat dan dukungan selama perkuliahan, dan teman seperjuangan Aprillia Suci Anita Putri, Sri Rahmawati, Kiki Lisara, Claudia Amanda de Fretes, Fitra Ramadhani, Adinda Suhendri, Viki Alan Manurung, Usas Perdana Putera, M. Orient Santoso, Eko Syahputra, Indra Gunawan, Tami Armayuni, Erwyn, Bang Bejo, Bang Dolok, Bang Odon, serta seluruh teman-teman angkatan 2013 yang tidak mungkin namanya disebut satu per satu dan khususnya Kelas G Manajemen Siang di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Semoga Allah SWT memberi imbalan dan pahala atas kemurahan hati dan bantuan pihak-pihak yang terkait tersebut. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya pada diri penulis dan semoga Allah SWT senantiasa melindungi kita semua.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Medan, Oktober 2017

Penulis

HILDA INDRIANI
1305161136

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Uraian Teoritis	12
1. Nilai Perusahaan	12
a. Pengertian Nilai Perusahaan	12
b. Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan	13
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan.	14
d. Skala Pengukuran Nilai Perusahaan.....	15
2. <i>Debt to Equity Ratio</i>	17
a. Pengertian <i>Debt to Equity Ratio</i>	17
b. Faktor-faktor <i>Debt to Equity Ratio</i>	19
c. Tujuan dan Manfaat <i>Debt to Equity Ratio</i>	24

	d. Pengukuran <i>Debt to Equity Ratio</i>	26
3.	<i>Return on Equity</i>	26
	a. Pengertian <i>Return on Equity</i>	26
	b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Return on Equity</i> . ..	29
	c. Tujuan dan Manfaat <i>Return on Equity</i>	30
	d. Pengukuran <i>Return on Equity</i>	31
4.	Pertumbuhan Penjualan.....	32
	a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan	32
	b. Tujuan dan Manfaat Pertumbuhan Penjualan.....	33
	c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan penjualan	34
	d. Pengukuran Pertumbuhan Penjualan	35
B.	Kerangka Konseptual	35
	1. Pengaruh <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) Terhadap Nilai Perusahaan	35
	2. Pengaruh <i>Return on Equity</i> (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan	36
	3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	37
	4. Pengaruh <i>Debt to Equity Ratio</i> , <i>Return on Equity</i> , dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.....	38
C.	Hipotesis.....	39
BAB III	METODE PENELITIAN	40
A.	Pendekatan Penelitian	40

	12
B. Defenisi Variabel	40
C. Tempat dan Waktu Penelitian	42
D. Populasi dan Sampel	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisa Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian	51
1. Deskripsi Data Penelitian	51
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
3. Analisis Regresi Linier Berganda	59
4. Pengujian Hipotesis.....	61
B. Pembahasan.....	65
1. Pengaruh <i>Debt to Equity Ratio</i> terhadap Nilai Perusahaan	65
2. Pengaruh <i>Return on Equity</i> terhadap Nilai Perusahaan	66
3. Pengaruh <i>Growth Sales</i> terhadap Nilai Perusahaan	67
4. Pengaruh <i>Debt to Equity Ratio, Return on Equity, Growt Sales</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I.1	Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2012-2015	4
Tabel I.2	Debt to Equity Ratio Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2012-2015	5
Tabel I.3	Return on Equity Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2012-2015	6
Tabel I.4	Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2012-2015	7
Tabel III.1	Jadwal Penelitian	42
Tabel III.2	Populasi Penelitian	43
Tabel III.3	Sampel Penelitian	44
Tabel IV.1	Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015.....	51
Tabel IV.2	<i>Debt to Equity Ratio</i> pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2015	52
Tabel IV.3	<i>Return on Equity</i> Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI 2012-2015 (Dalam %)..	53
Tabel IV.5	Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2012-2015.....	54
Tabel IV.5	Hasil Uji Kolmogrov Smirnov	57
Tabel IV.6	Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel IV.7	Hasil Uji Regresi	60

Tabel IV.8	Hasil Uji t Statistik	62
Tabel IV.9	Hasil uji F Statistik	64
Tabel IV.10	Uji Koefisien determinasi.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Paradigma Penelitian.....	39
Gambar III.1 Grafik Pengujian Hipotesis Uji t.....	48
Gambar III.2 Grafik Pengujian Hipotesis Uji F.....	49
Gambar IV.1 Grafik Histogram	55
Gambar IV.2 Grafik PP-Plot	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan salah satu bursa efek yang cepat berkembang sehingga menjadi alternatif yang disukai perusahaan untuk mencari dana. Perkembangan bursa efek disamping dilihat dengan semakin banyaknya anggota bursa juga dapat dilihat dari perubahan harga saham yang diperdagangkan. Pada umumnya ekspektasi dari para investor melakukan investasi saham adalah untuk memperoleh *capital gain* ataupun deviden. *Capital gain* adalah selisih lebih harga saham pada menjual dan membeli saham.

Sektor usaha manufaktur merupakan sektor yang memiliki jumlah emiten terbesar di bursa efek Indonesia. Sektor ini memegang peranan penting dalam evaluasi dan perencanaan investasi, mengingat saham-saham beredar yang tergolong favorit, banyak berasal dari perusahaan yang bergerak dalam sektor ini. Di Indonesia terdapat banyak sekali perusahaan manufaktur, adapun perusahaan manufaktur tersebut dikelompok menjadi tiga perusahaan manufaktur yang sudah *go public* (terbuka) di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu : industry dasar dan kimia, aneka industry, industry barang konsumsi.

Dari ketiga kelompok perusahaan manufaktur tersebut, terdapat industri barang konsumsi yang memiliki beberapa sektor, salah satunya adalah sektor makanan dan minuman yang didalamnya terdapat beberapa perusahaan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan tersebut terdapat persaingan bisnis yang menuntut penerapan strategi-strategi yang efektif dan efisien dari

setiap pelaku industri agar dapat tetap eksis dan berkembang. Berhasil atau tidaknya perusahaan tidak terlepas dari mana kemampuannya dalam melakukan kegiatan produksi serta kegiatan ekonomi lainnya untuk menghasilkan keuntungan.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik juga meningkat.

Nilai perusahaan diukur dengan *Price Book to Value* (PBV). Berdasarkan nilai bukunya *Price Book to Value* (PBV) menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan mampu menciptakan suatu nilai yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan apabila *Price Book to Value* (PBV) meningkat hal itu menunjukkan bahwa nilai perusahaan meningkat dan dapat menarik perhatian investor dan sebaliknya apabila *Price Book to Value* (PBV) menurun menunjukkan nilai perusahaan mengalami penurunan. Untuk melihat perusahaan mudah mendapatkan modal dipasar modal adalah dengan melihat kondisi ukuran dalam suatu perusahaan.

Kebijakan hutang disebut dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu rasio hutang terhadap modal, Menurut Sartono (2010, hal. 6) rasio ini mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang, dimana semakin tinggi nilai rasio ini menggambarkan gejala kurang baik bagi perusahaan. Menurut Smith (1992)

perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan lebih besar umumnya mempunyai DER yang rendah dalam kebijakan strukturmodalnya. Menurut (Ang, 1997) semakin rendah DER akan semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya.

Return on Equity (ROE) yaitu hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Pertumbuhan Penjualan atau *Growth Sales* Pertumbuhan Penjualan yaitu menurut: Swastha dan Handoko (2001: hal 165), “pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

Dalam hal ini nilai perusahaan merupakan penggambaran perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* atau pertumbuhan penjualan. Dalam penelitian ini, perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman digunakan sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut memiliki persaingan yang ketat sehingga menarik untuk diteliti. Data empiris mengenai Nilai Perusahaan, Kebijakan hutang (DER), *Return on Equity* (ROE), *Growth Sales* atau pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman periode 2011-2015 dapat disajikan sebagai berikut.

Tabel I.1
Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015

No.	Nama Perusahaan	Tahun				RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	
1	ROTI	10.48	6.56	7.76	5.39	7.54
2	ULTJ	2.29	6.45	4.91	4.07	4.43
3	STTP	2.37	2.93	4.80	3.92	3.50
4	ICBP	3.79	4.48	5.26	4.79	4.58
5	MYOR	5.00	5.90	4.74	5.25	5.22
6	SKLT	0.96	0.89	1.36	1.68	3.22
7	DLTA	6.83	8.99	9.33	4.90	7.51
8	AISA	1.55	1.78	2.05	0.98	1.59
9	ALTO	2.58	2.30	1.41	1.40	1.92
10	CEKA	0.83	0.65	0.87	0.63	0.74
JUMLAH		36.68	40.93	42.49	33.01	40.25
RATA-RATA		3.668	4.093	4.249	3.301	4.025

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

Berdasarkan Tabel I.1 dapat diketahui bahwa nilai perusahaan berfluktuasi dari tahun ketahun. Pada tahun 2012 menunjukkan 3,668 dan tetap menunjukan peningkatan pada tahun 2013 menjadi sebesar 4,093. Pada tahun 2014 mengalami peningkatan kembali menjadi sebesar 4,249 dan pada tahun 2015 menurun menjadi 3,301. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat fluktuasi dalam besarnya nilai perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.. Pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, yaitu pendapatan dari penjualan barang dan jasa. Menurut Martani dan Wardhani (2012, hal. 115) pendapatan merupakan penghasilan yang berasal dari aktivitas operasi utama perusahaan. Dimana pendapatan dan penghasilan tersebut dapat dilihat dengan melihat besar kecilnya suatu perusahaan

Tabel I.2
Debt to Equity (DER) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2015

No.	Nama Perusahaan	Tahun				RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	
1	ROTI	0.81	1.32	1.23	1.28	1.16
2	ULTJ	0.44	0.40	0.29	0.27	0.35
3	STTP	1.16	1.12	1.08	0.90	1.06
4	ICBP	0.48	0.60	0.66	0.62	0.59
5	MYOR	1.71	1.47	1.51	1.18	1.46
6	SKLT	0.93	1.16	1.16	1.48	1.18
7	DLTA	0.25	0.28	0.30	0.22	0.26
8	AISA	0.90	1.13	1.05	1.28	1.09
9	ALTO	0.72	1.77	1.33	1.33	1.28
10	CEKA	1.22	1.02	1.39	1.32	1.23
JUMLAH		8.62	10.27	10.00	9.88	9.66
RATA-RATA		0.862	1.027	1.000	0.988	0.966

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

Berdasarkan tabel I.2 dapat dilihat bahwa DER mengalami kenaikan dan penurunan dengan rata-rata DER ditahun 2012 sebesar 0.862 dan pada tahun 2013 naik menjadi sebesar 1.027 dan tahun 2014 ada penurunan sebesar 1.000 dan setelah itu mengalami penurunan lagi ditahun 2015 menjadi 0.988. Hal ini disebabkan karena adanya peningkatan total hutang diikuti dengan penurunan total ekuitas perusahaan. Artinya di dalam perusahaan harus selalu tersedia dana dalam jumlah tertentu, sehingga tidak terjadi peningkatan hutang secara berlebih. Maka *Debt to Equity Ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dengan menggunakan modalnya sendiri.

Tabel I.3
Return on Equity (ROE) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan
Minuman yang Terdaftar di BEI 2012-2015
(Dalam %)

No.	Nama Perusahaan	Tahun				RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	
1	ROTI	22.37	20.07	19.64	22.76	21.21
2	ULTJ	21.08	16.13	12.51	18.70	17.10
3	STTP	12.87	16.49	15.10	18.41	15.71
4	ICBP	19.04	16.85	16.83	17.84	17.64
5	MYOR	24.27	26.87	9.99	24.07	21.30
6	SKLT	6.15	8.19	10.75	13.20	9.57
7	DLTA	35.68	39.98	37.68	22.60	33.98
8	AISA	12.47	14.71	10.52	9.42	11.78
9	ALTO	8.56	2.22	-1.90	-4.80	4.08
10	CEKA	12.59	12.32	7.63	16.65	12.29
JUMLAH		221.61	173.83	138.75	158.85	164.66
RATA-RATA		22.161	17.383	13.875	15.885	16.466

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

Berdasarkan Tabel I.3 dapat diketahui bahwa *Return on Equity* berfluktuasi dari tahun ketahun. Pada tahun 2012 menunjukkan 22.161 dan menunjukkan penurunan pada tahun 2013 menjadi sebesar 17.383 dan pada tahun 2014 mengalami penurunan kembali menjadi sebesar 13.875 dan pada tahun 2015 naik kembali menjadi 15.885. Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang dapat mengukur ataupun menghitung laba yang didapatkan perusahaan serta dapat mengetahui perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu.

Tabel I.4
Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2012-2015

No	Nama Perusahaan	Tahun				RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	
1	ROTI	46.41%	26.43%	24.89%	15.56%	28.32%
2	ULTJ	33.65%	23.15%	13.19%	12.18%	20.54%
3	STTP	-24.07%	32.03%	28.06%	17.22%	13.31%
4	ICBP	8.02%	16.31%	19.64%	5.72%	12.42%
5	MYOR	-17.30%	14.34%	17.90%	4.58%	4.88%
6	SKLT	16.63%	41.15%	20.17%	9.35%	21.82%
7	DLTA	-5.57%	-49.58%	1.41%	-20.44%	-18.54%
8	AISA	75.82%	47.65%	26.70%	16.94%	41.77%
9	ALTO	-32.81%	108.49%	-31.77%	-9.21%	8.67%
10	CEKA	-9.00%	125.35%	46.21%	-5.84%	39.18%
JUMLAH		91.78%	343.98%	166.4%	46.06%	172.37%
RATA-RATA		9.178%	34.398%	1.664%	4.606%	17.237%

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa *Pertumbuhan Penjualan* mengalami kenaikan dan penurunan bila dilihat dari setiap tahunnya, yaitu pada tahun 2012 sebesar 9.178%, tahun 2013 terjadi kenaikan 34.398%, tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 1.664% , dan tahun 2015 sebesar 4.606%. Penurunan rata-rata penjualan disebabkan kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan.

Dengan melihat data-data diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan adalah tingkat dimana penjualan perusahaan dapat tumbuh tergantung pada bagaimana dukungan *asset* terhadap peningkatan penjualan.

Selain *Pertumbuhan Penjualan*, *debt to equity ratio* dan *Return on Equity* juga mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Debt to Equity Ratio* menunjukkan seberapa besar jumlah hutang dibandingkan modal perusahaan untuk membiayai pengeluaran perusahaan. Semakin banyak dana yang diperoleh perusahaan,

semakin banyak pengeluaran yang dapat dibiayai oleh perusahaan untuk menghasilkan besarnya laba yang diinginkan oleh perusahaan. Namun suatu perusahaan disarankan tidak terlalu banyak memiliki hutang karena perusahaan akan kesulitan dalam membayar bunga yang terlalu besar.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi terkait pada pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Berikut beberapa permasalahan yang dapat teridentifikasi diantaranya yaitu:

1. Adanya penurunan nilai perusahaan ditahun 2015 sementara *Debt to Equity Ratio* ditahun 2015 ikut mengalami penurunan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015
2. Terjadinya kenaikan *Return on Equity* ditahun 2015 sementara nilai perusahaan ditahun 2015 mengalami penurunan, di perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman pada tahun 2012-2015

3. Terjadinya penurunan pertumbuhan penjualan pada tahun 2015 sedangkan nilai perusahaan ditahun 2015 mengalami kenaikan di tahun 2015 pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman pada tahun 2012-2015

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Adapun untuk memperjelas arah penelitian maka penelitian ini dibatasi pada pada *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Equity* (ROE), *Growth Sales* (Pertumbuhan Penjualan), dan Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah yang akan di teliti dapat dirumuskan:

1. Apakah ada pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015?
2. Apakah ada pengaruh *Return on Equity* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015?
3. Apakah ada pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015?

4. Apakah ada pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang diajukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Return on Equity* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015.

2. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, hasil analisis penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan terutama dalam hal memaksimalkan kinerja perusahaan dan kemakmuran pemegang saham yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Bagi investor dan calon investor, hasil analisis penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam melakukan analisis dan pengambilan keputusan investasi.
3. Bagi akademis, hasil analisis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan teori keuangan serta dapat dijadikan bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Menurut Mardiyanto (2008, hal. 182) menyatakan bahwa: "Nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari serangkaian arus kas masuk yang akan dihasilkan perusahaan pada masa mendatang".

Sedangkan menurut Husnan (2006, hal. 5) menyatakan bahwa: "Nilai perusahaan merupakan sejumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal".

Kemudian menurut *Bringham dan Houston*, (2012, hal. 6) menyatakan bahwa: "Nilai perusahaan merupakan nilai yang bergantung pada peluangnya untuk tumbuh, dimana peluang ini bergantung pada kemampuannya untuk

menarik modal”. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipersentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset.

Berdasarkan beberapa referensi tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, serta menjadi salah satu tolak ukur atau indikator yang dipakai oleh para penanam modal untuk melihat prestasi suatu perusahaan setiap tahunnya.

b. Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Adapun tujuan dan manfaat nilai perusahaan adalah agar meningkatnya nilai perusahaan atau adanya pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang mudah terlihat adalah adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham.

Menurut *Bringham* dan *Houston* (2012, hal. 7) menyatakan bahwa:”Nilai perusahaan manfaat dan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham (*stocholder wealth maximization*) yang diterjemahkan menjadi memaksimalkan harga saham biasa perusahaan”.

Sedangkan menurut *Martono* dan *Harjito* (2010, hal.13) menyatakan bahwa: “Tujuan nilai perusahaan adalah untuk memaksimumkan keuntungan (*maximize profit*) memaksimumkan nilai perusahaan (*maximize the value of the firm*), meminimumkan biaya (*minimize profit*)”.

Kemudian menurut Riyanto (2010, hal. 85) menyatakan bahwa: "Nilai perusahaan yang diukur dengan PBV (nilai buku perlembar saham) bertujuan dan bermanfaat untuk menunjukkan jumlah rupiah yang akan dibayarkan kepada setiap lembar saham apabila perusahaan pada saat itu dibubarkan dengan anggapan bahwa semua aktiva dapat direalisasikan atau dijual dengan harga yang sama dengan nilai bukunya atau menunjukkan jumlah rupiah aktiva perusahaan yang menjadi hak setiap lembar saham".

Price to book value (PBV) berkaitan dengan nilai buku perlembar saham yang merupakan salah satu indikator dalam menilai perusahaan yang sangat bermanfaat dalam nilai perusahaan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. *Price to book value* (PBV) merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan *price to book value* (PBV) yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan, dan nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Menurut Wardani (2008, hal.175) menyatakan bahwa "Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain: *insider ownership*, *Debt to Equity Ratio*, Profitabilitas, Growth, kebijakan deviden.

1. *Insider ownership* merupakan persentase saham yang dimiliki oleh *insider*, seperti manajer atau direktur.

2. *Debt to Equity Ratio* merupakan salah satu sumber pembiayaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayain kebutuhan dananya.
3. Profitabilitas merupakan rasio rentabilitas atau disebut juga profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba.
4. Growth (Pertumbuhan) merupakan pertumbuhan perusahaan dalam manajemen keuangan yang diukur berdasarkan perubahan penjualan
5. Kebijakan deviden adalah kebijakan yang dikaitkan dengan penentuan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada para pemegang saham sebagai deviden atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan.

Sedangkan Menurut *Brigham dan Houston* (2012, hal. 6) menyatakan bahwa: “Likuiditas merupakan factor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Karena nilai suatu aset juga bergantung pada likuiditas, yang artinya seberapa mudah aset itu dijual dan diubah menjadi kas pada nilai pasar yang wajar”.

Jumlah asset yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan, size yang besar memudahkan perusahaan dalam masalah pendanaan. Perusahaan umumnya dimiliki fleksibilitas dan aksebilitas yang tinggi dalam masalah pendanaan. Kemudahan ini biasa ditanggapkan sebagai informasi yang baik.

d. Skala Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio pasar *Price Book to Value* (PBV). Nilai perusahaan yang diindikasikan dengan *Price Book to Value* (PBV) yang tinggi menjadi harapan para pemilik perusahaan

bisnis pada suatu saat ini, sebab *Price Book to Value* (PBV) yang mempunyai harga pasar tinggi dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

Menurut Anoraga dan Pakarti (2008, hal. 59) menyatakan bahwa: “harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor lain yang menyatakan naik turunnya suatu saham.

Price Book to Value (PBV) merupakan hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku. Perusahaan yang tingkat pengembalian atas ekuitasnya tinggi biasanya menjual sahamnya dengan penggandaan nilai buku yang lebih tinggi dari pada perusahaan lain yang tingkat pengembaliannya rendah. Nilai buku per lembar saham dapat dihitung dengan rumus berikut:

Menurut Harmono (2011, hal. 114) menyatakan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Price}}{\text{Nilai Buku Saham Biasa}}$$

Sedangkan menurut Gitman (2009, hal. 74) menyatakan rumus sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per share of commonstock}}$$

Price to Book Value (PBV) ini menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal di investasikan, sehingga semakin tinggi rasio *Price Book to Value* (PBV) yang menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Nilai perusahaan yang baik ketika *Price Book to Value* (PBV) menunjukkan nilai perusahaan semakin baik. Sebaliknya apabila *Price Book to Value* (PBV) dibawah nilai satu mencerminkan nilai perusahaan tidak baik. Sehingga persepsi investor terhadap perusahaan juga tidak baik karena *Price Book*

to Value (PBV) dibawah satu menggambarkan harga jual perusahaan lebih rendah di bandingkan dengan nilai buku perusahaan.

2. Debt to Equity Ratio (DER)

a. Pengertian Debt to Equity Ratio (DER)

Salah satu hal yang penting yang sangat berpengaruh langsung terhadap kegiatan operasional perusahaan adalah pendanaan yang berupa modal. Modal merupakan hal yang utama dalam pertumbuhan suatu perusahaan sebab semakin besar modal akan semakin besar pula operasional yang dilakukan perusahaan yang mana akan berdampak pada kenaikan tingkat penjualan. Struktur modal perusahaan merupakan komposisi dari hutang dan ekuitas. Dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, perusahaan harus mampu menjaga kondisi keseimbangan finansialnya. Dana yang berasal dari hutang atau kewajiban memiliki biaya modal yang disebut bunga, sementara dana yang berasal dari ekuitas atau modal sendiri mempunyai biaya modal berupa deviden. Perusahaan harus bijak mempertimbangkan sumber dana yang akan digunakannya, dan biasanya perusahaan cenderung memilih sumber dana yang memiliki biaya modal yang relatif rendah untuk digunakan dalam melaksanakan kegiatan operasional perusahaan tersebut. Namun perusahaan dapat menambah modal dengan melakukan pinjaman hutang. Komposisi hutang dan ekuitas yang tidak optimal akan mempengaruhi profitabilitasnya.

Menurut Riyanto (2010 : hal 296) menyatakan bahwa:

“Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing (jangka panjang) dengan modal sendiri. Dimana struktur modal merupakan cermin dari kebijaksanaan perusahaan dalam menentukan jenis *securities* yang dikeluarkan”.

Menurut Sartono (2010 : hal 225) “struktur modal adalah perimbangan jumlah hutang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa”.

Sedangkan menurut Sjahrial (2008 : hal 179) menyatakan bahwa:

“Struktur modal merupakan perimbangan antara penggunaan modal pinjaman yang terdiri dari: utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang dengan modal sendiri yang terdiri dari: saham preferen dan saham biasa”.

Dana yang dibutuhkan untuk menutupi berbagai keperluan perusahaan diantaranya untuk mendanai kegiatan operasionalnya dan investasi di dalam perusahaan, baik bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan. Dan *Debt to Equity Ratio* menunjukkan hubungan antara kedua jenis sumber modal tersebut. DER merupakan bagian dari struktur modal perusahaan.

Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Menurut Kasmir (2012 : 157) “*Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas.”

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa struktur modal memiliki beberapa unsur penting yang dapat diambil yaitu modal yang digunakan dalam operasional perusahaan adalah perimbangan antara modal sendiri dan modal asing sehingga dapat dikatakan merupakan cerminan seluruh passiva yang dibutuhkan untuk menutupi berbagai keperluan perusahaan

diantaranya untuk mendanai kegiatan operasionalnya dan investasi di dalam perusahaan, baik bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan.

b. Faktor –Faktor *Debt to Equity Ratio* (DER)

Perusahaan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis sumber-sumber dana yang ekonomis guna membelanjai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya. Di dalam melakukan kegiatan tersebut manajer keuangan harus dihadapkan dengan dua pilihan sumber pendanaan, yaitu menggunakan dana yang bersumber dari utang atau menggunakan dana yang berasal dari modal sendiri. Dalam menentukan perimbangan antara utang dan modal sendiri yang tercermin pada struktur modal perusahaan, maka perlu memperhitungkan adanya berbagai faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Sartono (2010 : hal 248) beberapa faktor penting yang mempengaruhi struktur modal yaitu:

- 1) Tingkat penjualan
- 2) Struktur asset
- 3) Tingkat pertumbuhan perusahaan
- 4) Profitabilitas
- 5) Variabel laba dan perlindungan pajak
- 6) Skala perusahaan
- 7) Kondisi intern perusahaan dan ekonomi makro

Berikut penjelasan dari faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal

1. Tingkat Penjualan

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan utang lebih besar daripada perusahaan yang dengan penjualan yang tidak stabil. Sebagai contoh perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis, di mana harga produknya sangat berfluktuasi, maka aliran kasnya tidak stabil. Oleh

sebab itu sebaiknya tidak dibiayai dengan utang dalam jumlah yang besar.

2. Struktur Asset

Perusahaan yang memiliki asset tetap dalam jumlah besar dapat menggunakan utang dalam jumlah besar, hal ini disebabkan karena dari skalanya perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke sumber dana dibandingkan dengan perusahaan kecil. Kemudian besarnya asset tetap dapat dijadikan jaminan atau koleteral utang perusahaan. Memang penggunaan utang dalam jumlah besar akan mengakibatkan *financial risk* meningkat, sementara asset tetap dalam jumlah besar tentu akan memperbesar *business risk* dan pada akhirnya berarti total *risk* juga meningkat.

3. Tingkat pertumbuhan perusahaan

Semakin cepat pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi. Semakin besar kebutuhan untuk pembiayaan mendatang maka semakin besar keinginan perusahaan untuk menahan laba. Jadi perusahaan yang sedang tumbuh sebaiknya tidak membagikan laba sebagai deviden tetapi lebih baik untuk pembiayaan investasi.

4. Profitabilitas

Profitabilitas periode sebelumnya merupakan faktor penting dalam menentukan struktur modal. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan lebih senang menggunakan laba ditahan sebagai utang.

5. Variabel laba dan perlindungan pajak

Variabel ini sangat erat kaitannya dengan stabilitas penjualan. Jika variabilitas laba perusahaan kecil maka perusahaan mempunyai kemampuan yang lebih besar untuk menanggung beban tetap dari utang. Ada kecenderungan bahwa penggunaan utang akan memberikan manfaat berupa perlindungan pajak

6. Skala Perusahaan

Perusahaan besar yang sudah *well-established* ataupun mapan akan lebih mudah memperoleh modal dipasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula.

7. Kondisi intern perusahaan dan ekonomi makro

Perusahaan perlu menanti saat yang tepat untuk menjual saham dan obligasi. Secara umum kondisi yang paling tepat untuk menjual obligasi atau saham adalah pada saat tingkat bunga pasar sedang rendah dan pasar sedang *bullish* ataupun kondisi pasar saham sedang naik dan menguat.

Masalah struktur modal merupakan masalah yang penting bagi setiap perusahaan, karena baik-buruknya struktur modal akan berdampak langsung terhadap *financial* perusahaan.

Menurut Riyanto (2010 : hal 296) struktur modal suatu perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor di mana faktor-faktor yang utama adalah:

- 1) Tingkat bunga
- 2) Stabilitas dari “earning”
- 3) Susunan dari aktiva
- 4) Kadar resiko dari aktiva

- 5) Besarnya jumlah modal yang dibutuhkan
- 6) Keadaan padar modal
- 7) Sifat manajemen
- 8) Besarnya suatu perusahaan

Adapun penjelasan dari faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tingkat bunga

Pada waktu perusahaan merencanakan pemenuhan kebutuhan modal adalah sangat dipengaruhi oleh tingkat bunga yang berlaku pada waktu itu. Tingkat bunga akan mempengaruhi pemilihan jenis modal apa yang akan ditarik, perusahaan akan mengeluarkan saham atau obligasi.

2. Stabilitas dari “*earning*”

Stabilitas dan besarnya *earning* yang diperoleh oleh suatu perusahaan akan menentukan apakah perusahaan tersebut dibenarkan untuk menarik modal dengan beban tetap atau tidak.

3. Susunan dari aktiva

Kebanyakan perusahaan industri di mana sebagian besar dari modalnya tertanam dalam aktiva tetap (*fixed assets*), akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan modalnya dari modal yang permanen, yaitu modal sendiri, sedang modal asing sifatnya adalah sebagai pelengkap.

4. Kadar resiko dari aktiva

Tingkat atau kadar resiko dari setiap aktiva di dalam perusahaan adalah tidak sama. Makin panjang jangka waktu penggunaan suatu aktiva di dalam perusahaan, makin besar derajat resikonya.

5. Besarnya jumlah modal yang dibutuhkan

Besarnya jumlah modal yang dibutuhkan juga mempunyai pengaruh terhadap jenis modal yang akan ditarik. Apabila jumlah modal yang dibutuhkan sekiranya dapat dipenuhi hanya dari satu sumber saja, maka tidaklah perlu mencari sumber lain. Sebaliknya, apabila jumlah modal yang dibutuhkan adalah sangat besar, sehingga tidak dapat dipenuhi hanya dari satu sumber saja, maka perlulah dicari sumber yang lain.

6. Keadaan pasar modal

Keadaan pasar modal sering mengalami perubahan disebabkan karena adanya gelombang konjungtur. Pada umumnya apabila gelombang meninggi para investor lebih tertarik untuk menanamkan modalnya dalam saham.

7. Sifat manajemen

Sifat manajemen akan mempunyai pengaruh yang langsung dalam pengambil keputusan mengenai cara pemenuhan kebutuhan dana. Seorang manajer yang bersifat optimis yang memandang masa depannya dengan cerah, akan lebih berani untuk menanggung resiko yang besar akan lebih berani untuk membiayai pertumbuhan penjualannya dengan dana yang berasal dari hutang meskipun metode pembelanjanya dengan hutang ini akan memberikan beban *finansial* yang tetap.

8. Besarnya suatu perusahaan

Suatu perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi *Debt to Equity Ratio*. Intinya perusahaan harus tetap memperhatikan hal-hal penting agar *Debt to Equity Ratio* tidak terus mengalami peningkatan.

c. Tujuan dan Manfaat *Debt Equity Ratio* (DER)

Melalui penambahan modal sendiri dari pemegang saham sebagai sumber pendanaan perusahaan harus meningkatkan laba perusahaan agar tidak hanya para pemegang saham saja yang menanamkan modalnya sebagai penambahan modal perusahaan. Melainkan para investor yang lain akan menanamkan modalnya ke perusahaan, jika seandainya perusahaan sudah percaya ke pihak perusahaan dengan begitu modal didalam perusahaan tidak akan mengalami kekurangan atau penurunan karena adanya investrasi yang diberikan kepada investor. Kegunaan dari *Debt to Equity Ratio* (DER) itu sendiri juga untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui *leverage* perusahaan.

Menurut Sawir (2015 : hal 13) “Tujuan dari rasio leverage adalah untuk mengukur tingkat solvabilitas suatu perusahaan dan rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya”.

Sedangkan menurut Kasmir (2012 : hal 157) menyatakan bahwa:

“DER berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang”.

Dari kedua teori diatas dapat disimpulkan bahwa DER bertujuan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam dan dengan mengetahui tingkat solvabilitas dari perusahaan maka perusahaan mampu memenuhi kewajiban atau utang.

Menurut Kasmir (2012 : hal 154) manfaat dari rasio solvabilitas adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya
- 2) Untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)
- 3) Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
- 4) Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang
- 5) Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh utang terhadap pengelolaan aktiva
- 6) Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
- 7) Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

Sedangkan menurut Riyanto (2010 : 293) menyatakan bahwa:

“Struktur modal yang optimum apabila suatu perusahaan dalam memenuhi dananya mengutamakan pemenuhan dengan sumber dari dalam perusahaan akan sangat mengurangi ketergantungannya kepada pihak luar”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan analisis rasio solvabilitas (*leverage*), perusahaan akan mengetahui beberapa hal berkaitan dengan penggunaan modal sendiri dan modal pinjaman serta mengetahui rasio

kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Setelah diketahui, manajer keuangan dapat mengambil kebijakan yang dianggap perlu guna menyeimbangkan penggunaan modal.

d. Pengukuran *Debt to Equity Ratio* (DER)

Kibijakan Hutang dalam penelitian ini diukur dari Debt to Equity Ratio (DER). DER setiap perusahaan tentu berbeda-beda tergantung karakteristik bisnis dan keberagaman arus kasnya.

Menurut Kasmir (2012 : hal 157) *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rumus untuk mencari *Debt to Equity Ratio* dapat digunakan perbandingan total utang dengan total ekuitas sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai DER yang semakin tinggi menunjukkan bahwa komposisi total hutang semakin besar dibanding dengan total modal sendiri, sehingga akan berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditor) hal ini disebabkan karena akan terjadi beban bunga atas manfaat yang diperoleh dari kreditor.

3. *Return on Equity* (ROE)

a. Pengertian *Return on Equity* (ROE)

Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi

kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya, besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung. Profitabilitas perusahaan akan naik jika ketfruntungan yang diperoleh perusahaan tersebut mengalami peningkatan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas. Berikut menurut para ahli defenisi dan kegunaan dari rasio profitabilitas.

Menurut Sartono (2010 : hal 122) menyatakan bahwa:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor, jangka panjang akan sangat berkepentingan dalam analisis rasio profitabilitas ini, misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen”.

Sedangkan menurut Kasmir (2012 : hal 107) menyatakan bahwa:

“Rasio rentabilitas atau disebut juga profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba disebut juga *Operating Ratio*”.

Jumlah *Return on Equity* kerap dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva dan ekuitas pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai suatu persentase dari beberapa tingkat ekuitas atau investasi. Jika situasi perusahaan dikategorikan menguntungkan maka banyak investor yang akan menanamkan modalnya dan berinvertasi pada perusahaan tersebut, hal ini akan mendorong harga saham naik semakin tinggi.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan modal dan aset yang dimiliki perusahaan yang diukur dengan tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan yang dihasilkan dari hasil penjualan dan pendapatan investasi.

Return on Equity (ROE) merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba atas sejumlah investasi yang dilakukan oleh investor. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang investor, dimana rasio tidak memperhitungkan deviden maupun *capital gains* untuk investor. Pada dasarnya *Return on Equity* memperhatikan kemampuan perusahaan dalam mengelola ekuitas atau modal sendiri yang digunakan untuk menghasilkan laba.

Menurut Kasmir (2012 : hal 204) menyatakan bahwa:

“Hasil pengembalian ekuitas atau *Return On Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri”.

Semakin tinggi ROE maka akan semakin baik hasilnya, karena menunjukkan bahwa posisi modal pemilik perusahaan akan semakin kuat, artinya rentabilitas modal sendiri akan semakin baik. Perusahaan yang lebih menekankan keamanan dalam sistem pembelanjaan cenderung memperoleh ROE yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang lebih banyak menggunakan kredit dalam membelanjai kegiatan-kegiatannya.

Menurut Sartono (2010 : hal 124) “*Return on Equity* atau *Return on net worth* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan”.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang dapat mengukur ataupun menghitung laba bersih yang didapatkan perusahaan serta dapat mengetahui perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu.

b. Faktor –Faktor *Return on Equity* (ROE)

Kesuksesan manajemen di dalam perusahaan dapat di lihat dari efisiensi penggunaan modal sendiri dalam memperoleh laba perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari analisis ROE, dikarenakan semakin tinggi rasio ini maka akan menunjukkan semakin baiknya perusahaan dalam menggunakan modal untuk memperoleh laba perusahaan dan memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar bagi pemegang saham. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi *Return On Equity* (ROE).

Menurut Libby (2007 : 251) menyatakan bahwa ROE dibagi menjadi 3 faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

- 1) **Marjin Laba Bersih**
Marjin laba bersih adalah laba bersih / penjualan bersih. Rasio ini mengukur berapa banyak laba yang dihasilkan dari setiap penjualan.
- 2) **Perputaran Aset**
Rasio perputaran aset adalah penjualan bersih / rata-rata total aset. Rasio ini mengukur berapa banyak penjualan yang dihasilkan atas setiap aset perusahaan.
- 3) **Leverage Keuangan**
Leverage keuangan merupakan rata-rata total aset / rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio ini mengukur berapa banyak aset yang digunakan untuk setiap investasi pemegang saham.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa dengan diketahuinya faktor-faktor yang dapat meningkatkan ROE, maka nantinya akan memudahkan pihak perusahaan melalui kreditor keuangan untuk lebih meningkatkan lagi

keuntungan perusahaan melalui pengembalian atas ekuitas perusahaan sehingga nantinya akan memberikan deviden yang baik kepada pemegang saham perusahaan, dan dapat menjadi pertimbangan bagi pemegang saham untuk lebih besar lagi menginvestasikan modalnya kepada perusahaan.

c. Tujuan dan Manfaat *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity (ROE) merupakan rasio keuangan yang termasuk kedalam rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak dari luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan perusahaan.

Manurut Kasmir (2012 : hal 197) menyatakan bahwa adapun tujuan dari rasio profitabilitas yaitu :

- 1) Untuk mengukur atau menghitung laba tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- 5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
- 6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri

Sedangkan menurut Libby (2007: hal 251) menyatakan bahwa tujuan dari

Return on Equity yaitu:

- 1) Mengurangi aktivitas promosi dan komisi yang dibayarkan kepada distributor untuk meningkatkan margin laba
- 2) Mengumpulkan piutang dagang lebih cepat, menyentralisasi distribusi untuk mengurangi persediaan ditangan, dan mengonsolidasi fasilitas produksi dibeberapa pabrik saja untuk mengurangi aset yang diperlukan dalam menghasilkan setiap dolar penjualan

- 3) Menggunakan dana pinjaman sehingga tersedia lebih banyak aset per dolar investasi pemegang saham

Dengan mengetahui tujuan dari *Return on Equity* maka perusahaan akan mampu untuk mengetahui bagaimana perusahaan dapat memperoleh laba dan mengukur kinerja serta produktivitas perusahaan dalam menggunakan hutang maupun ekuitas.

Selain itu, menurut Kasmir (2012 : hal 198) menyatakan adapun manfaat dari rasio profitabilitas yaitu:

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- 5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Sedangkan menurut Harmono (2011 : hal 109) menyatakan bahwa profitabilitas ini menggambarkan kinerja fundamental perusahaan ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba.

Dari kedua teori diatas dapat disimpulkan bahwa manfaat dari profitabilitas adalah rasio ini dapat mengetahui tingkat efisiensi dan efektivitas perusahaan serta mengetahui produktivitas perusahaan dalam memperoleh laba dan mengetahui posisi laba perusahaan dari tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

d. Pengukuran Return On Equity (ROE)

Return On Equity (ROE) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham

perusahaan atau untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap modal dari pemilik.

Menurut Kasmir (2012 : 204) ROE menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi ROE semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumus untuk mencari *Return On Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut :

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

Dengan adanya perhitungan mencari Return On Equity (ROE) maka perusahaan dapat melihat secara efektif dan efisiennya perusahaan tersebut dalam mengelola modal perusahaannya untuk mendapatkan laba atau keuntungan.

4. Pertumbuhan Penjualan

a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan perusahaan dalam manajemen keuangan diukur berdasar perubahan penjualan, bahkan secara keuangan dapat dihitung berapa pertumbuhan yang seharusnya dengan melihat keselarasan keputusan investasi dan pembiayaan. Pertumbuhan perusahaan akan menimbulkan konsekuensi pada peningkatan investasi atas aktiva perusahaan dan akhirnya membutuhkan penyediaan dana untuk membeli aktiva.

Menurut Swastha dan Handoko (2001: hal 143), mengatakan bahwa :

Pertumbuhan Penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

Sedangkan menurut Kasmir (2012: hal 165), menyatakan bahwa :

Pertumbuhan Penjualan dalam manajemen keuangan diukur berdasar perubahan penjualan, bahkan secara keuangan dapat dihitung berapa pertumbuhan yang seharusnya dengan melihat keselarasan keputusan investasi dan pembiayaan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa *Pertumbuhan Penjualan* adalah suatu cara untuk mengukur pertumbuhan perusahaan dan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang.

b. Tujuan dan Manfaat Penjualan

Dalam praktiknya *Pertumbuhan Penjualan* yang dimiliki perusahaan memiliki beberapa tujuan yang akan dicapai. *Pertumbuhan Penjualan* juga memberikan banyak manfaat bagi kepentingan perusahaan, untuk masa yang akan datang.

Menurut Swastha dan Handoko (2001: hal 124) berikut ini adalah beberapa tujuan yang hendak dicapai perusahaan dari *Penjualan* antara lain :

1. Mencapai volume penjualan
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Adapun manfaat *Penjualan* untuk mencari pembeli yg bersedia memakai dan membeli suatu produk perusahaan agar bisa diperoleh laba yang diharapkan oleh seorang penjual.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Penjualan* yang biasanya digunakan untuk mengukur seberapa efektifnya perusahaan mencapai keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang.

Menurut Munawir (2008: hal 217) faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut :

1. Perubahan harga jual atau satuan produk,
Perubahan harga jual ini ditentukan oleh keadaan pasar yang sulit dikendalikan oleh perusahaan sehingga akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan.
2. Perubahan volume produk yang dijual atau dihasilkan
Perubahan volume produk yang dijual mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan bagian penjualan. Adanya kenaikan volume yang dijual berarti bagian penjualan bekerja secara aktif (dengan anggapan bahwa biaya pemasaran tetap, dengan naiknya volume penjualan berarti perusahaan semakin efisien dalam operasinya).

Menurut Swastha dan Handoko (2001: hal 22) faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut :

1. Produk
Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka diminta bertindak sebagai “mata” dari perusahaan dan secara konstan memberikan saran perbaikan yang diperlukan desain produk.
2. Harga
Merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhannya. Penetapan suatu produk yang dihasilkan merupakan salah satu usaha produsen untuk menarik para konsumen agar mau membeli dalam jumlah yang lebih banyak.
3. Distribusi
Distribusi merupakan pernyataan barang dari produsen ke konsumen. Semakin luas pendistribusian maka akan mempengaruhi penjualan.

4. Promosi

Merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor *Penjualan* adalah menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat.

d. Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya.

Menurut Sawir (2015: hal 67) perhitungan *pertumbuhan penjualan* sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } (t-1)}{\text{Penjualan}(t-1)} \times 100 \%$$

B. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual akan dihubungkan antara variabel-variabel penelitian, yaitu variabel indenpenden dan variabel dependen. Adapun yang menjadi kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Menurut Rakhimsyah dan Gunawan (2011: hal 45) DER yang tinggi akan memperlihatkan nilai hutang yang besar, dengan hutang yang besar, dimana hutang itu dapat dijadikan modal untuk memutar kegiatan perusahaan untuk mendapatkan laba yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kemudian menurut Brigham dan Houston (2011: hal 7) bahwa setiap perusahaan memiliki struktur modal yang optimal, yang dinyatakan sebagai kombinasi antara hutang, preferen, dan ekuitas biasanya menyebabkan harga sahamnya maksimal. Jadi, perusahaan yang ingin memaksimalkan nilai akan mengestimasi struktur modal optimalnya. Dimana struktur modal dapat diukur dengan *Debt to Equity Ratio*.

Ini didukung dengan hasil penelitian Lestari, dkk (2012) yang menyatakan bahwa kebijakan hutang yang diukur dengan DER berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Return on Equity* (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Menurut Mursidah (2008: hal 46) merupakan rasio yang sangat penting bagi pemilik perusahaan, karena rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh manajemen dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan.

Nilai menunjukkan bahwa ROE berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. ROE yang dapat dikatakan baik setiap tahun selama periode penelitian menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik dan efektif dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan untuk menghasilkan laba ROE yang tinggi mengindikasikan perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa mendatang. Potensi keuntungan yang tercermin dirasio ROE akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap permintaan saham.

Temuan penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2013) ditemukan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai perusahaan (PBV)

Menurut swastha dan Handoko (2001: hal 69), pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan yang baik merupakan indikator penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan dari periode ke periode maka akan menjamin keberlangsungan perusahaan tersebut. Suatu perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Penjualan merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan. Semakin besar penjualan maka semakin besar keuntungan. Investorpun akan tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan yang penjualan terus berkembang. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan. Permintaan saham yang tinggi akan membuat para investor menghargai nilai saham yang lebih besar dari pada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan. Karena banyak investor beranggapan perusahaan tersebut mempunyai nilai dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi. Berdasarkan uraian ini ada pengaruh positif pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menemukan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif pada perusahaan. Berarti meningkatnya penjualan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan tetapi sebaliknya menurunkan nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa investor tidak melihat pertumbuhan penjualan dalam berinvestasi saham.

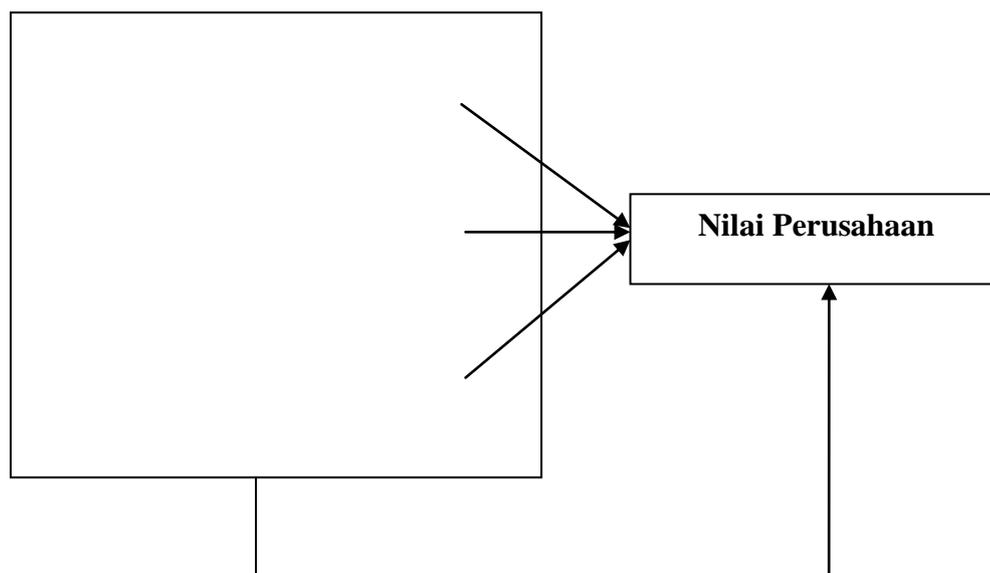
Temuan penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Safrida (2008) ditemukan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative pada nilai perusahaan.

4. Pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Equity* (ROE), dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.

Pada dasarnya, semakin tinggi nilai hutang maka akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hutang adalah beban yang harus ditanggung oleh perusahaan untuk jangka tertentu. Oleh sebab itu, perusahaan berusaha untuk meminimalkan jumlah hutang yang ditanggung oleh perusahaan. Sedangkan ROE menunjukkan tingkat keuntungan yang akan dinikmati oleh pemegang investor. Investor lebih tertarik pada perusahaan dengan tingkat keuntungan tinggi daripada perusahaan dengan tingkat keuntungan yang rendah. . Semakin tinggi pertumbuhan penjualan dari periode ke periode maka akan menjamin keberlangsungan perusahaan tersebut. Suatu perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Semakin besar penjualan maka semakin besar keuntungan. Investorpun akan tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan yang penjualan terus berkembang.

Temuan penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Safrida (2008) ditemukan bahwa pertumbuhan penjualan, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan teoritis yang telah dijelaskan diatas. Maka kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat pada gambar pradigma berikut.



Gambar II.1 Paradigma Penelitian

C. Hipotesis

Hipotesis berkaitan erat dengan teori. Menurut Juliandi (2014: hal 44) hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian.

Berdasarkan masalah yang dikemukakan sebelumnya maka dirumuskan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan (PBV)
2. Ada pengaruh *Return on Equity* terhadap Nilai Perusahaan (PBV)
3. Ada pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai perusahaan (PBV)
4. Ada pengaruh *Debt to Equity*, *Return on Equity*, dan Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel yang satu dengan yang lainnya. Menurut Sugiyono (2013, hal. 36) penelitian asosiatif ini yang pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan bersifat empiris, dimana data yang diperoleh dari dokumen dengan cara melakukan browsing pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. Defenisi Operasi Variabel

Operasional variabel merupakan subjek penelitian yang akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis data tertentu, yang bergantung pada jenis dan model penelitiannya. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari :

1. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013, hal. 39). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Price to Book Value (PBV)* yang merupakan perbandingan antara harga saham dan nilai buku perlembar saham dihitung dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

2. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013, hal 39). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kebijakan Hutang (DER) (X₁)

Debt to Equity Ratio (DER) adalah rasio hutang terhadap modal. Menurut Sartono (2010: 6) rasio ini mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang, dimana semakin tinggi rasio ini menggambarkan gejala kurang baik bagi perusahaan. *DER* dapat dihitung dengan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

b. Return on Equity (ROE) (X₂)

Return on Equity (ROE) adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. ROE dapat dihitung dengan rumus:

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Total Modal}}$$

c. Pertumbuhan Penjualan (Growth Sales) (X₃)

Pertumbuhan Penjualan yaitu hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan ditahun sebelumnya dengan penjualan ditahun sebelumnya. Tingkat pertumbuhan penjualan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan} = \frac{\text{Pertumbuhan } (t) - \text{Pertumbuhan } (t - 1)}{\text{Pertumbuhan } (t - 1)} \times 100\%$$

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara empiris pada perusahaan Manufaktur sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2015 dengan mengumpulkan data laporan keuangan yang tersedia melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2017, Adapun jadwal penelitiannya sebagai berikut:

Tabel III.1
Jadwal Penelitian

No	Jenis Penelitian	Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■															
2	Penyusunan proposal		■	■	■												
3	Bimbingan Proposal					■	■	■	■								
4	Seminar Proposal											■	■	■	■		

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan dari objek yang diteliti. Sugiyono (2013, hal. 80) berpendapat bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman selama periode tahun 2011-2015 sebanyak 14 perusahaan.

Tabel III.2
Populasi Penelitian

No.	Nama Perusahaan	Kode
1	Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
2	Ultrajaya Milk Industry & Trading Co.Tbk.[S]	ULTJ
3	Siantar Top Tbk. [S]	STTP
4	Indofood CBP Sukses Makmur	ICBP
5	Mayora Indah Tbk [S]	MYOR
6	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
7	Delta DJakarta Tbk.	DLTA
8	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.[S]	AISA
9	Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
10	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.[S]	CEKA
11	Sekar Bumi, Tbk	SKBM
12	Sekar Laut, Tbk	SKLT
13	Indofood Sukses Makmur, Tbk	INDF
14	Prashida Aneka Niaga, Tbk	PSDN

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

2. Sampel

Pemilihan sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan desain sampel nonprobabilitas dengan metode *proposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013 hal. 81).

Tujuan menggunakan *proposive sampling* adalah untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria sampel yang diteliti pada perusahaan yang terdaftar di dalam perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan manufaktur yang masuk kedalam sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2015.
- b. Perusahaan yang memiliki data keuangan yang lengkap dan audit dari tahun 2012-2015 yang dibutuhkan peneliti.
- c. Perusahaan yang menghasilkan laba tiap tahunnya.

Berdasarkan data diatas penarikan sampel adalah sebanyak 10 (sepuluh) perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman. Adapun perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel III.3
Sampel Penelitian

No.	Nama Perusahaan	Kode
1	Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
2	Ultrajaya Milk Industry & Trading Co.Tbk.[S]	ULTJ
3	Siantar Top Tbk. [S]	STTP
4	Indofood CBP Sukses Makmur	ICBP
5	Mayora Indah Tbk [S]	MYOR
6	Sekar Laut Tbk.[S]	SKLT
7	Delta Djakarta Tbk	DLTA
8	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.[S]	AISA
9	Tri Banyan Tirta Tbk.	ALTO
10	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.[S]	CEKA

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan mendokumentasi dari laporan keuangan perusahaan Manufaktur dalam sektor makanan dan minuman yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder yang diperoleh dengan mengambil data-data yang dipublikasikan pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti apakah masing-masing variabel bebas (*Debt to Equity Ratio, Return*

on Equity, dan pertumbuhan penjualan) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan. Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

1. Regresi Linier berganda

Metode analisa data yang digunakan dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah analisis Statistik Regresi Linier Berganda untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas yaitu *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity* dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan, dengan rumus, Menurut Sugiyono(2014, hal. 243)

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X1 = *Debt to Equity Ratio*

X2 = *Return on Equity*

X3 = Pertumbuhan Penjualan

Pengujian model regresi yang berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh positif atau negatif dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode analisis data yang digunakan adalah model analisis regresi linier berganda dengan bantuan *Software SPSS Versi 16.0 for Windows*. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Juliandi dan Irfan, (2014, hal 160) Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Untuk mengetahui data berdistribusi normal digunakan uji statistic kolmogorov-smirnov (K-S), dengan asumsi, bila nilai signifikannya < 0.05 berarti distribusi data tidak normal, sebaliknya bila nilai signifikannya > 0.05 berarti distribusi data normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Menurut Juliandi dan Irfan (2014: hal 162) Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat atau tinggi antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah melihat nilai factor inflasi varian *Variance Inflating Factor/VIF* yang tidak melebihi 4 atau 5. Pendeteksian terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat *Variance Inflating Factor/VIF* dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Bila $VIF > 5$ maka terdapat masalah Multikolinieritas yang serius.
- 2) Bila $VIF < 5$ maka tidak terdapat masalah Multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varian berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. (Juliandi dan Irfan 2014: hal 164)

Dasar Pengambilan Keputusan :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak Heteroskedastisitas.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas (X) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y), pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikan. Adapun rumus dari uji t adalah sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2014, hal. 214)

Dimana:

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel

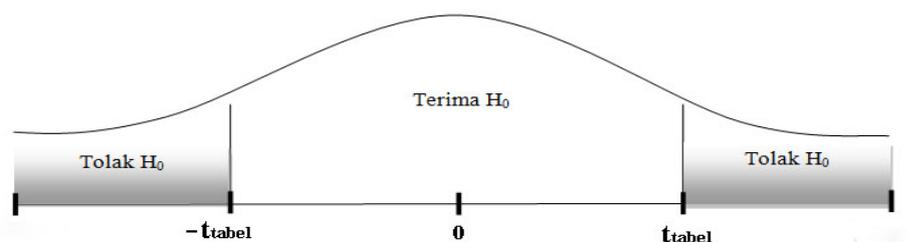
Adapun pengujiannya sebagai berikut:

$H_0: r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

$H_0: r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- H_0 diterima jika nilai $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha=5\%$, $df=n-k$
- H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$



Gambar III.1 Kriteria Pengujian Hipotesis

b. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis yang bersifat simultan (bersama-sama) terutama pengujian signifikan terhadap koefisien korelasi gandanya. Pembuktian dilakukan dengan membandingkan nilai F (tabel) dengan F (hitung).

Hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan menggunakan uji F, dengan rumus yang dipakai sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2014, hal. 223)

Keterangan:

Fh = Nilai F hitung

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah anggota sampel

Bentuk pengujiannya sebagai berikut :

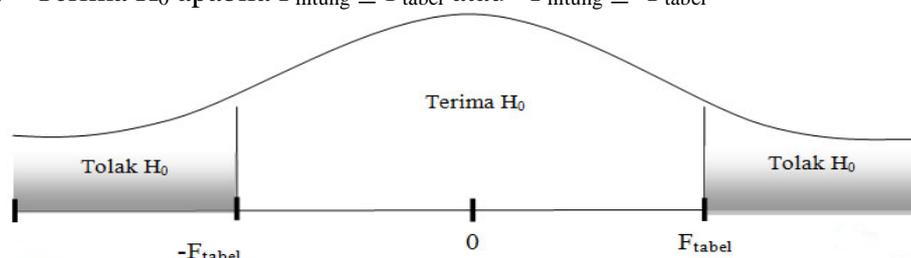
H_0 : $\mu = 0$ tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

H_0 : $\mu \neq 0$ ada pengaruh antara yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Pada penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji simultan adalah :

- 1) Tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$
- 2) Terima H_0 apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$



Gambar III.2 Kriteria Pengujian Hipotesis

3. Uji Koefisien determinasi (R-square)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam menggunakannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam presentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

D = Determinasi

R = Nilai korelasi berganda

100% = Presentase Kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam penelitian ini variabel-variabel penelitian di klasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah rasio *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity* dan *Growth Sales*, dan yang menjadi variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan data informasi keuangan yang berhubungan dengan rasio *Return on Equity*, dan , dan data nilai perusahaan tahun 2012-2015.

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

a. Nilai Perusahaan

Tabel IV.1
Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015

No.	Nama Perusahaan	Tahun				RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	
1	ROTI	10.48	6.56	7.76	5.39	7.54
2	ULTJ	2.29	6.45	4.91	4.07	4.43
3	STTP	2.37	2.93	4.80	3.92	3.50
4	ICBP	3.79	4.48	5.26	4.79	4.58
5	MYOR	5.00	5.90	4.74	5.25	5.22
6	SKLT	0.96	0.89	1.36	1.68	3.22
7	DLTA	6.83	8.99	9.33	4.90	7.51
8	AISA	1.55	1.78	2.05	0.98	1.59
9	ALTO	2.58	2.30	1.41	1.40	1.92
10	CEKA	0.83	0.65	0.87	0.63	0.74
JUMLAH		36.68	40.93	42.49	33.01	40.25
RATA-RATA		3.668	4.093	4.249	3.301	4.025

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

Berdasarkan Tabel I.1 dapat diketahui bahwa nilai perusahaan berfluktuasi dari tahun ketahun. Pada tahun 2012 menunjukkan 3,668 dan tetap menunjukkan peningkatan pada tahun 2013 menjadi sebesar 4,093. Pada tahun 2014 mengalami peningkatan kembali menjadi sebesar 4,249 dan pada tahun 2015 menurun menjadi 3,301. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat fluktuasi dalam besarnya nilai perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

b. Debt to Equity Ratio

Tabel IV.2
Debt to Equity Ratio pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2015

No.	Nama Perusahaan	Tahun				RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	
1	ROTI	0.81	1.32	1.23	1.28	1.16
2	ULTJ	0.44	0.40	0.29	0.27	0.35
3	STTP	1.16	1.12	1.08	0.90	1.06
4	ICBP	0.48	0.60	0.66	0.62	0.59
5	MYOR	1.71	1.47	1.51	1.18	1.46

6	SKLT	0.93	1.16	1.16	1.48	1.18
7	DLTA	0.25	0.28	0.30	0.22	0.26
8	AISA	0.90	1.13	1.05	1.28	1.09
9	ALTO	0.72	1.77	1.33	1.33	1.28
10	CEKA	1.22	1.02	1.39	1.32	1.23
JUMLAH		8.62	10.27	10.00	9.88	9.66
RATA-RATA		0.862	1.027	1.000	0.988	0.966

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

Berdasarkan tabel I.2 dapat dilihat bahwa DER mengalami kenaikan dan penurunan dengan rata-rata DER ditahun 2012 sebesar 0.862 dan pada tahun 2013 naik menjadi sebesar 1.027 dan tahun 2014 ada penurunan sebesar 1.000 dan setelah itu mengalami penurunan lagi ditahun 2015 menjadi 0.988. Hal ini disebabkan karena adanya peningkatan total hutang diikuti dengan penurunan total ekuitas perusahaan.

c. *Return on Equity*

Tabel IV.3
***Return on Equity* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI 2012-2015**
(Dalam %)

No.	Nama Perusahaan	Tahun				RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	
1	ROTI	22.37	20.07	19.64	22.76	21.21
2	ULTJ	21.08	16.13	12.51	18.70	17.10
3	STTP	12.87	16.49	15.10	18.41	15.71
4	ICBP	19.04	16.85	16.83	17.84	17.64
5	MYOR	24.27	26.87	9.99	24.07	21.30
6	SKLT	6.15	8.19	10.75	13.20	9.57
7	DLTA	35.68	39.98	37.68	22.60	33.98
8	AISA	12.47	14.71	10.52	9.42	11.78
9	ALTO	8.56	2.22	-1.90	-4.80	4.08
10	CEKA	12.59	12.32	7.63	16.65	12.29
JUMLAH		221.61	173.83	138.75	158.85	164.66
RATA-RATA		22.161	17.383	13.875	15.885	16.466

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

Berdasarkan Tabel I.3 dapat diketahui bahwa *Return on Equity* berfluktuasi dari tahun ketahun. Pada tahun 2012 menunjukkan 22.161 dan

menunjukkan penurunan pada tahun 2013 menjadi sebesar 17.383 dan pada tahun 2014 mengalami penurunan kembali menjadi sebesar 13.875 dan pada tahun 2015 naik kembali menjadi 15.885. Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang dapat mengukur ataupun menghitung laba yang didapatkan perusahaan serta dapat mengetahui perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu.

d. Pertumbuhan Penjualan

Tabel IV.4
Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2012-2015

No	Nama Perusahaan	Tahun				RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	
1	ROTI	46.41%	26.43%	24.89%	15.56%	28.32%
2	ULTJ	33.65%	23.15%	13.19%	12.18%	20.54%
3	STTP	-24.07%	32.03%	28.06%	17.22%	13.31%
4	ICBP	8.02%	16.31%	19.64%	5.72%	12.42%
5	MYOR	-17.30%	14.34%	17.90%	4.58%	4.88%
6	SKLT	16.63%	41.15%	20.17%	9.35%	21.82%
7	DLTA	-5.57%	-49.58%	1.41%	-20.44%	-18.54%
8	AISA	75.82%	47.65%	26.70%	16.94%	41.77%
9	ALTO	-32.81%	108.49%	-31.77%	-9.21%	8.67%
10	CEKA	-9.00%	125.35%	46.21%	-5.84%	39.18%
JUMLAH		91.78%	343.98%	166.4%	46.06%	172.37%
RATA-RATA		9.178%	34.398%	1.664%	4.606%	17.237%

Sumber : Bursa Efek Indonesia (data diolah) 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa *Pertumbuhan Penjualan* mengalami kenaikan dan penurunan bila dilihat dari setiap tahunnya, yaitu pada

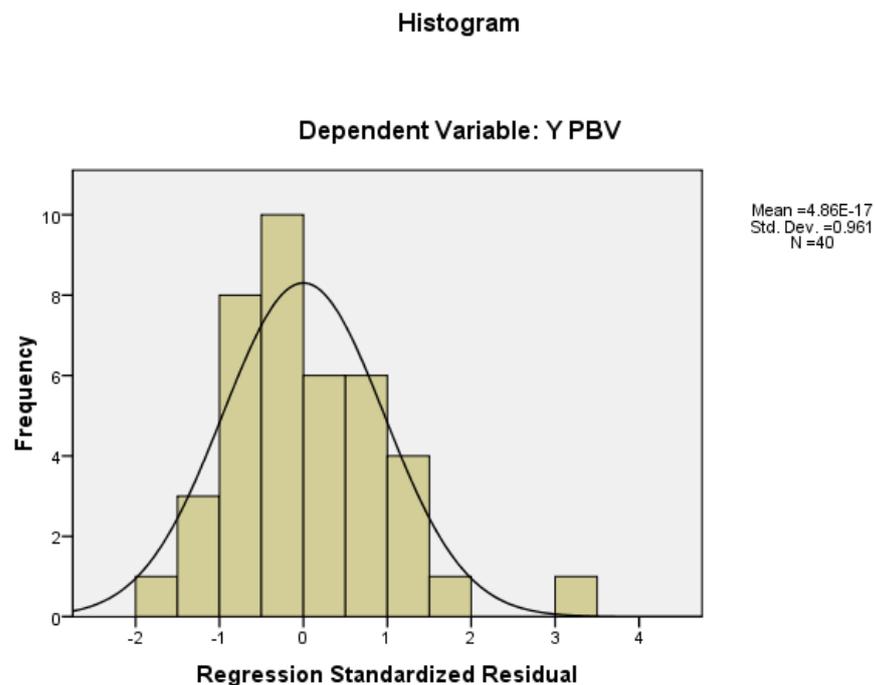
tahun 2012 sebesar 9.178%, tahun 2013 terjadi kenaikan 34.398%, tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 1.664% , dan tahun 2015 sebesar 4.606%. Penurunan rata-rata penjualan disebabkan kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Dalam menentukan model regresi yang valid maka data yang harus diuji apakah telah terbebas dari masalah asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

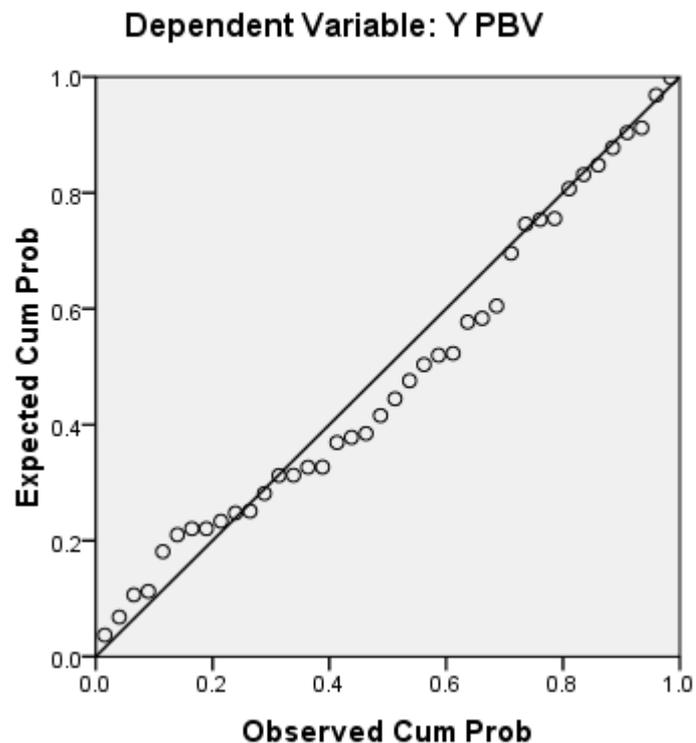
Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dengan menggunakan kurva grafik histogram dan P-P Plots, dapat kita lihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.1
Grafik Histogram

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa kurva grafik histogram juga menggambarkan kurva yang berbentuk lonceng. Hal ini mengindikasikan bahwa data berdistribusi normal. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2
Grafik PP-Plot

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa sebaran data hampir disekitar garis diagonal (tidak terpencah jauh dari garis diagonal). Hal ini mengindikasikan bahwa data berdistribusi normal. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Jika dilihat dengan uji kolmogorov smirnov, maka dapat kita lihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test 4		Unstandardized Residual
N		40 ^c
Exponential parameter. ^{a,b}	Mean	6,8421560
Most Extreme Differences	Absolute	,296
	Positive	,296
	Negative	-,059
Kolmogorov-Smirnov Z		1,219
Asymp. Sig. (2-tailed)		,102

Berdasarkan tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov diatas dapat diketahui bahwa nilai Kolmogorov Smirnov pada baris Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,102 hal ini berarti data telah memenuhi standar yang ditetapkan. Dengan ketentuan $\text{Asymp.Sig (2-tailed)} > 0,05$ maka data mempunyai distribusi normal. Dengan demikian dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga layak digunakan. Hal ini juga didukung dengan grafik dimana data mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan yang linier diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Menurut Santoso (2002), untuk menguji ada tidaknya gejala multikolinieritas digunakan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF dibawah 10 maka model regresi yang

diajukan tidak terdapat gejala multikolinieritas, begitu sebaliknya jika VIF lebih besar dari 10 maka terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.974	1.171		.831	.411		
X1 DER	-.360	.757	-.061	-.476	.637	.756	1.322
X2 <i>Return on Equity</i>	.200	.036	.710	5.541	.000	.745	1.341
X3 <i>Growth Sales</i>	-.002	.009	-.025	-.215	.831	.918	1.090

a. Dependent Variable: Y nilai perusahaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2017)

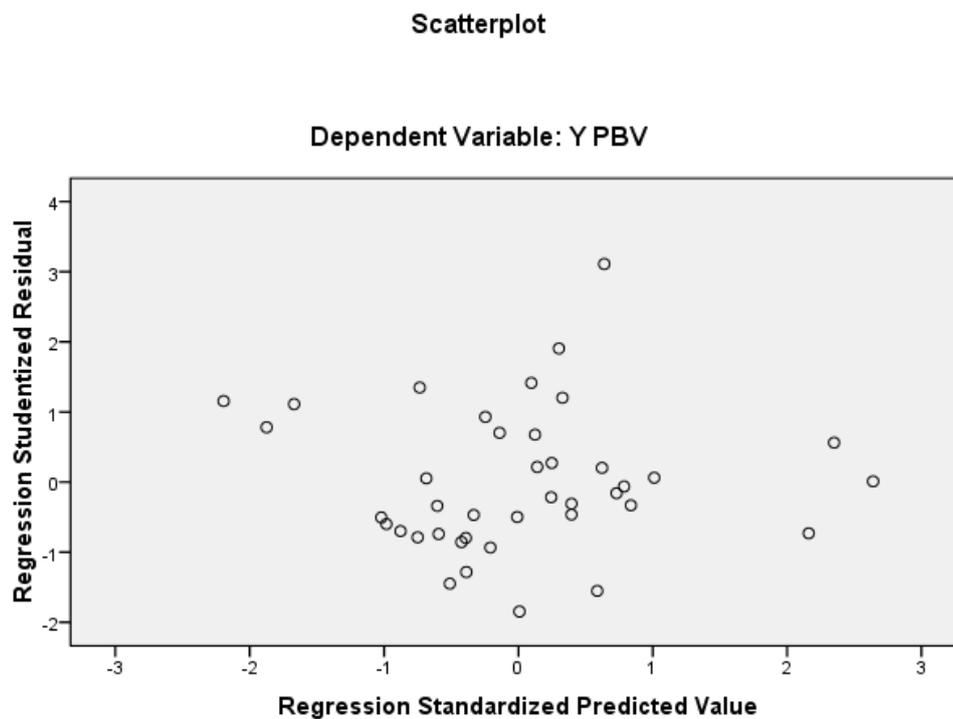
Berdasarkan tabel di atas nilai VIF untuk seluruh variabel bebas yang terdiri dari *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity* dan *Growth Sales* memiliki nilai VIF di bawah 10, yaitu untuk *Debt to Equity Ratio* sebesar 1,322, dan untuk *Return on Equity* sebesar 1,341 dan untuk *Growth Sales* sebesar 1,090 sehingga model yang diajukan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah asumsi yang sangat berkaitan dengan dependensi hubungan antar variabel. Untuk mendeteksi adanya gejala

Heteroskedastisitas digunakan grafik *Scatter Plot*. Adapun pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

1. Jika ada pola tertentu maka terjadi Heteroskedastisitas
2. Jika tidak ada pola tertentu maka tidak terjadi Heteroskedastisitas



Gambar 4.2
Hasil Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2017)

Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa seluruh model regresi memiliki grafik *scatter plot* dengan titik-titik yang terbentuk menyebar secara acak di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian model yang diajukan dalam penelitian ini terbebas dari gejala Heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji sejauh apa dan bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y), sedangkan variabel independen nya adalah dan *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity* dan *Growth Sales*.

Tabel IV.7
Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.974	1.171		.831	.411
X1 DER	-.360	.757	-.061	-.476	.637
X2 <i>Return on Equity</i>	.200	.036	.710	5.541	.000
X3 <i>Growth Sales</i>	-.002	.009	-.025	-.215	.831

a. Dependent Variable: Y nilai perusahaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2017)

Dari tabel di atas didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,974 - 0,360X_1 + 0,200X_2 - 0,002X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dianalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap nilai perusahaan, yaitu:

Angka konstanta sebesar 0,974 menyatakan bahwa jika variabel independen yaitu *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* dalam keadaan konstan atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol) maka nilai perusahaan (Y) adalah sebesar 0,974.

Nilai koefisien regresi *Debt to Equity Ratio* (X_1) sebesar 0,360 menyatakan bahwa setiap penambahan *Debt to Equity Ratio* 1% maka akan menurunkan nilai perusahaan (Y) sebesar 0,360 karena memiliki tanda negatif (-). Nilai koefisien regresi *Return on Equity* (X_2) sebesar 0,200 menyatakan bahwa

setiap penambahan *Return on Equity* 1% maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Y) sebesar 0,200 karena memiliki tanda positif (+). Nilai koefisien regresi *Growth Sales* (X_2) sebesar 0,002 menyatakan bahwa setiap penambahan *Return on Equity* 1% maka akan menurunkan nilai perusahaan (Y) sebesar 0,002 karena memiliki tanda negatif (-).

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji secara parsial (uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas/independen terhadap variabel terikat atau dependen. Untuk mengetahui signifikan atau ada tidaknya pengaruh variabel independen (*Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales*) terhadap Nilai Perusahaan digunakan uji t, dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : secara parsial *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_1 : *Return on Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_2 : *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_3 : *Growth Sales* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Untuk menerima atau menolak suatu hipotesis menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika Probabilitas (sig penelitian) $> 0,05$, maka H_0 tidak dapat ditolak (menerima H_0)
- 2) Jika profitabilitas (sig penelitian) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 - H_3

Nilai 0,05 merupakan taraf yang signifikan dari 5% (0,05). Ringkasan hasil pengujian pengaruh variabel independen terhadap dependen disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel IV.8
Hasil Uji t Statistik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.974	1.171		.831	.411		
X1 DER	-.360	.757	-.061	-.476	.637	.756	1.322
X2 <i>Return on Equity</i>	.200	.036	.710	5.541	.000	.745	1.341
X3 <i>Growth Sales</i>	-.002	.009	-.025	-.215	.831	.918	1.090

a. Dependent Variable: Y nilai perusahaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sebagai berikut:

H_1 : *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

Angka signifikan untuk *Debt to Equity Ratio* adalah sebesar 0,637. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Berdasarkan kriteria di atas, nilai

0,637 > 0,05 sehingga H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel *Debt to Equity Ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H_2 : *Return on Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

Angka signifikan untuk *Return on Equity* adalah sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Berdasarkan kriteria di atas, nilai 0,000 < 0,05 sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial variabel *Return on Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H_3 : *Growth Sales* berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

Angka signifikan untuk *Growth Sales* adalah sebesar 0,831. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Berdasarkan kriteria di atas, nilai 0,831 > 0,05 sehingga H_3 ditolak dan H_0 diterima, artinya secara parsial variabel *Growth Sales* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

b. Uji secara Simultan (Uji- F)

Hasil statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat atau dependen. Untuk mengetahui signifikansi atau ada tidaknya pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* (secara simultan) terhadap nilai perusahaan digunakan Uji F, dengan hipotesis statistik sebagai berikut:

H_0 : Secara simultan *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_1 : Secara simultan *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Untuk menerima atau menolak suatu hipotesis menggunakan kriteria sebagai berikut

- 1). jika probabilitas (sig penelitian) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- 2). Jika probabilitas(sig penelitian) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Nilai 0,05 merupakan taraf yang signifikan dari 5% (0,05). Setelah dilakukan pengujian menggunakan bantuan dari aplikasi komputer SPSS 18.0.

Tabel IV.9
Hasil uji F Statistik

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.205	3	49.402	15.242	.000 ^a
	Residual	116.683	36	3.241		
	Total	264.888	39			

a. Predictors: (Constant), X3 *Growth Sales*, X1 *DER*, X2 *Return on Equity*

b. Dependent Variable: Y nilai perusahaan

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2017)

H_1 : Secara simultan *DER*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur yang yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan uji hasil perhitungan diperoleh angka signifikansi (sig) pada tabel ANOVA sebesar 0,000. Dan Berdasarkan ketentuan di atas, $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima dan menolak H_0 , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka H_0 ditolak dan H_1

diterima, artinya secara simultan *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R < 1$). Semakin besar koefisien determinasi maka semakin besar variasi variabel independennya mempengaruhi variabel dependennya. Dan semakin kecil angkanya semakin lemah hubungannya.

Tabel IV.10
Uji Koefisien determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.748 ^a	.559	.523	1.80034	2.135

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2017)

Berdasarkan hasil tersebut, maka penelitian ini menggunakan data adjusted R Square. Dari hasil uji uji regresi dengan menggunakan SPSS 18.0. didapat nilai koefisien determinasi sebesar 0,559 menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* sebesar 55,9% sedangkan sisanya sebesar 44,1% dipengaruhi variabel/faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Dari pengujian statistik baik secara parsial maupun secara simultan dapat dijelaskan pengaruh rasio *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* terhadap nilai perusahaan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Rakhimsyah dan Gunawan (2011: hal 45) DER yang tinggi akan memperlihatkan nilai hutang yang besar, dengan hutang yang besar, dimana hutang itu dapat dijadikan modal untuk memutar kegiatan perusahaan untuk mendapatkan laba yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini *Debt to Equity Ratio* memiliki nilai signifikansi nya sebesar 0,637. Nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansinya sebesar 0,05, yang artinya secara parsial variabel *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sari (2010) yang menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yurico (2015) dan Dharma (2010) yang menyatakan bahwa variabel *Debt to Equity Ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara teori bahwa rasio keuangan yang paling mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Debt to Equity Ratio*. karena *Debt to Equity Ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia dalam perusahaan, maka perusahaan semakin efisien dan nilai perusahaan akan naik.

2. Pengaruh *Return on Equity* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Mursidah (2008: hal 46) merupakan rasio yang sangat penting bagi pemilik perusahaan, karena rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh manajemen dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan.

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah *Return on Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini *Return on Equity* memiliki nilai signifikansinya sebesar 0,000. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansinya sebesar 0,05, yang artinya secara parsial variabel *Return on Equity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Yurico (2015) yang menyatakan bahwa *Return on Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak didukung oleh penelitian Dharma (2010) yang menyatakan bahwa *Return on Equity* mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Saat nilai perusahaan turun dan modal naik maka *Return on Equity* akan turun, hal ini dikarenakan adanya komponen nilai perusahaan ditahan, sehingga saldo modal dalam neraca menjadi tinggi. Sehingga besarnya modal yang tinggi bisa saja dikarenakan adanya jumlah saldo nilai perusahaan di tahan yang tinggi. Hal ini berarti bahwa dari total modal yang ada tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian Investor tidak dapat menggunakan rasio *Return on Equity* dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Meskipun pengembalian yang diberikan investor besar bukan menjadi acuan untuk berinvestasi di suatu perusahaan.

3. Pengaruh *Growth Sales* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut swastha dan Handoko (2001: hal 69), pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa

perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah *Growth Sales* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini *Growth Sales* memiliki nilai signifikansinya sebesar 0,831. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansinya sebesar 0,05, yang artinya secara parsial variabel *Growth Sales* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Yurico (2015) yang menyatakan bahwa *Growth Sales* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak didukung oleh penelitian Dharma (2010) yang menyatakan bahwa *Growth Sales* mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Saat nilai perusahaan turun dan modal naik maka *Growth Sales* akan turun, hal ini dikarenakan adanya komponen nilai perusahaan ditahan, sehingga saldo modal dalam neraca menjadi tinggi. Sehingga besarnya modal yang tinggi bisa saja dikarenakan adanya jumlah saldo nilai perusahaan di tahan yang tinggi. Hal ini berarti bahwa dari total modal yang ada tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian Investor tidak dapat menggunakan rasio *Return on Equity* dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Meskipun pengembalian yang diberikan investor besar bukan menjadi acuan untuk berinvestasi di suatu perusahaan.

4. Pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity* dan *Growth Sales* terhadap Nilai Perusahaan

Pada dasarnya, semakin tinggi nilai hutang maka akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hutang adalah beban yang harus ditanggung oleh perusahaan untuk jangka tertentu. Oleh sebab itu, perusahaan berusaha untuk

meminimalkan jumlah hutang yang ditanggung oleh perusahaan. Sedangkan ROE menunjukkan tingkat keuntungan yang akan dinikmati oleh pemegang investor. Investor lebih tertarik pada perusahaan dengan tingkat keuntungan tinggi daripada perusahaan dengan tingkat keuntungan yang rendah.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah secara simultan *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Berdasarkan hasil analisis data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang diteliti yaitu rasio profitabilitas yang terdiri dari *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* dapat digunakan secara bersama-sama untuk memprediksi nilai perusahaan. Secara teori alat ukur utama perusahaan dalam kegiatan investasi yang di gunakan oleh para investor adalah rasio profitabilitas, semakin tinggi rasio profitabilitas suatu perusahaan semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan, dengan tingginya nilai suatu perusahaan menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi dan pada akhirnya tertuang pada kenaikan nilai perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, *Growth Sales* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2015. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian ini *Debt to Equity Ratio* berpengaruh secara negatif terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2015. Dan dapat disimpulkan bahwa Tidak ada pengaruh signifikan *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan.
2. *Return on Equity* berpengaruh secara positif terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2015. Dan dapat disimpulkan bahwa *Return on Equity* Ada pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3. *Growth Sales* berpengaruh secara negatif terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2015. Dan dapat disimpulkan bahwa Tidak ada pengaruh signifikan *Growth Sales* terhadap Nilai Perusahaan.

4. Berdasarkan Uji F dari semua variabel indenpenden yaitu: *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Growth Sales* secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. Dan dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, *Growth Sales* Ada pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka disini peneliti memberikan berbagai saran, yaitu:

1. Bagi peneliti berikutnya disarankan untuk menambah beberapa rasio keuangan lainnya, bukan hanya terbatas rasio profitabilitas saja.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode pengamatan agar hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal.
3. Peneliti mengharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah objek penelitian, bukan hanya dari satu sektor perusahaan, tetapi dari beberapa sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Agar penelitian lebih akurat sebaiknya dalam penelitian ini ditambah jumlah sampel sehingga penelitian menjadi lebih berbobot.

DAFTAR PUSTAKA

- Azuar Juliandi dan Irfan. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cipta pustaka Media Perintis. Bandung: Cetakan Pertama.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Sebelas Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Gitman, Lawrence. (2009). *Principles of Manajerial Finance*. United States. Pearson Addison Wesley.
- Harmono (2011). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Husnan. (2006) *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPD AMP YKN.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Keempat. Jakarta: Rajawali Pers.
- Libby. (2007). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara-Jakarta
- Lestari, dkk. (2012). *Kemampuan Memprediksi Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*. Kajian bisnis 12:25-40. Vol 29 Nomor 2 Agustus 2007
- Mardiyanto, Handono. (2008) *Intisari Manajemen Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Martani dan Wardhani. (2012) *Faktor-Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan*. Jurnal Siasat Bisnis. Vol 13
- Martono dan Marjito. (2010) *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 12. Jakarta: Salemba empat
- Munawir S. (2008) *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan 13. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty
- Mursidah. (2008). *Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Bahan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012*. Jurnal Fakultas Riau. Vol 1 no 2
- Pandiji dan Pakarti, (2008). *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rakhimsyah dan Gunawan. (2011) *Analisa Investasi*. Jakarta. Erlangga
- Riyanto Bambang. (2010) *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPF

Safrida. (2008) *Penelitian Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan*. Vol. 7
Nomer 1 Ambon

Sjahrial. (2008) *Struktur Modal*. Jakarta. Cetakan Pertama

Sartono Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori*. Yogyakarta:BPFE

Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sawir. (2015) *Analisis Kinerja Keuangan dan perencanaan keuangan Perusahaan*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.

Swastha dan Handoko. (2001). *Dasar-Dasar Laporan Keuangan*. Edisi 1.
Jakarta:Transmedia Pustaka.

Wardani. (2008). *Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Asset, Terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Bahan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Yusuf. (2013). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Struktur Modal*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau.

[Www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)