

**PENGARUH *RETRUN ON INVESMENT (ROI)* DAN *PRICE EARNING RATIO*
TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN
YANG TERDAFTAR BI BURSA EFEK INDONESIA BEI PADA PERIODE 2011- 2014**

Oleh :

Fhartika Diana Mentari

Email: Fhartikamentari@gmail.com

Bimbingan: Dra. Hj. Lena Farida, M.Si

Jurusan Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Kampus bina widya simpang baru
Pekanbaru indonesia

Abstract

In examining the effect of return on investment as (ROI) and price earnings ratio (PER) on stock prices on food and beverage companies listed on the Stock Exchange will be used by several variables: the first is Return On Investment (ROI) that is how many the ability of the company's overall generating profits in the aggregate assets tersedian within the company, it is for investors to see how far the company's ability to manage their own capital to generate net income. The second is the price earnings ratio (PER) provides an overview of the company's ability to determine the price of shares.

In this study aims to test whether the effect of the Return on investmean (ROI) Dan Price earning ratio (PER) on stock prices on food and beverage companies that have been listed in the Indonesia Stock Exchange (BEI) by taking a sample of 4 year study period, namely in 2011- 2014. Samples were used as research material there are five companies of drinks and food are equally listed since 1994 on the Indonesian Stock Exchange (BEI) although this study only in grab samples but is expected to serve as a reference and a general description of one of the companies that have been listed in (BEI).

Data analysis technique used is multiple linear regression and hypothesis testing using t test. And f test the conclusions of this study are variable ROI have a significant effect on stock prices and PER variables influence the stock price, to test the effect of ROI, PER and stock prices with SPSS menggunakan formula

Keyword : ROI, PER, and On Stock Prices

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di indonesia dari tahun ketahun semakin berkembang sejalan dengan mengikuti perkembangan persaingan bebas, yaitu kebebasan berusaha yang tidak adil lagi batasan dalam suatu wilayah atau negara. Persaingan dunia usaha

yang kini semakin ketat dan semakin maju dalam teknologi membuat setiap perusahaan dituntut untuk melakukan hal yang lebih terbaik dalam menjalankan kegiatan usahanya, sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Harga saham di pasar adalah merupakan perhatian utama kepada para pemegang saham atau pemilik perusahaan untuk mengukur tingkat keberhasilan

perusahaan dalam aktivitas investasi terdapat suatu analisis yaitu analisis terhadap rasio profitabilitas, menurut Brigham dan Houston (2006:107) profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijaksanaan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal menunjukkan kombinasi efek dari likuiditas manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi, rasio profitabilitas antara lain adalah margin laba atas penjualan, kemampuan dasar untuk menghasilkan laba, tingkat pengembalian total aktiva/investasi (*Return on Investment/ROI*) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (ROE), Menurut Franklin Plewa, Jr dan George T, Friedldob sekilas 85% dari semua perusahaan menghitung ROI dari berbagai segmen bisnis sebagai bagian dari proses penilaian kinerja para manajer meyakini ROI karena ROI memperhatikan baik-baik besaran investasi maupun kegiatan yang menghasilkan.

Menurut Bambang Riyanto (2001: 336) *Return on Investment* adalah *net earning power ratio*. *Return on Investment* adalah kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih. Selain itu, *Return on Investment* adalah sebagai berikut ROI merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di perusahaan. Peningkatan laba ini mempunyai efek yang positif terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam pencapaian tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang akan direspon secara positif oleh investor sehingga permintaan saham perusahaan dapat meningkat dan dapat menaikkan harga saham perusahaan. Modigliani–Miller menyatakan bahwa nilai perusahaan akan tergantung hanya pada laba yang diproduksi oleh aktiva-aktivanya (Brigham dan Houston, 2006: 70). Oleh

karena itu, konsisten dengan pendapat Modligani-Miller.

Berdasarkan uraian yang telah ditemukan di atas. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian guna menganalisis pengaruhnya terhadap Harga Saham. Maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Return On Invesment (ROI), Dan Price Earninfg Ratio (PER) Terhadap Harga Saham Pada Beberapa Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Periode 2011-2014.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka permasalahan yang diangkat oleh penulis adalah Bagaimana pengaruh *return on invesment* (ROI) Dan *price erving ratio* (PER) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan makanan dan minuman di BEI periode 2011-2014.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui ROI, PER dan harga saham pada perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia
- b. Untuk mengetahui profitabilitas pada perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia
- c. untuk mengetahui pengaruh ROI, PER dan harga saham pada perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

2. Maanfaat Penelitian

- Manfaat Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan manajemen dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaannya, agar dapat menarik investor serta sebagai perbandingan kinerja antara perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

- Manfaat Bagi Investor

Dapat memberikan informasi kepada investor dan pihak lain yang membutuhkan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan-perusahaan yang dapat digunakan dalam rangka pengambilan keputusan investasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

- Manfaat Bagi Peneliti

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan pada kondisi yang sebenarnya serta menjadi bahan perbandingan untuk penelitian lebih lanjut.

- Manfaat Bagi Civitas Akademika

Diharapkan menjadi sumber informasi yang dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan serta menambah koleksi kepustakaan dan agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian berikutnya di masa yang akan datang.

1.4 Kerangka Teori

1.4.1 Pasar modal

a. Pengertian pasar modal

Pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk saling mengadakan pertukaran barang dan jasa, sedangkan pasar modal merupakan suatu jenis pasar dimana para investor melakukan kegiatan menjual dan membeli sekuritas atau surat-surat berharga.

Pengertian pasar modal menurut **kasmir (2010)** adalah " pasar bagi instrumen jangka panjang baik yang dikeluarkan oleh pemerintah maupun yang

dikeluarkan oleh swasta seperti saham dan obligasi. saham merupakan surat tanda kepemilikan perusahaan, sedangkan obligasi merupakan surat pengakuan utang.

b. Jenis pasar modal

Jenis pasar modal menurut **Tandelilin (2001:14-17)** adalah sebagai berikut :

a. Pasar perdana

Pasar perdana terjadi pada saat pasar emiten menjual securitasnya kepada investor umum untuk pertama kalinya. Sebelum menawarkan saham ke pasar perdana, perusahaan emiten sebelumnya akan mengeluarkan informasi mengenai perusahaan secara detail (disebut juga dengan prospektus). Prospektus berguna untuk memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada calon investor, sehingga dengan adanya informasi tersebut maka investor akan mengetahui prospek perusahaan dimasa datang, dan selanjutnya tertarik untuk membeli sekuritas yang ditawarkan oleh emiten.

Dalam menjual securitasnya, perusahaan pada umumnya menggunakan jasa profesional dan lembaga pendukung pasar modal, untuk mampu menyiapkan berbagai dokumen serta persyaratan yang dibutuhkan untuk *go publik*. Proses perdagangan di pasar perdana dimulai dari tersedianya peran jasa profesional dan lembaga pendukung pasar modal. Dalam proses penjualan di pasar perdana salah satu profesi pendukung pasar modal yang berperan penting adalah penjamin (*underwriter*). Penjamin yang ditunjuk oleh perusahaan akan membantu memasarkan sekuritas tersebut kepada para investor. Dalam prakteknya, ada sebagian penjamin melakukan perjanjian dengan perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap penjualan saham emiten secara keseluruhan, sehingga resiko tidak terjualnya saham emiten akan ditanggung sepenuhnya oleh penjamin tersebut'.

b. Pasar sekunder

Setelah sekuritas emiten dijual dipasar perdana, selanjutnya sekuritas emiten tersebut kemudian bisa diperjualbelikan oleh atau antar investor di pasar sekunder. Dengan adanya pasar sekunder, investor dapat melakukan perdagangan sekuritas untuk mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu pasar modal memberikan likuiditas kepada investor, bukan kepada perusahaan seperti di pasar perdana. Pasar sekunder biasanya dimanfaatkan untuk perdagangan saham biasa, saham preferen, obligasi, waran maupun sekuritas derivatif (*opsi dan futures*). Sedangkan untuk kasus di Indonesia sekuritas yang umum diperdagangkan di pasar sekunder adalah saham biasa, saham preferen, obligasi konversi, waran, bukti righ dan reksadana. Perdagangan di pasar sekunder dapat dilakukan di dua jenis pasar yaitu pasar lelang (*auction market*) dan pasar negosiasi (*negotiated market*).

a) Pasar lelang (*auction market*)

Pasar sekunder yang merupakan pasar lelang adalah pasar sekuritas yang melibatkan proses pelelangan (*panawaran*) pada sebuah lokasi fisik. Transaksi antara penjual dan pembeli menggunakan perantara broker yang mewakili masing-masing pihak penjual dan pembeli. Jadi investor tidak dapat melakukan transaksi secara langsung, namun harus melewati perantara yang disebut sebagai boker.

b) Pasar negosiasi (*negotiated market*)

Pasar negosiasi terdiri dari jaringan berbagai dealer yang menciptakan pasar tersendiri diluar lantai bursa bagi sekuritas, dengan cara membeli atau menjual kepada investor. Pasar negosiasi sering disebut juga dengan pasar paralel. Transaksi yang

dilakukan dibursa paralel, tidak dikelola oleh suatu organisasi perdagangan yang formal dan terstruktur seperti Bursa Efek Indonesia (BEI).

c. Instrumen pasar modal

Beberapa sekuritas yang umumnya diperdagangkan dipasar modal (**Tandelilin,2001:18**) adalah saham, obligasi, reksadana, instrumen derivatif.

a. Saham

Saham merupakan surat bukti bahwa kepemilikan atas aset-aset perusahaan yang menerbitkan saham. Dengan memiliki saham suatu perusahaan, maka investor akan memiliki hak terhadap pendapatan dan kekayaan perusahaan, setelah dikurangi dengan semua kewajiban perusahaan. Saham merupakan salah satu sekuritas yang cukup populer diperjualbelikan di pasar modal.

b. Obligasi

Obligasi merupakan sekuritas yang memberikan pendapatan dalam jumlah tetap kepada pemiliknya. Pada saat membeli obligasi investor sudah dapat mengetahui dengan pasti berapa pembayaran bunga yang akan diperolehnya secara periodik dan berapa pembayaran kembali nilai (*value*) pada saat jatuh tempo.

c. Reksadana

Reksadana adalah sertifikat yang menjelaskan bahwa pemiliknya menitipkan sejumlah dana kepada perusahaan reksadana untuk dipergunakan sebagai modal berinvestasi baik dipasar modal maupun di pasar uang.

d. Instrumen derivatif

Instrumen derivatif merupakan sekuritas yang nilainya merupakan turunan dari sekuritas lain, Sehingga nilai instrumen derivatif sangat tergantung dari harga sekuritas yang ditetapkan sebagai patokan. Ada beberapa jenis instrumen derivatif, diantaranya waran, bukti righ, opsi dan futures.

1.4.2. Pengertian ROI

Return on Investment (ROI) atau yang sering juga disebut dengan “*Return on Total Assets*” merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan” Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. ROI merupakan rasio terpenting diantara rasio profitabilitas lain jika digunakan untuk memprediksi return saham.

a. Faktor yang Mempengaruhi ROI dipengaruhi oleh dua faktor, sebagai berikut:

- a) Tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan.
- b) Profit margin dan besar keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih. Efek dari kedua faktor tersebut adalah ROI berubah apabila Terdapat perubahan pada profit margin atau turnover ROI naik ketika profit margin naik, dengan cara efisiensi sektor produksi, penjualan dan lain-lain. ROI naik ketika *asset turn over* juga besar dengan cara manajemen dalam membuat kebijaksanaan investasi dana dalam aktiva

Return On Investment adalah ukuran atau indeks yang menunjukkan seberapa besar laba atau keuntungan yang didapat atas investasi yang telah ditanam dalam aktiva yang digunakan untuk operasinya pada perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

$$\text{Rumus dari ROI} = \frac{\text{Gain From Investment} - \text{cost of Investment}}{\text{Cost Of investment}} \times 100\%$$

b. Rumus Menghitung ROI dihitung dengan rumus

$$ROI = \frac{\text{EAT}}{\text{Jumlah aktiva}} \times 100\%$$

1.4.3. Price Earning Ratio (PER)

Bagi para investor semakin tinggi rasio harga terhadap laba (*price earningratio*), maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga akan mengalami kenaikan. antara harga pasar per lembar saham (*market price pershare*) dengan *earning pershare* (laba per lembar saham).

Dengan begitu, *price earning ratio* (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara harga pasar per lembar saham (*market price pershere*) dengan *earning per shere* (laba per saham).

$$PER = \frac{\text{Harga Pasar per lembar Saham biasa}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

Perusahaan mempunyai berbagai macam usaha dalam menarik jumlah investor dan meningkatkan harga sahamnya, salah satunya yaitu dengan mengevaluasi faktor-faktor yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan harga saham suatu perusahaan di pasar adalah merupakan perhatian utama dari perhatian manajemen keuangan memberikan kemakmuran kepada para pemegang saham atau pemilik perusahaan untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam aktivitas investasi terhadap suatu analisis yaitu analisis terhadap rasio probalitas (**brigham dan huston 2006:107**).

Menurut *flanklin plewa, jr dan gaorge t. Frieddlob* sekilas 85 persen dari semua perusahaan menghitung ROI dari berbagai segmen bisnis sebagai bagian dari proses penilaian kinerja para manajemen meyakini ROI karena ROI memperhatikan baik-baik besaran investasi maupun kegiatan yang menghasilkan laba bagi perusahaan bagi perusahaan mempunyai peran penting terhadap kinerja perusahaan untuk meningkatkan keuntungan sehingga rasio ROI dapat dijadikan indikator dalam

menilai kinerja perusahaan yang tercermin pada harga saham.

1.4.4. Saham

a. Pengertian saham

Pengertian saham menurut **Sutrisno (2008:310)** adalah “ bukti kepemilikan bagian modal atau tanda penyertaan modal pada perseroan terbatas, yang memberikan hak menurut besar-kecilnya modal yang disetor. Saham juga didefinisikan sebagai tanda penyertaan badan usaha suatu perusahaan. Selambar saham adalah selambar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik dari suatu perusahaan yang menerbitkan saham tersebut,sesuai dengan porsi kepemilikan yang tertera pada saham.

b. Harga saham

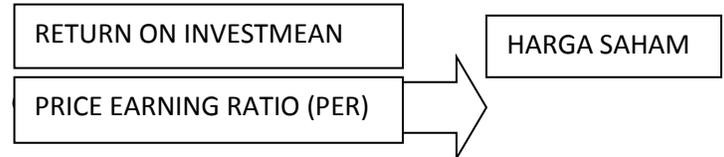
Menurut **H.M Jogyanto (2000,h.8)**, harga saham adalah :“Harga saham yang terjadi dipasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan dipasar modal”.Dan menurut **Sartono (2001,hal.70)**,harga pasar saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran dipasar modal.Dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga saham merupakan harga jual per lembar saham yang diperdagangkan kepada investor dipasar modal.

1.4. Kerangka Berfikir

Setiap perusahaan memiliki laporan keuangan yang berfungsi untuk mencatat semua aktivitas perusahaan. Laporan keuangan terdiri atas neraca, laporan rugi laba, dan arus kas. Laporan keuangan yang telah ada akan dianalisis untuk mengetahui kinerja keuangan dan pengaruhnya terhadap harga saham suatu perusahaan. Analisis yang dilakukan dapat berupa rasio keuangan. Analisis rasio keuangan terdiri atas beberapa rasio, misalnya rasio profitabilitas seperti telah dibahas sebelumnya oleh penulis. Hasil dari rasio ini akan memperlihatkan kinerja perusahaan

apakah perusahaan mampu menghasilkan laba maksimal tiap tahun. Selanjutnya perusahaan akan mengambil langkah-langkah yang sesuai untuk keperluan perusahaan nantinya untuk kelangsungan perusahaan.

Untuk mengetahui langkah-langkah penelitian, dapat dilihat pada gambar berikut:



Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (variabel bebas) adalah *Return on investment* (ROI) (X1). yang ditunjukkan oleh indikator perputaran *Price earning ratio* (PER) (X2). Sedangkan variabel dependen (variabel tidak bebas) adalah Saham.

1.6 Hipotesis Penelitian

1.7.Hipotesis adalah pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak untuk mengarahkan penyelidikan selanjutnya (**Husein, 2007:104**).**Konsep Operasional dan Teknik Pengukuran**

1.7.1 Konsep Operasional

Untuk menghindari keraguan kesalahan pemahaman dalam pengertian konsep-konsep yang ada dalam penelitian ini, maka dibuatlah batasan-batasan tentang konsep operasional untuk memudahkan pembahasan, yaitu sebagai berikut:

- Laporan keuangan merupakan kondisi keuangan dan hasil dari neraca, laporan laba/rugi, dan arus kas (dana) perusahaan pada saat jangka waktu tertentu
- Probalitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber yang

dimiliki perusahaan seperti kas, modal dan kegiatan penjualan perusahaan

1.7.2. Teknik Pengukuran

Dalam penelitian ini pengukuran variabel yang digunakan dapat dijelaskan **Sugiyono (2013:59)**, yaitu :

1. Variabel Independen (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen (terikat). Jadi variabel bebas (X1) adalah *Return on invesmenr* (ROI) (X2) adalah *Price earning ratio* (PER)
2. Variabel Dependen (terikat) adalah variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Jadi variabel terikat disini adalah Saham.

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pusat Informasi Pasar Modal Riau (PIPM Riau) di Jalan Jendral Sudirman no. 73 Pekanbaru dan situs resminya www.idx.co.id. Lokasi ini merupakan tempat pengambilan data dan laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014, dengan mempertimbangkan perusahaan tersebut sudah *Go Public* dan adanya kasus yang terjadi berupa *Return on invesment* dan *Price earning ratio* perusahaan yang pengaruh terhadap **harga saham**.

1.8.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder (*secondary sources*) yang diperoleh sebagai berikut :

- a. Laporan keuangan tahunan, dan Annual report.

- b. Website perusahaan yang menjadi objek penelitian
- c. Website yang menyajikan laporan keuangan setiap tahunnya seperti www.idx.co.id
- d. Literatur seperti buku, jurnal, dll

1.9. Populasi dan sampel

1.9.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya **Sugiyono (2013:115)**. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Dalam rangka untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian yang menjadi informasi kunci (*key informan*) yaitu bagian administrasi PIPM Riau.

1.9.2. Sampel

Sampe merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, Sampel dapat didefinisikan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut **Sugiyono (2013 :116)**.

- a. Perusahaan makanan dan minuman yang memiliki **Teknik Pengumpulan data**

Pengumpulan data dilakukan dengan studi perpustakaan (library reserach) atau dengan cara dokumentasi (**Sugiyono 2013:193**). Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dokumen atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan keperluan penelitian, data tersebut berupa laporan keuangan dan melakukan wawancara dengan key infoman bagian administrasi PIPM Riau.

1.9.3 Teknik analisis data

Penelitian kali ini menggunakan teknis analisis deskriptif, artinya data yang diperoleh sedemikian rupa sehingga

memberikan data yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai permasalahan yang diteliti (Sugiyono 2013:426).

1. Analisis Rasio

Untuk mengetahui kinerja keuangan sesuai dengan tujuan penelitian penulis menggunakan metode .

1. Return On Investment (ROI)

$$\begin{aligned} ROI (\text{Return On Investment}) \\ &= \frac{\text{Net Profit After tax}}{\text{Total Assets}} \end{aligned}$$

2. Price earning ratio (PER)

$$\begin{aligned} PER (\text{Price earning ratio}) \\ &= \frac{\text{harga pasar saham}}{\text{laba bersih per saham}} \end{aligned}$$

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan PT. Cahaya Kalbar Tbk

Sejarah Perusahaan PT. Cahaya Kalbar Tbk PT. Cahaya Kalbar Tbk dahulu bernama C.V. Tjahaja Kalbar, didirikan di Pontianak pada tanggal 3 Februari 1968 berdasarkan Akta No. I yang dibuat dihadapan Mochamad Damiri, Notaris di Pontianak. Badan hukum Perusahaan berubah menjadi Perseroan Terbatas berdasarkan Akta No. 49 tanggal 9 Desember 1980. Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan dihadapan Notaris Tommy Tjoa Keng Liet, SH dan Notaris Mochamad Damiri, keduanya Notaris di Pontianak

B. PT. Delta Djakarta Tbk

1. Sejarah Perusahaan

PT Delta Djakarta didirikan pada tahun 1932 (“Perseroan”) oleh suatu kelompok usaha Jerman yang pada awalnya bernama Archipel Brouwerij NV, selanjutnya kelompok usaha Belanda mengambil alih Perseroan dan merubah menjadi NV De Oranje Brouwerij. Tahun 1970, Perseroan

berubah nama dengan namanya yang dikenalsaatini, PT. Delta Djakarta. Pada tanggal 27 Februari 1984, PT. Delta Djakarta menjadi salah satu dari kelompok pertama perusahaan- perusahaan yang telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dan membuka jalan untuk berkembang sebagai salah satu pemain utama pada industri bir di negeri ini. Pada tahun 1993, PT. Delta Djakarta Tbk menjadi bagian dari perusahaan makanan, minuman dan kemasan terbuka terbesar di Asia Tenggara pada saat San Miguel Corporation yang berkedudukan di Filipina, mengakui sisi kepemilikan saham mayoritas Perseroan Pemegang saham utama Perseroan lainnya adalah Pemerintah Daerah DKI Jakarta. Pada tahun 1997, Perseroan memindahkan pabriknya dari Jakarta Utara kelokasi operasinya saat ini di Bekasi.

C. PT. Indofood SuksesMakmur Tbk

1. Sejarah Perusahaan

Perusahaan ini didirikan dengan nama PT Pangan jaya Intikusuma berdasarkan Akta Pendirian No.228 tanggal 14 Agustus 1990 yang diubah dengan Akta No.249 tanggal 15 November 1990 dan yang diubah kembali dengan Akta No.171 tanggal 20 Juni 1991, semuanya dibuat dihadapan Benny Kristanto, SH., Notaris di Jakarta dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No.C2-2915.HT.01.01Th.91 tanggal 12 Juli 1991, serta telah didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan dibawah No.579, 580 dan 581 tanggal 5 Agustus 1991, dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No.12 tanggal 11 Februari 1992, Tambahan No.611. Perseroan mengubah namanya yang semula PT Panganjaya Intikusuma menjadi PT Indofood Sukses Makmur, berdasarkan keputusan Rapat Umum Luar Biasa Para Pemegang Saham yang dituangkan dalam Akta Risalah Rapat No.51 tanggal 5 Februari 1994 yang dibuat

oleh Benny Kristianto, SH., Notaris di Jakarta.

D. PT. Sekar Laut Tbk

1. Sejarah perusahaan

PT Sekar Laut Tbk. merupakan produsen makanan terkemuka di Indonesia. Produk yang dihasilkan dari perusahaan yang berkantor pusat di Surabaya, Jawa Timur ini antara lain krupuk, bumbu masakan instant, kacang mente, melinjo, beras dan biji-bijian lain, saus, sarden, kacang gulung, dan sambal. Bisnis makanan ini berawal dari sebuah usaha yang memperdagangkan produk-produk hasil laut yang pertama kali didirikan di Sidoarjo, Jawa Timur. Bisnis yang dimulai sejak tahun 1966 itu kemudian berkembang menjadi sangat pesat dalam bisnis krupuk udang tradisional. Perusahaan sendiri didirikan sebagai perseroan terbatas sejak tanggal 19 Juli 1976. Kemudian pada tanggal 1 Maret 1978 perusahaan terdaftar menjadi badan perusahaan yang resmi di Departemen Kehakiman.

E. PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk

1. Sejarah Perusahaan

Berawal dari sebuah perusahaansusu di tahun 1950-an, PT Ultrajaya telah berkembang dengan sangat pesat hingga mampu meraih posisi saat ini sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia untuk produk-produk susudan jus buah. Kisah PT Ultrajaya diawali dari sebuah perusahaan susu yang kecil pada tahun 1958. Lalu pada tahun 1971, perusahaan ini memasuki tahap pertumbuhan pesat sejalan dengan perubahannya menjadi PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company. PT Ultrajaya saat ini merupakan perusahaan pertama dan terbesar di Indonesia yang menghasilkan produk-produksusu, minuman dan makanan dalam kemasan aseptik yang tahan lama dengan merek-mereker kenal seperti Ultra Milk untuk produk susu, Buavit untuk jus buah segar dan Teh Kotak untuk minuman teh segar. Lokasi pabriknya

terletak sangat strategis di pusat daerah pedalaman pertanian Bandung yang menyediakan sumber daya alam yang melimpah, segar dan berkualitas, mulai dari susu segar, daun teh hingga buah-buah antropis. Kesegaran bahan baku ini dan kualitas gizi alaminya dapat dipertahankan melalui teknologi proses UHT (Ultra High Temperature) dan pengemasan aseptik tanpa menggunakan bahan pengawet apapun.

BAB III PEMBAHASAN

A. Analisis rasio keuangan

Untuk menilai ratio keuangan dan prestasi perusahaan, analisis keuangan memerlukan beberapa tolak ukur. Tolak ukur yang sering dipakai adalah ratio atau indeks yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya. Analisis dari masing-masing ratio dapat memberikan pandangan yang lebih baik tentang kondisi keuangan yang lebih baik dan prestasi perusahaan bagi para penganalisis yang ahli dan berpengalaman dibandingkan analisis yang hanya didasarkan atas data keuangan sendiri-sendiri yang tidak berbentuk ratio.

Analisis ratio keuangan meliputi dua jenis perbandingan. Pertama, analisis dapat memperbandingkan ratio sekarang dengan yang lalu dan yang akan datang untuk perusahaan yang sama (perbandingan internal) disajikan dalam bentuk suatu daftar untuk periode beberapa tahun. Yang kedua, perbandingan ratio perusahaan dengan perusahaan lainnya yang sejenis (perbandingan eksternal). Perbandingan tersebut dapat memberikan gambaran relatif tentang kondisi keuangan perusahaan dengan perusahaan lainnya yang sejenis. (**martono, 2004 : 65**)

Pada penelitian ini akan digunakan analisis ratio profilabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode

penelitian tahun 2011-2014. Variabel-variabel yang digunakan untuk menganalisis ratio profitabilitas adalah : *Return on invesmean dan price earning ratio*

1. Analisis Ratio profitabilitas

Return on Investment (ROI) atau yang sering juga disebut dengan “*Return on Total Assets*” merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan” Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. ROI merupakan rasio terpenting diantara rasio profitabilitas lain jika digunakan untuk memprediksi return saham.

Return On Investment adalah ukuran atau indeks yang menunjukkan seberapa besar laba atau keuntungan yang didapat atas investasi yang telah ditanam dalam aktiva yang digunakan untuk koperasinya pada perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

c. Rumus Menghitung ROI dihitung dengan rumus

$$ROI = \frac{EAT}{\text{Jumlah aktiva}} \times 100\%$$

Tabel 3.1 Analisis ROI pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2014

ahun	EKA	TLA	NDF	KLT	LTJ
011	1,70%	5,30%	,36%	,79%	,65%
012	,04%	8,64%	,20%	,19%	4,60%
013	,06%	1,20%	,31%	,79%	1,56%
014	,04%	9,04%	,60%	,97%	,71%

Sumber : data diolah 2016 dari laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman pada periode 2011-2014

Pada tabel 3.1 diatas menggambarkan tentang fluktuasi atau disebut juga dengan kenaikan dan

penurunan *return on invesment* (ROI) pada perusahaan makanan dan minuman pada periode 2011-2014. *return on invesment* Ini menggambarkan laba yang dihasilkan oleh perusahaan dari setiap modal sendiri yang digunakan. Pada periode penelitian ROI umumnya mengalami peningkatan dari tahun ketahun sehingga seorang investor bisa mempercayai perusahaan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. pada CEKA *return on invesment* tertinggi terdapat pada tahun 2011 yaitu sebesar 11,70 % dan *return on invesment* terendahnya terdapat pada tahun 2012 dan 2014 yaitu sebesar 3,04%. Selanjutnya yaitu pada DLTA yang memiliki *return on invensment* tertinggi terdapat pada tahun 2013 yaitu sebesar 31,20 % dan angka terendahnya terdapat pada tahun 2011 yaitu sebesar 25,30 %. Pada INDF *return on invements* tertinggi terdapat pada tahun 2010 yaitu sebesar 9,36 % dengan INDF *return on invenment* terendahnya sebesar 5,60 % terdapat pada tahun 2014.Selanjutnya yaitu pada SKLT yang memiliki *return on invesment* tertinggi terdapat pada tahun 2014 yaitu sebesar 4,97 % dan *return on invesment* terendahnya terdapat pada tahun 2011 yaitu sebesar 2,79%, selanjudnya ULTJ yang memiliki *return on invesment* tertinggi terdapat pada tahun 2012 yaitu sebesar 14,60% dan *return on invesment* terendah terdapat pada tahun 2011 yaitu sebesar 4,65%

Diantara beberapa perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian 2011-2014 diatas yang memiliki *return on invesment* tertinggi terdapat pada DLTA yaitu sebesar 31,20 % dan *return on invesment* terendah terdapat pada SKLT yaitu sebesar 2,79%

B. Price earning ratio (PER)

PER digunakan untuk menganalisis suatu rasio yang menggambarkan bagaimana keuntungan perusahaan atau emiten saham

terhadap harga sahamnya. PER juga dapat dipakai untuk membandingkan kinerja antar sahamnya. PER juga merupakan angka psikologis bagi value investor dimana PER yang kecil akan lebih menarik dibandingkan dengan PER tinggi. PER rendah ini disebabkan oleh laba per saham yang relatif tinggi dibandingkan dengan harga sahamnya, sehingga tingkat return-nya lebih baik dan payback period-nya lebih singkat lagi. PER yang kecil merupakan salah satu pertimbangan utama bagi value investing di samping faktor-faktor lainnya. Maka PER saham yang lebih tinggi dari PER pasar kurang baik untuk investasi jangka panjang, namun dapat dilakukan untuk short-run atau trading dengan pertimbangan teknikal saja. Seorang investor yang cerdas akan menghindari saham dengan PER tinggi, apalagi saham itu mempunyai volatilitas yang tinggi sehingga memiliki potensi risiko yang tinggi pula. PER dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus :

$$PER = \frac{\text{Price earning multiple}}{\text{Price earning ratio}}$$

Hasil PER akan menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan perusahaan itu sendiri

Tabel 3.2 Analisa PER pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2014

ahun	EKA	ELTA	NDF	KLT	LTJ
011	,96	,85	1,43	6,18	7,39
012	,63	9,13	0,59	5,61	0,87
013	,32	2,50	1,83	0,87	9,98

014	1,43	1,68	2,32	2,57	7,92
-----	------	------	------	------	------

Pada tabel 3.2 diatas menggambarkan tentang fluktuasi atau disebut juga dengan kenaikan dan penurunan *price earning ratio* (PER) pada perusahaan makanan dan minuman pada periode 2011-2014. *Price earning ratio* Ini menggambarkan laba laba keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dari setiap modal sendiri yang digunakan. Pada periode penelitian PER umumnya mengalami peningkatan dari tahun ketahun sehingga seorang investor bisa mempercayai perusahaan untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. pada CEKA *price earning ratio* tertinggi terdapat pada tahun 2014 yaitu sebesar 11,43 dan *price earning ratio* terendahnya terdapat pada tahun 2013 yaitu sebesar 5,32 Selanjutnya yaitu pada DLTA yang memiliki *price earning ratio* tertinggi terdapat pada tahun 2014 yaitu sebesar 21,68 dan angka terendahnya terdapat pada tahun 2011 yaitu sebesar 7,85. Pada INDF *price earning ratio* tertinggi terdapat pada tahun 2012 yaitu sebesar 12,32 dengan INDF *price earning ratio* terendahnya sebesar 10,54 terdapat pada tahun 2012.Selanjutnya yaitu pada SKLT yang memiliki *price earning ratio* tertinggi terdapat pada tahun 2012 yaitu sebesar 15,61 dan *price earning ratio* terendahnya terdapat pada tahun 2013 yaitu sebesar 10,87 selanjutnya ULTJ yang memiliki *price earning ratio* tertinggi terdapat pada tahun 2014 yaitu sebesar 37,92 dan *price earning ratio* terendah terdapat pada tahun 2012 yaitu sebesar 10,87

Diantara beberapa perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian 2011-2014 diatas yang memiliki *price earning ratio* tertinggi terdapat pada ULTJ yaitu sebesar 37,92 dan *price earning ratio*

terendah terdapat pada CEKA yaitu sebesar 5,32.

B. Analisis statistik

1. Asumsi klasik

Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linier yaitu residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, tidak adanya heteroskedastisitas, dan tidak adanya autokorelasi pada model regresi (**Setiawan dan Kusri (2010 : 65-67)**). Untuk itu sebelum melakukan pengujian regresi linear berganda perlu dilakukan terlebih dahulu pengujian asumsi klasik.

- Uji Multikolineritas

Jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinearitas, berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antarvariabel, salah satu caranya adalah dengan melihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) yang tinggi pada variabel – variabel bebas suatu model regresi. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan adanya gejala multikolinearitas, dalam model regresi **Suliyanto (2005:63)**. Hasil pengujian multikolinearitas dengan nilai VIF adalah sebagai berikut

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 PER	,931	1,074
ROI	,931	1,074

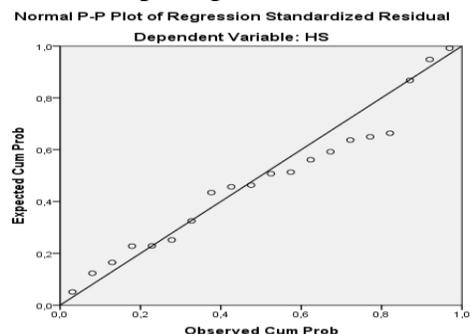
Sumber. Data olahan SPSS 20.

Dari hasil pengujian didapatkan nilai VIF dari PER, dan ROI menunjukkan variabel bebas ini memiliki nilai lebih kecil dari 10 hal ini berarti bahwa variabel – variabel bebas yang digunakan dalam penelitian menunjukkan adanya gejala

multikolinearitas dalam model regresi sehingga tidak ada hubungan yang sempurna diantara beberapa variabel bebas dari suatu model regresi.

- Uji normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P plot. data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik menyebar tidak jauh dari garis diagonal. hasil analisis regresi linier berganda dengan grafik normal P Plot terhadap residual error regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik tidak jauh dari garis diagonal **Sugiyono (1999:267)**. Untuk lebih jelas dapat dilihat apada gambar berikut ini :

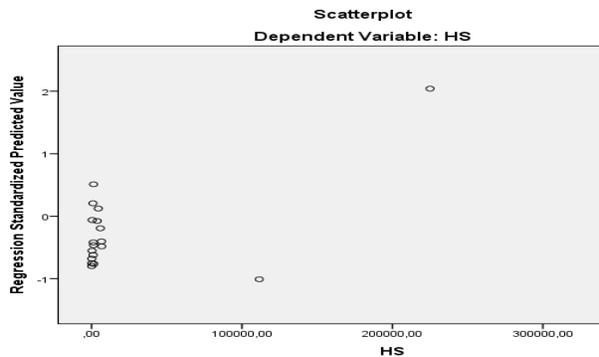


Sumber : data olah SPSS 20

Dari gambar diatas dapat dilihat hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal.hal ini berarti menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistic parametric/statistic inferensial.

1) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastitas adalah berarti adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas, ada atau tidaknya pola yang terjadi pada nilai residu pada model, metode yang dapat digunakan seperti metode grafik rank spearman **Suliyanto (2005:64)**.



Sumber: Data olahan SPS 20.

Dari gambar diatas. Terlihat bahwa hasil scatterplot dari pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa data menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu regrssion studentized residual, artinya model regresi pada penelitian ini bebas dari gejala heteroksidastisitas/ penyimpangan dari asumsi klasik dalam model regresi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul, Halim. 2003. Analisis Investasi. Jakarta. Salemba Empat

Agus Sartono, 2001. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPEF YOGYAKARTA.

Bambang, Riyanto, 2001. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, BPEF Yogyakarta, Yogyakarta

Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F., (2006), Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Alih Bahasa: Yulianto, Akbar, Ali, Buku Satu, Salemba Empat, Jakarta

Budi Rahardjo, 2007, Keuangan dan Akuntansi untuk Manajer Non Keuangan. Yogyakarta : Graha Ilmu,.

Enny, Rut. 2007. Analisis Pengaruh ROA, ROE, Dan DER Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri Food and Beverages Yang Terdaftar Di BEI. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret

Fahmi, Irham. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Alfabeta.

H.M, Jogiyanto. (2000). Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi II, BPEF - UGM. Yogyakarta

Indriyo Gitosudarmo dan Basri, 2002, Manajemen Keuangan, Edisi 3, BPEF, Yogyakarta

Irawati, Susan. 2006. Manajemen Keuangan. Bandung: Pustaka.

Kasmir. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008. Jakarta.

Kasmir (2010) : pengantar manajemen keuangan jakarta: kencana prenda media grup

Martono Sudan Agus Harjito. 2003. Manajemen Keuangan. Yogyakarta : Ekonisia

Tandelilin, Eduardus, 2001. Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio, Yogyakarta : BPEF

S. Munawir. 2004. Analisis Laporan Keuangan, Edisi Ke-4, Liberty, Yogyakarta.

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2004. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

. Sugiyono 2013. Metode Penelitian Manajemen Bandung : Alfabeta

Sugiyono, Prof., Dr., 1999, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Ke-6, Bandung, CV. Alfa Beta.

.

.

Suliyanto. (2005). Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran. Ghalia Indonesia, Bogor