

**PENGARUH *CURRENT RATIO*, *NET PROFIT MARGIN* DAN *RETURN ON EQUITY* TERHADAP HARGA SAHAM PADA SUB SEKTOR KOSMETIK DAN KEPERLUAN RUMAH TANGGA DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017 - 2021**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi

**OLEH**

**Nama : Natasya Azzahra Saputri**

**NIM : 1900861201111**

**Kosentrasi : Manajemen Keuangan**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI  
TAHUN 2023**



## TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

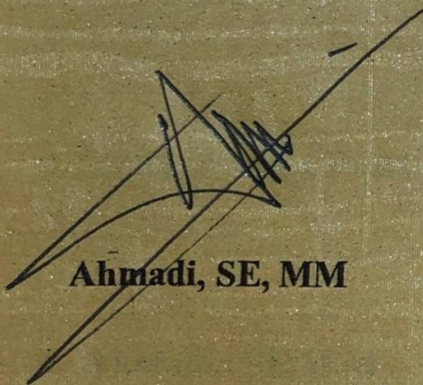
Dengan ini komisi Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa skripsi sebagai berikut:

NAMA : Natasya Azzahra Saputri  
NIM : 1900861201111  
PROGRAM STUDI : Ekonomi Manajemen  
JUDUL : Pengaruh *Current Ratio*, *Net Profit Margin* Dan *Return On Asset* Terhadap Harga Saham Pada Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam ujian komprehensif dan ujian skripsi ini pada tanggal seperti tertera dibawah ini :

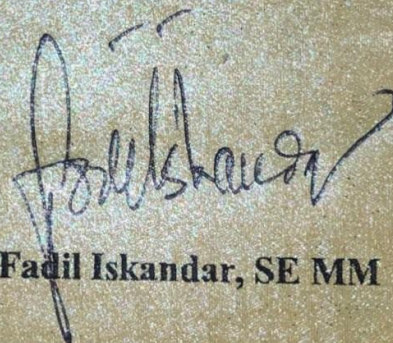
Jambi, Mei 2023

Dosen Pembimbing I



Ahmadi, SE, MM

Dosen Pembimbing II



Fadil Iskandar, SE MM

Mengetahui:

Ketua Program Studi Manajemen



Hana Tamara Putri, SE, MM

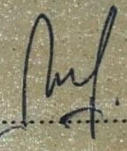
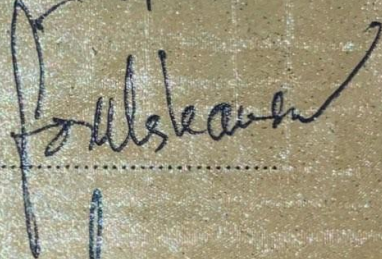
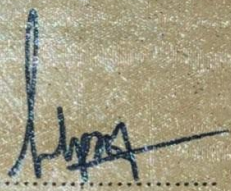
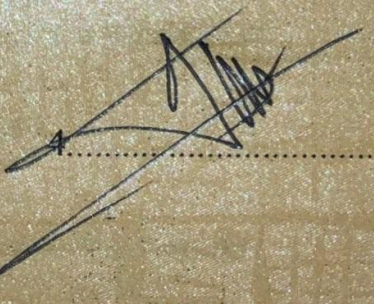


## TANDA PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Skripsi dan Komprehensif Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada:

HARI : Kamis  
TANGGAL : 10 Agustus 2023  
JAM : 08:00 – 10:00 WIB  
TEMPAT : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Universitas  
Batanghari Jambi

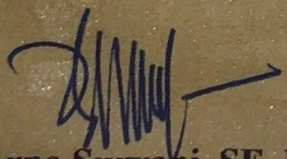
### PANITIA PENGUJI

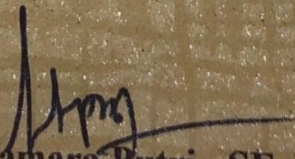
Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. Dr. Mufidah, SE, M.Si	Ketua	1. 
2. Fadil Iskandar, S.E., M.M	Sekretaris	2. 
3. Hana Tamara Putri., S.E., M.M	Penguji Utama	3. 
4. Ahmadi., SE.M.M	Anggota	4. 

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

  
Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA, CMA

  
Hana Tamara Putri., SE. MM



## Surat Pernyataan Keaslian

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

NAMA : Natasya Azzahra Saputri  
NIM : 1900861201111  
PROGRAM STUDI : Ekonomi Manajemen  
DOSEN PEMBIMBING : Ahmadi, SE, MM dan  
Fadil Iskandar, SE, MM  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Current Ratio*, *Net Profit Margin*  
Dan *Return On Asset* Terhadap Harga  
Saham Pada Sub Sektor Kosmetik Dan  
Keperluan Rumah Tangga Di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2017-2021

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang saya cantumkan pada skripsi ini adalah benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinal bukan hasil pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Natasya Azzahra Saputri  
NIM 1900861201111



## **LEMBAR PENGESAHAN**

**Bismillahirrahmanirrahim**

**Ku Persembahkan Karya Sederhana Ini Kepada**

**Allah SWT & Rasulullah SAW**

Sujud syukur ku persembahkan Kepada Mu Ya Allah, tuhan yang maha agung dan maha tinggi atas takdir Mu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman, dan bersabar. Ya Allah rasa syukur yang tak henti hamba panjatkan Kepada Mu atas begitu banyaknya anugerah Mu, dan kesempatan yang baik selalu datang berkali-kali kepada hamba Mu yang mengajarkan ku dalam kehidupan ini.

Serta wahai engkau ya Rasulullah yang memberikan ku pengetahuan atas ajaran agama ku dan membawaku dari zaman jahilliyah menuju kehidupan yang terang benderang.

**Ayah dan Ibu Tercinta**

Ayah dan ibu tercinta sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terimakasih yang tak terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada ayah dan ibu yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga. Terimakasih atas segala pengorbanan dan doa yang tiada henti kalian berikan kepada saya. Semoga ini menjadi awal untuk membuat ayah dan ibu bangga dan bahagia.

**Adik Tercinta**

Terimakasih untuk adikku yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini dan selalu mengingatkan agar terus semangat dan tidak pernah menyerah.

**Teman-Teman Tersayang**

Untuk teman-teman yang selalu senantiasa menemani di setiap proses membuat skripsi hingga sampai di tahap ini dan selalu saling memberikan semangat untuk tidak menyerah, ku ucapkan banyak terimakasih. Semoga bisa selalu bersama dan ini menjadi langkah awal untuk meraih kesuksesan bersama-sama.

## ABSTRACT

**NATASYA AZZAHRA SAPUTRI / 1900861201111 / FACULTY ECONOMIC OF MANAGEMENT / EFFECT OF CURRENT RATIO, NET PROFIT MARGIN AND RETURN ON EQUITY ON STOCK PRICES ON COSMETICS AND HAHOUSEHOLD UTILITIES SUB SECTOR ON INDONESIA STOCK EXCHANGE FOR PERIOD 2017 – 2021 / 1<sup>st</sup> ADVISOR AHMADI, MM AND 2<sup>nd</sup> ADVISOR FADIL ISKANDAR, SE, MM**

Problem formulation this research is firstly, how to analyze how the simultaneous influence of current rasio, net profit margin and return on equity on stock prices on cosmetics and household utilities sub sector in stock exchange for 2017-2021 period . Secondly, how to partially influence of current rasio, net profit margin and return on equity on stock prices on cosmetics and household utilities sub sector in stock exchange for 2017-2021 period .

The research methodology is descriptive and quantitative analysis methods. Data used is secondary data. The population become object in this research is industry of cosmetics and household utilities period 2017 - 2021. Amount sample the used is 5 (five) industry company and still stand up during period of perception and also publicized of year of 2017 - 2021 by Indonesian Stock Exchange. And the analysis multiple regression, hypotesis test so determinant coefficient F test and t test.

The object of this research is industry of cosmetics and household utilities period 2017 – 2021 on Indonesia Stock Exchange. Sample of object is PT Ades Waters Indonesia Tbk (ADES), PT Martina Berto Tbk (MBTO), PT Mustika Ratu Tbk (MRAT), PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), PT Unilever Indonesia (UNVR)

Multiply regression is  $Y = -428,735 + 12,616 X_1 + 60,622 X_2 - 172,271 X_3$  and F test result, it is known that variabels of return on equity, return on asset, net profit margin and gross profit margin simultaneously and significant on stock prices.  $F_{count}$  bigger than  $F_{table}$  or significant level of 0.05 then  $(0.000 < 0.05)$ .  $H_0$  is accepted and  $H_a$  rejected. Based on the results of the t test, all variabel have significant effect on stock price is current ratio, net profit margin and return on equity

Conclusion is the variable current ratio, net profit margin and return on equity simultaneously and partially have significant effect on stock prices

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME, karena atas berkat cinta dan kebaikannya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :

**“PENGARUH *CURRENT RATIO*, *NET PROFIT MARGIN* DAN *RETURN ON EQUITY* TERHADAP HARGA SAHAM PADA SUB SEKTOR KOSMETIK DAN KEPERLUAN RUMAH TANGGA DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017 - 2021”**

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk melengkapi sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Batanghari Jambi. Selama menyelesaikan skripsi ini penulis banyak menerima masukan, saran, bimbingan dan saran. Penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof Dr Herri, SE, MBA selaku PJ Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Dr Hj Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Hana Tamara Putri, SE, MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
4. Bapak Ahmadi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan dan saran selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Fadil Iskandar, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang berkenan dengan sabar dan ikhlas memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh staff pengajar atau dosen pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang telah memberikan ilmu kepada saya selama masa

perkuliahan, semoga ilmu yang diberikan dapat saya amalkan dan dapat berguna bagi dunia dan akhirat

7. Para staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang telah banyak membantu penulis selama menuntut ilmu di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
8. Kedua orang tua yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi selama menuntut ilmu di Universitas Batanghari Jambi, hingga akhirnya penulis sampai di tahap mengerjakan tugas skripsi. Dengan kasih sayang dari kedua orang tua penulis yang selalu di berikan tanpa henti kepada penulis yang membuat penulis termotivasi untuk bisa menyelesaikan tugas skripsi ini dan membawa kabar baik untuk kedua orang tua.
9. Para teman-teman penulis yang senantiasa menemani di setiap proses perkuliahan sampai dengan detik ini, sehingga penulis merasa terus di kelilingi oleh orang-orang baik yang sama-sama berjuang untuk bisa sampai di tahap ini.

Penulis pun menyadari bahwa penulis tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan. Begitupun dalam penyusunan skripsi, dengan kerendahan hati penulis menantikan adanya masukan, baik berupa saran maupun kritik yang dapat bersifat membangun guna penyusunan laporan-laporan yang akan datang.

Jambi, Mei 2023  
Peneliti,

**Natasya Azzahra Saputri**  
NIM. 1900861201111



# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	12

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka .....	14
2.1.1 Konsep Manajemen.....	14
2.1.2 Konsep Manajemen Keuangan .....	15
2.1.3 Laporan Keuangan .....	17
2.1.4 Rasio Keuangan .....	22
2.1.5 <i>Current Ratio</i> .....	23
2.1.6 Rasio Profitabilitas .....	25
2.1.7 <i>Net Profit Margin</i> .....	27
2.1.8 <i>Return on Equity</i> .....	28
2.1.9 Pasar Modal.....	29
2.1.10 Saham .....	31
2.1.11 Harga Saham .....	35
2.1.12 Hubungan Antar Variabel .....	39
2.1.13 Penelitian Terdahulu .....	41
2.1.14 Kerangka Pemikiran.....	44
2.1.15 Hipotesis Penelitian.....	45
2.2 Metode Penelitian.....	46



2.2.1 Jenis dan Sumber Data .....	46
2.2.2 Metode Pengumpulan Data .....	47
2.2.3 Populasi dan Sampel .....	47
2.2.4 Metode Analisis Data .....	49
2.2.5 Alat Analisis.....	49
2.2.6 Operasional Variabel.....	55

### **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

3.1 Bursa Efek Indonesia .....	57
3.1.1 Visi Misi .....	57
3.2 PT Ades Water Indonesia Tbk .....	58
3.2.1 Sejarah PT Ades Water Indonesia Tbk .....	58
3.2.2 Visi Misi PT Ades Water Indonesia Tbk .....	59
3.2.3 Struktur Organisasi PT Ades Water Indonesia Tbk .....	60
3.3 PT Martina Berto Tbk .....	64
3.3.1 Sejarah PT Martina Berto Tbk .....	64
3.3.2 Visi Misi PT Martina Berto Tbk .....	64
3.3.3 Struktur PT Martina Berto Tbk .....	65
3.4 PT Mustika Ratu Tbk .....	68
3.4.1 Sejarah PT Mustika Ratu Tbk .....	68
3.4.2 Visi Misi PT Mustika Ratu Tbk .....	69
3.4.3 Struktur Organisasi PT Mustika Ratu Tbk .....	69
3.5 PT Mandom Indonesia Tbk .....	75
3.5.1 Sejarah PT Mandom Indonesia Tbk .....	76
3.5.2 Visi Misi PT Mandom Indonesia Tbk .....	77
3.5.3 Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk .....	75
3.6 PT Unilever Indonesia Tbk .....	81
3.6.1 Sejarah PT Unilever Indonesia Tbk .....	81
3.6.2 Visi Misi PT Unilever Indonesia Tbk .....	82
3.6.3 Struktur PT Unilever Indonesia Tbk .....	83

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	86
4.1.1 Uji Asumsi Klasik .....	86
4.1.2 Analisis Regresi Lincar Berganda.....	91
4.1.3 Uji Hipotesis.....	92
4.1.4 Koefisien Determinasi .....	95



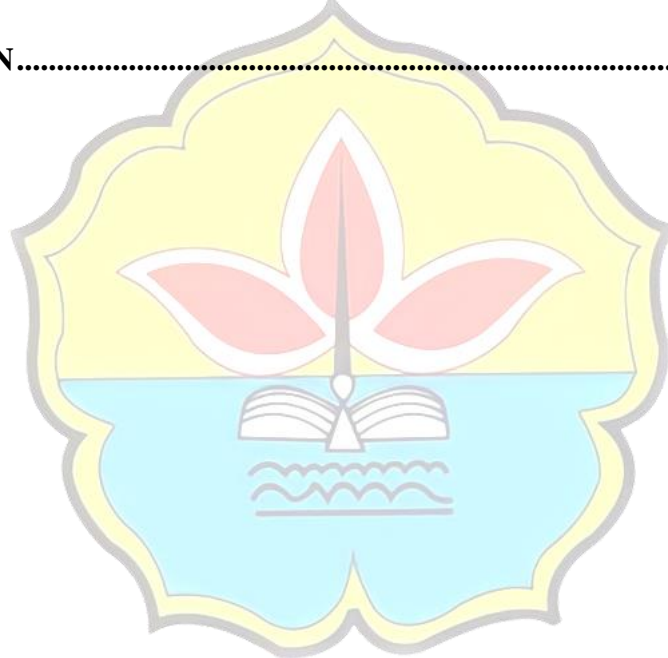
4.2 Pembahasan .....	96
4.2.1 Pengaruh <i>Current Ratio</i> , <i>Net Profit Margin</i> dan <i>Return on Equity</i> secara simultan terhadap harga saham .....	97
4.2.2 Pengaruh <i>Current Ratio</i> , <i>Net Profit Margin</i> dan <i>Return on Equity</i> secara parsial terhadap harga saham.....	98

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Saran.....	101

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
-----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>
----------------------	------------





## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data <i>Current Ratio</i> Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2017-2021 .....	6
Tabel 1.2 Data <i>Net Profit Margin</i> Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2017-2021 .....	7
Tabel 1.3 Data <i>Return on Equity</i> Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2017-2021 .....	8
Tabel 1.4 Data Harga Saham Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2017-2021 .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 2.2 Kriteria Sampel .....	48
Tabel 2.3 Sampel Penelitian .....	48
Tabel 2.4 Operasional Variabel .....	55
Tabel 4.1 Uji Normalitas .....	87
Tabel 4.2 <i>Collinearity</i> Statistik .....	88
Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi .....	90
Tabel 4.4 Regresi Linear Berganda .....	91
Tabel 4.5 Uji F .....	93
Tabel 4.6 Uji t .....	94
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi .....	96



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Bagian Kerangka Pemikiran .....	45
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Ades Water Indonesia Tbk.....	61
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT Martina Berto Tbk.....	66
Gambar 3.3 Struktur Organisasi PT Mustika Ratu Tbk.....	70
Gambar 3.4 Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk.....	77
Gambar 3.5 Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk.....	84
Gambar 4.1 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	89







# B A B I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri manufaktur merupakan salah satu penggerak dalam pembangunan ekonomi pada suatu negara. Industri manufaktur sebagai penopang dalam kebutuhan manusia dalam melakukan aktifitas kehidupan sehari-hari. Dimana pada industry ini tingkat persaingannya cukup ketat dan teknologi menjadi salah satu factor dalam memenangkan persaingan. Untuk memenangkan persaingan dalam industry, akhirnya industry ini dituntut untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam mengelola. Selain itu industry ini juga harus mempunyai kemampuan untuk mengoptimalkan tingkat keuntungan yang diperoleh. Umumnya tujuan dari pendirian suatu usaha adalah memperoleh keuntungan yang optimal agar dapat terjamin kelangsungan hidup bagi usaha tersebut.

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka perusahaan berupaya mengelola berbagai sumber daya yang dimiliki secara efektif, efisiensi dan produktif. Diperlukan pengelolaan manajemen perusahaan yang kreatif dan inovatif dan mengarah pada visi dan misi yang telah ditetapkan.. Untuk lebih memudahkan dalam mengambil keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan tersebut. Maka diperlukan analisa terhadap internal perusahaan tersebut, dengan adanya analisa akan dapat diketahui perkembangan



kelangsungan hidup perusahaan dan kemampuan dalam mengelola finansial yang ada. Dalam pengelolaan finansial umumnya perusahaan membutuhkan pihak-pihak ketiga sebagai pelengkap dalam kekuatan finansial perusahaan. Pihak ketiga tersebut sangat mudah didapat di pasar modal.

Pasar modal merupakan suatu pasar dimana tempat bertemunya perusahaan yang membutuhkan modal dan pihak-pihak yang mempunyai kelebihan modal. Pasar modal juga sebagai wahana yang dapat menggalang pengerahan dana jangka panjang dari masyarakat untuk disalurkan ke sektor-sektor yang produktif. Serta menjadi salah satu alternatif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dananya. Meskipun telah ada lembaga perbankan, namun karena terbatasnya *leverage* suatu perusahaan tidak dapat memperoleh pinjaman dari bank. Di pasar modal terdapat suatu jaringan tatanan yang memungkinkan pertukaran klaim jangka panjang. Menyediakan instrumen keuangan jangka panjang perusahaan atau organisasi melalui penjualan saham atau pengeluaran obligasi. Pasar modal juga dapat sebagai wadah investasi bagi para pemilik kelebihan dana atau modal.

Dalam memilih investasi pada pasar modal ada dua macam analisa yang dapat digunakan yakni ; analisis sekuritas fundamental (*fundamental security analysis*) dan analisis teknikal (*technical analysis*). Analisis fundamental menggunakan data analisa dari internal keuangan dari perusahaan dan data eksternal dari luar perusahaan. Selanjutnya analisis teknikal menggunakan data pasar dari saham yang meliputi harga dan volume transaksi saham di pasar modal.

Pasar modal memainkan peranan yang penting dalam dunia usaha, dimana peran pasar modal ditilik dari sisi perusahaan yang merupakan tersedianya dana perusahaan yang berasal dari investor. Sedangkan dari sisi investor diharapkan akan dapat memperoleh pengembalian atau *return* dari penanaman modal tersebut.

Analisa fundamental memerlukan data-data laporan keuangan dari perusahaan dalam bentuk rasio-rasio keuangan perusahaan. Rasio keuangan membantu dalam mengidentifikasi beberapa kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan. Dengan melakukan analisis rasio keuangan, maka akan diperoleh informasi mengenai penilaian keadaan perusahaan, baik yang telah lampau, saat sekarang, dan masa yang akan datang. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti antara lain ; *Current ratio*, *net profit margin*, *return on asset* dan harga saham.

*Current ratio* merupakan salah satu rasio pada rasio solvabilitas, dimana rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dalam satu periode akutansi. Rasio yang digunakan pada penelitian adalah *debt to asset ratio*. Rasio ini mengukur sejauh mana besaran utang perusahaan dapat ditutupi oleh asset yang dimilikinya. Setiap perusahaan memaknakan bahwa utang merupakan komponen yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja manajemen perusahaan. Karenanya pengelolaan kebijakan utang suatu perusahaan harus efektif dan efisien agar perusahaan tidak *mismatch* manajemen dalam pengelolaan utang tersebut. Selanjutnya variabel yang diteliti adalah *net profit margin* yang mana rasio ini adalah salah satu dari rasio profitabilitas.



*Net profit margin* merupakan rasio yang berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Ini mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. *Net profit margin* sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat, maka *net profit margin* akan menurun, begitu juga sebaliknya. Semakin besar rasio *net profit margin*, maka semakin baik keadaan kinerja keuangan perusahaan, maknanya *cost of good sold* relatif rendah dibandingkan dengan penjualan. Kemudian adalah *return on equity ratio* yang rasio ini mengukur return yang dihasilkan perusahaan atas asset yang di investasikan kedalam perusahaan.

*Return on equity ratio* merupakan salah satu parameter pada rasio profitabilitas. *Return on equity ratio* menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola asset maupun dari asset yang dipinjam ke pihak ketiga. Semakin tinggi tingkat *return on equity ratio* maka akan memberikan efek terhadap kenaikan laba perusahaan. Artinya tinggi rendahnya *return on asset ratio* akan mempengaruhi minat investor dalam melakukan investasi. Sehingga akan mempengaruhi *value* perusahaan dimata investor. Begitu pula sebaliknya *return on equity ratio* merupakan rasio yang diukur dari laba bersih setelah pajak dengan total modal. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham. Semakin tinggi rasio *return on equity ratio*

semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Lokus dari objek penelitian ini adalah industri kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017 – 2021. Industri kosmetik dan rumah tangga merupakan sub bagian dari industri manufaktur. Industri ini merupakan penyumbang terbesar bagi Produk Domestik Bruto nasional yakni sebesar hampir 18 persen dari keseluruhan . Kedua industri ini adalah salah satu tumpuan utama pertumbuhan ekonomi Indonesia dan menyerap tenaga kerja yang cukup besar.

Populasi dari emiten yang termasuk dalam sub sector industri kosmetik dan rumah tangga, ada enam (6) emiten. Sehubungan dengan metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling maka didapat hanya lima (5) emiten yang dapat dijadikan sampel pada penelitian. Sampel penelitian adalah sebagai berikut ; PT Ades Waters Indonesia Tbk (ADES), PT Martina Berto Tbk (MBTO), PT Mustika Ratu Tbk (MRAT), PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), PT Unilever Indonesia (UNVR). Dan yang tidak masuk ke dalam sampel adalah PT Kino Indonesia Tbk (KINO) dikarenakan emiten ini tidak termasuk dalam kriteria sampel pada penelitian selama tahun pengamatan yakni tahun 2017 – 2021.

Berikut ini data *current ratio* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data *Current Ratio* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga**  
**Tahun 2017 – 2021**  
**(Dalam %)**

No	Emiten	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	ADES	120	139	200	297	251
2	MBTO	206,30	163,34	124,78	61,66	75,17
3	MRAT	359,75	311,02	288,75	220,93	213,03
4	TCID	491,32	575,91	548,79	922,17	812,81
5	UNVR	63,37	74,77	65,29	66,09	61,41
Rata-Rata		248,18	252,76	245,61	313,58	282,71
Perkembangan			1,85	(2,83)	27,67	(9,84)
Rata-Rata Perkembangan						4,21

**Sumber : Data diolah (Lampiran), 2023**

Tabel 1.1 terlihat *Current Ratio* industri kosmetik dan keperluan rumah Tangga selama tahun 2017 – 2021, mengalami fluktuasi. Dimana pada tahun 2020 *Current Ratio* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, data tertingginya sebesar 313,58%. Sedangkan pada tahun 2017 data *Current Ratio* dari industri kosmetik dan keperluan rumah tangga terendah, yakni sebesar 248,18%. Dilihat dari rata-rata perkembangan *Current Ratio* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama 2017 – 2021, yakni sebesar 4,21%. Semakin besar nilai dari *current ratio* dari perusahaan, maka semakin tinggi kemampuan perusahaan tersebut untuk memenuhi kewajibannya. Adapun parameter yang sehat menurut Kasmir (2018:134) adalah perbandingannya 1 : 2 atas aktiva lancar dari perusahaan. Selanjutnya pada tabel 1.2, data *net profit margin* pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama tahun 2017-2021, sebagai berikut :



**Tabel 1.2**  
**Data *Net profit margin* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga**  
**Tahun 2017 – 2021**  
**(Dalam Persen)**

No	Emiten	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	ADES	5	7	11	20	28
2	MBTO	-3,38	-22,71	-12,45	-68,37	-71,12
3	MRAT	0,68	0,41	0,22	2,28	0,11
4	TCID	5,82	7,42	4,68	3,45	4,13
5	UNVR	17,00	21,79	17,22	16,67	14,46
Rata-Rata		6,32	11,78	9,11	22,19	23,63
Perkembangan			86,58	-22,70	143,61	6,51
Rata-Rata Perkembangan						53,50

**Sumber : Data diolah (Lampiran), 2023**

Tabel 1.2 terlihat *Net profit margin* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama tahun 2017 – 2021, mengalami fluktuasi. Dimana data *Net profit margin* rata-rata industry tertinggi dari industri kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2021 yakni sebesar 23,63%. Sedangkan data *net profit margin* rata-rata industry terendah dari industri kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2017 yakni sebesar 6,32%. Dilihat dari rata-rata perkembangan *net profit margin* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama 2017 – 2021 yakni sebesar 53,50%. Kenaikan dari nilai *net profit margin* akibat dari adanya peningkatan keuntungan. Ini menunjukkan efisiensi pengelolaan dari penjualan produk yang ada untuk menghasilkan laba. Secara tidak langsung akan memberikan dampak pada peningkatan *value* dari perusahaan secara perlahan.

Berikut Tabel 1.3 , data *return on equity* pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama tahun 2017-2021, sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
**Data *Return on Equity* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga**  
**Tahun 2017 – 2021**  
**(Dalam %)**

No	Emiten	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	ADES	9	11	15	19	27
2	MBTO	-5,98	-37,98	-28,47	-34,45	-33,70
3	MRAT	0,64	0,34	0,18	2,12	0,10
4	TCID	8,48	9,97	6,49	3,68	4,20
5	UNVR	135,40	120,21	139,97	145,09	132,29
Rata-Rata		31,91	35,89	37,98	40,95	39,63
Perkembangan			12,49	5,80	7,82	(3,21)
Rata-Rata Perkembangan						5,73

**Sumber : Data diolah (Lampiran), 2023**

Tabel 1.3 terlihat *Return on Equity* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama tahun 2017 – 2021, mengalami fluktuasi. Dimana data *Return on Equity* rata-rata industry tertinggi dari industri kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2020, sebesar 40,95%. Sedangkan data *Return on Equity* rata-rata industry terendah dari industri kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2017, sebesar 31,89%. Dilihat dari rata-rata perkembangan *Return on Equity* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama 2017 – 2021, yakni sebesar 5,73%. Peningkatan dari nilai *Return on Equity* yang semakin besar akan membawa pengaruh terhadap peningkatn keuntungan. Sehingga dapat meningkatkan harga saham industry dan secara tidak langsung *performance*

industry ikut pula meningkat. Selanjutnya tabel 1.4 , data harga saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama 2017-2021, sebagai berikut :

**Tabel 1.4**  
**Data Harga Saham Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga**  
**Tahun 2017 – 2021**  
**(Dalam Rupiah)**

No	Emiten	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	ADES	885	920	1.045	1.460	3.290
2	MBTO	135	126	94	126	146
3	MRAT	206	179	153	169	276
4	TCID	17.900	17.250	11.000	6.475	5.350
5	UNVR	55.900	45.400	42.000	7.350	4.110
Rata-Rata		15.005,2	12.775	10.858,4	3.116	2.634,4
Perkembangan			(14,86)	(15,00)	(71,30)	(15,45)
Rata-Rata Perkembangan						(29,15)

**Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), 2023**

Tabel 1.4 terlihat harga saham industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama tahun 2017 – 2021, mengalami fluktuasi. Dimana data harga saham rata-rata industry tertinggi dari industri kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2017 yakni sebesar Rp 15.005,2. Sedangkan data harga saham rata-rata industry terendah dari industri kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2021 yakni sebesar Rp 2.634,4. Dilihat dari rata-rata perkembangan harga saham industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama 2017 – 2021 menurun, yakni sebesar 29,15%. Penurunan nilai harga saham yang semakin besar akan membawa pengaruh terhadap penurunan *performance* industry.



Penelitian terdahulu Baraja (2021), berpendapat bahwa *return on equity ratio* dan *Current Ratio* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Harga Saham Sedangkan Perdana (2020) berpendapat *return on equity ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. *Net Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. Dilain sisi Hastuti (2021) berpendapat *return on equity ratio* tidak berpengaruh terhadap Harga Saham. Sedangkan *Net Profit Margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham. Syarifah (2021), *Net profit margin* berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap Harga Saham. *Return on asset* tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap Harga Saham.

Dari fenomena-fenomena penelitian terdahulu yang bertentangan dengan yang dikemukakan oleh peneliti-peneliti tersebut. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang tertuang dalam bentuk penelitian dengan judul : **Pengaruh *Current Ratio*, *Net Profit Margin* Dan *Return On Asset* Terhadap Harga Saham Pada Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Perkembangan dari *current ratio* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga berfluktuasi selama periode 2017-2021, dengan perkembangan rata-rata

industri sebesar 4,21%. Ini diindikasikan dapat mempengaruhi harga saham dari industri tersebut

2. Perkembangan dari *net profit margin* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga berfluktuasi selama periode 2017-2021, dengan perkembangan rata-rata industri sebesar 53,50%. Ini diindikasikan dapat mempengaruhi harga saham
3. Perkembangan dari *return on equity ratio* industri kosmetik dan keperluan rumah tangga berfluktuasi selama periode 2017-2021, dengan perkembangan rata-rata industri sebesar 5,73%. Ini diindikasikan dapat mempengaruhi harga saham
4. Perkembangan dari Harga saham industri kosmetik dan keperluan rumah tangga berfluktuasi cenderung menurun selama periode 2017-2021, dengan perkembangan rata-rata industri menurun sebesar 30,41%.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh dari *current ratio*, *net profit margin* dan *return on equity ratio* secara simultan terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 ?
2. Bagaimana pengaruh dari *current ratio*, *net profit margin* dan *return on equity ratio* secara parsial terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 ?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah terdahulu maka dapat tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- 1 Untuk menganalisa pengaruh dari *current ratio*, *net profit margin* dan *return on equity ratio* secara simultan terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.
- 2 Untuk menganalisa pengaruh dari *current ratio*, *net profit margin* dan *return on equity ratio* secara parsial terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021..

## 2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yang lebih bagi peneliti, perusahaan maupun pihak lain yaitu :

- a. Manfaat Akademis**, merupakan sarana dan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan berbagai teori yang telah didapatkan selama belajar dibidang manajemen keuangan terutama yang berkaitan dengan rasio-rasio keuangan dan ekonomi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dikembangkan sehingga dapat digunakan sebagai salah satu informasi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan sesuai keperluan masing-masing pihak.
- b. Manfaat Praktis**, diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan perusahaan sehingga dapat memberikan informasi untuk



pengambilan keputusan demi kemajuan perusahaan tersebut. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memilih investasi pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



## B A B II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Manajemen

Menurut Fahmi (2012:12), manajemen adalah perpaduan antara ilmu dan seni, untuk mendorong pembentukan organisasi yang kompetitif. Manajemen menurut Hasibuan (2012:2) manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah sebagai seni karena mengandung unsur-unsur artistik, seperti keterampilan teknis dalam mencapai tujuan. Namun manajemen juga dapat disebut sebagai ilmu yang mengandung teori-teori dan metode ilmiah yang kemungkinan manajer menerapkan fungsi manajemen dan dapat memprediksi akibat dari pelaksanaannya.

Keberhasilan suatu kegiatan tergantung dari manajemennya. Pekerjaan itu akan berhasil apabila manajemen baik dan teratur, dimana manajemen itu sendiri merupakan suatu perangkat melakukan proses tertentu dalam fungsi yang berkaitan. Menurut Terry (2012:68) fungsi manajemen terdiri dari :

1. Perencanaan (*planing*) yaitu sebagai dasar pemikiran dari tujuan dan penyusunan langkah-langkah yang akan dipakai untuk mencapai tujuan. Perencanaan berarti mempersiapkan segala kebutuhan, memperhitungkan bentuk pelaksanaan kegiatan yang bermaksud untuk mencapai tujuan.
2. Perorganisasian (*organization*) yaitu sebagai suatu cara untuk mengumpulkan orang-orang dan menempatkan mereka menurut kemampuan dan keahliannya dalam pekerjaan yang sudah direncanakan.
3. Penggerakan (*actuating*) yaitu untuk menggerakan organisasi agar berjalan sesuai dengan pembagian kerja masing-masing serta menggerakan seluruh sumber daya yang ada dalam perorganisasian agar pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan bisa berjalan sesuai dan bisa mencapai tujuan.
4. Pengawasan (*controlling*) yaitu untuk mengawasi apakah gerakan dari organisasi ini sudah sesuai dengan rencana atau belum. Serta mengawasi penggunaan sumber daya dalam organisasi agar bisa terpakai secara efektif dan efisien tanpa ada yang melenceng dalam rencana.

### **2.1.2 Manajemen Keuangan**

Menurut Fahmi (2012:2) manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji, dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumberdaya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para



pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

Menurut Alexano (2012:41) manajemen keuangan adalah sebagai cara merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, mengendalikan, mencari, dan menyimpan dana atau uang bagi sebuah lembaga atau perusahaan.

Menurut Nilasari dkk (2014:145) manajemen keuangan adalah salah satu fungsi operasional perusahaan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang pada dasarnya dapat dilakukan baik oleh individu, perusahaan, maupun

pemerintah. Sedangkan menurut Martono dan Harjito (2005:4) manajemen

keuangan atau dalam literatur lain disebut pembelanjaan adalah sebagai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana,

menggunakan dana, dan mengelola aset sesuai tujuan, perusahaan secara menyeluruh. Jadi dapat disimpulkan manajemen keuangan adalah suatu proses

operasional yang dilakukan seorang manajer dalam menganggarkan dan mengelola sumber dana yang dilakukan perusahaan. Menurut Fahmi (2012:2)

Dalam bidangnya manajemen keuangan memiliki 3 (tiga) ruang lingkup yang harus dilihat oleh seorang manajer keuangan yaitu :

- 1.** Bagaimana mencari dana yaitu tugas seorang manajer keuangan dimana ia bertugas untuk mencari sumber-sumber dana yang bisa dipakai atau dimanfaatkan untuk dijadikan sebagai modal perusahaan.
- 2.** Bagaimana mengelola dana yaitu tugas manajemen keuangan bertugas untuk mengelola dana perusahaan dan kemudian menginvestasikan dana tersebut ke tempat-tempat yang dianggap produktif atau menguntungkan.

3. Bagaimana membagi dana yaitu tugas manajemen keuangan untuk melakukan keputusan dalam membagi keuntungan kepada para pemilik sesuai dengan jumlah modal yang disetor atau yang ditempatkan.

Selain ruang lingkupnya manajemen keuangan juga memiliki fungsi utama dalam manajemen keuangan. Menurut Martono dan Harjito (2014:113) manajemen keuangan memiliki 3 fungsi manajemen keuangan yaitu :

1. Keputusan Investasi (*Investment Decision*)
2. Keputusan Pendanaan (*Financing Decision*)
3. Keputusan Pengelolaan Aset (*Assets Management Decision*)

Ada beberapa tujuan dari Manajemen keuangan menurut Fahmi (2012:4) ada 3 (tiga) tujuan yaitu :

1. Memaksimumkan nilai perusahaan
2. Menjaga stabilitas finansial dalam keadaan yang selalu terkendali
3. Memperkecil risiko perusahaan di masa sekarang dan yang akan datang.

### **2.1.3 Laporan keuangan**

Menurut Fahmi (2012:21) bahwa Laporan keuangan merupakan informasi yang diharapkan mampu memberikan bantuan kepada pengguna untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial. Menurut Fahmi laporan keuangan adalah suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut. Menurut Kasmir

(2013:7) laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

Sedangkan menurut Munawir (2014:12) laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Selanjutnya menurut Sunyoto (2013:9) laporan keuangan adalah proses analisis dan penilaian yang membantu dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah sewajarnya diajukan. Menurut Nilasari dkk (2017: 164) laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses pencatatan keuangan yang merupakan pencerminan dari prestasi manajemen perusahaan pada suatu periode tertentu.

Dalam melakukan penelitian pada suatu perusahaan diperlukan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengetahui gambaran perusahaan secara menyeluruh mengenai pengelolaan dana. Pengelolaan dana bisa diketahui melalui laporan keuangan perusahaan, dimana laporan keuangan merupakan suatu alat yang sangat penting. Menurut Munawir (2014:3) laporan keuangan dapat digunakan diantaranya :

1. Mengukur tingkat biaya dari berbagai kegiatan perusahaan.
2. Untuk menentukan/mengukur efisiensi tiap-tiap bagian, proses atau produksi serta untuk menentukan derajat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan.



3. Untuk menilai dan mengukur hasil kerja tiap-tiap individu yang telah disertai wewenang dan tanggung jawab.

4. Untuk menentukan perlu tidaknya digunakan kebijaksanaan atau prosedur yang baru untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu. Berikut ini beberapa tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan yaitu :

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.

2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.

3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.

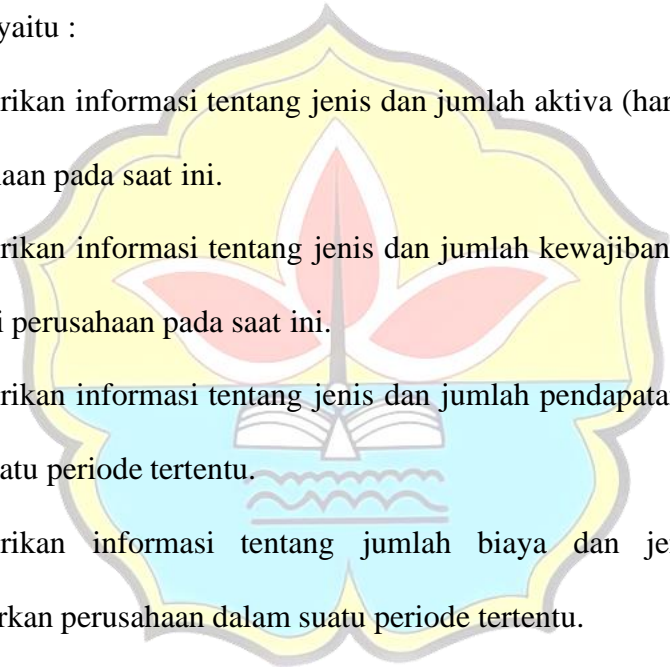
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.

5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.

6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.

7. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan.

8. Informasi keuangan lainnya.



Secara umum ada 5 (lima) jenis laporan keuangan yang bisa disusun, yaitu : Neraca, Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Modal, Laporan Arus Kas, dan Laporan Catatan Atas Laporan Keuangan.

a. Neraca

Neraca merupakan salah satu laporan keuangan yang terpenting bagi perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan diharuskan untuk menyajikan laporan keuangan dalam bentuk neraca. Menurut Kasmir (2013:30) , neraca adalah ringkasan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu yang menunjukkan total aktiva dengan total kewajiban ditambah total ekuitas pemilik. Menurut Munawir (2014:13), Neraca adalah laporan yang sistematis tentang aktiva (*assets*), hutang (*liabilities*) serta modal dari suatu perusahaan pada suatu saat tertentu, dengan tujuan untuk menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu tanggal tertentu, biasanya pada waktu dimana buku-buku ditutup dan ditentukan sisanya pada suatu akhir tahun fiskal atau tahun kalender. Menurut Djarwanto dalam Sunyoto (2013:25) neraca adalah diturunkan dari istilah *balance sheet, statement of financial position, statement of financial condition, atau statement of resources and liabilities* atau neraca adalah suatu laporan sistematis tentang aktiva, utang, dan modal sendiri (*owners equity*) dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Biasanya pada saat buku ditutup yaitu akhir bulan, akhir triwulan, atau akhir tahun. Menurut jusup neraca disebut juga laporan posisi keuangan yaitu sautu daftar yang menggambarkan aktiva atau harta

kekayaan, kewajiban dan modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan pada suatu saat tertentu.

b. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi menurut Horne dalam Kasmir (2013:45) yaitu ringkasan pendapatan dan biaya perusahaan selama periode tertentu diakhiri dengan laba atau rugi pada periode tersebut. Laporan laba rugi terdiri dari penghasilan dan biaya perusahaan pada periode tertentu, biasanya untuk satu tahun atau tiap semester enam bulan atau tiga bulan. Laporan laba rugi menurut Sugiyono dan Untung (2012:20) adalah laporan ringkas tentang jenis dan jumlah pendapatan atau hasil penjualan yang diperoleh perusahaan selama periode tertentu, biaya selama masa itu dan keuntungan atau kerugian yang diderita selama periode tertentu. Menurut Sunyoto (2013:41) laporan laba rugi adalah merupakan ikhtisar yang disusun secara sistematis berisikan data yang mencakup seluruh pendapatan atau revenue perusahaan dan seluruh beban perusahaan untuk tahun buku bersangkutan. Sedangkan menurut Munawir (2004:26) laporan laba rugi merupakan suatu laporan sistematis tentang penghasilan, biaya, rugi laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode tertentu. Dapat disimpulkan laporan keuangan adalah ringkasan keuangan/pendapatan perusahaan yang disusun secara sistematis selama periode tertentu.



#### 2.1.4 Rasio Keuangan

Penggunaan analisis rasio keuangan sangat bervariasi dan tergantung oleh pihak yang memerlukan. Menurut Warsidi dan Bambang dalam Fahmi (2012:50) Analisis rasio keuangan merupakan instrumen analisis prestasi perusahaan yang menjelaskan berbagai hubungan dan indikator keuangan, yang ditujukan untuk menunjukkan perubahan dalam kondisi keuangan atau prestasi operasi di masa lalu dan membantu menggambarkan trend pola perubahan tersebut, untuk kemudian menunjukkan risiko dan peluang yang melekat pada perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Horne dalam Kasmir (2013:104), rasio keuangan merupakan indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Sedangkan menurut Fahmi (2012:49), rasio keuangan adalah suatu kajian yang melihat perbandingan antara jumlah-jumlah yang terdapat pada laporan keuangan dengan mempergunakan formula-formula yang dianggap representatif untuk diterapkan. Rasio keuangan atau financial ratio ini sangat penting gunanya untuk melakukan analisa terhadap kondisi keuangan perusahaan. Pembagian analisis rasio keuangan menurut Sugiyono dkk (2012:60) terdiri dari empat kelompok rasio, antara lain :

1. Rasio likuiditas (solvensi jangka pendek), yaitu rasio yang bertujuan mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan uang tunai.

Terdiri dari rasio lancar (*Current ratio*), rasio cepat (*quick ratio*), rasio aliran kas (*cash flow liquidity ratio*).

2. Rasio aktivitas (efisiensi pengelohan aset), yaitu rasio untuk mengukur likuiditas aktiva tertentu dan efisiensi pengelolaan aset, terdiri dari rata-rata pengumpulan piutang (*account receivable in days*), perputaran piutang (*account receivable turn over*), perputaran persediaan (*inventory turn over*), perputaran aktiva tetap (*fixed asset turn over*), dan perputaran total aktiva (*asset turn over*).
3. Rasio leverage (pembelanjaan dengan hutang dan pelunasannya), yaitu rasio untuk mengukur sejauh mana pembelian dilakukan dengan hutang dibandingkan dengan modal, dan kemampuan untuk membayar bunga serta beban tetap lain. Rasio ini terdiri dari *Current*, *TIER*, *fixed charge coverage*, dan *cash flow adequacy*.
4. Rasio profitabilitas (efisiensi dan kinerja keseluruhan), yaitu rasio untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan aktiva, kewajiban, dan kekayaan. Terdiri dari *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *cash flow margin*, *return on equity*, *return on equity*, dan *cash return on equity*.

### **2.1.5 Current Ratio**

*Current Ratio* menurut Kasmir (2013:134) Rasio lancar atau *current ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar

kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dan juga *Current Ratio* menurut Munawir (2012:72) *Current Ratio* yaitu perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar. Ratio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar (yang segera dapat dijadikan uang ) ada sekian kalinya hutang jangka pendek. Pengertian *Current Ratio* menurut Sutrisno (2011:43) *Current Ratio* merupakan salah satu ratio finansial yang sering digunakan. Tingkat *Current Ratio* dapat ditentukan dengan jalan membandingkan antara *Current Asset* dengan *Current Liabiliti*.

Riyanto (2016:68) bahwa *current ratio* merupakan salah satu ratio finansial yang sering digunakan. Maknanya rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek dengan cara membandingkan aset lancar dengan kewajiban lancar. Tingkat *current ratio* dapat ditentukan dengan jalan membandingkan antara *current assets* dengan *current liabilities* . Semakin besar *current ratio* menunjukkan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Berdasarkan pengertian para ahli maka bahwa *Current Ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendek dengan cara membandingkan aset lancar dengan kewajiban lancar. Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio ini adalah :  
(Riyanto,2016:68)



$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

### 2.1.6 Rasio Profitabilitas

Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen, tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Para investor di pasar modal sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan laba, hal ini merupakan daya tarik bagi investor dalam melakukan jual beli saham, oleh karena itu manajemen harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima (Alexano,2012:115).

Menurut Ang (2017:214) Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya . Menurut Kasmir (2013:196), Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba

yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Pada dasarnya penggunaan rasio ini yakni menunjukkan tingkat efisiensi suatu perusahaan.

### **Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas**

Manfaat rasio profitabilitas tidak terbatas hanya pada pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak – pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan Kasmir (2013:197), menerangkan bahwa tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni :

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

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan posisi

keuangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus sebagai evaluasi terhadap kinerja manajemen sehingga dapat diketahui penyebab dari perubahan kondisi keuangan perusahaan tersebut. Semakin lengkap jenis rasio yang digunakan, semakin sempurna hasil yang akan dicapai, sehingga posisi dan kondisi tingkat profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna.

### **2.1.7 Net Profit Margin**

Menurut Riyanto (2012:133) *Net Profit Margin* adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah perhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Hal ini mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. *Net Profit Margin* (NPM) sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan.

Menurut Fakhruddin (2013:65) *net profit margin* merupakan rasio yang menggambarkan penghasilan bersih perusahaan berdasarkan total penjualan. Suatu perusahaan menurunkan beban relatifnya terhadap penjualan maka perusahaan tentu akan mempunyai lebih banyak dana untuk kegiatankegiatan usaha lainnya (Gitman, 2012:67). Semakin tinggi *Net Profit Margin* (NPM),

maka semakin baik operasi perusahaan. Formula dari *Net Profit Margin* (NPM) adalah sebagai berikut (Husnan,2015:108) :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

### 2.1.8 *Return on Equity*

Menurut Munawir (2014:127) *Return on equity* merupakan penilaian profitabilitas atas total *equity*, dengan cara membandingkan laba setelah pajak dengan rata-rata total aktiva. *Return on equity* menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aktiva baik dari modal sendiri maupun dari modal pinjaman. Investor akan melihat seberapa efektif suatu perusahaan dalam mengelola *assets*. Semakin tinggi tingkat *Return on equity*, maka akan memberikan efek terhadap laba perusahaan, artinya tinggi rendahnya *Return on equity* akan mempengaruhi minat investor dalam melakukan investasi sehingga akan mempengaruhi *value* perusahaan dimata investor begitu pula sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2012:80) *return on equity* merupakan rasio yang mengukur tingkat pengembalian atas seluruh asset yang ada. Atau rasio yang menggambarkan efisiensi dari dana yang digunakan dalam perusahaan. *Return on equity* merupakan rasio profitabilitas yang sering digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh *assets* yang digunakan dapat menghasilkan laba. Menurut Hanafi (2013:81), Rasio *return on equity* ini



mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat equity yang tertentu. Secara matematis *Return on equity* dapat dirumuskan sebagai berikut (Riyanto,2012:124) :

$$Return\ on\ equity = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Equity} \times 100\%$$

### 2.1.9 Pasar Modal

Menurut Martono dan Harjito (2015:359) Pasar modal (*Capital Market*) adalah suatu pasar dimana dana jangka panjang baik utang maupun modal sendiri diperdagangkan tersebut diwujudkan dalam surat-surat berharga. Jenis surat berharga yang diperjual belikan di pasar modal memiliki jatuh tempo lebih dari satu tahun dan ada yang tidak memiliki jatuh tempo. Sedangkan menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011:1) Pasar Modal merupakan pasar yang memfasilitasi perdagangan surat berharga jangka panjang berupa hutang yang diperdagangkan biasanya obligasi (Bond), sedangkan dana jangka panjang yang merupakan modal sendiri berupa saham biasa (*Common stock*) dan saham preferen (*Preferred stock*).

Pasar modal dalam arti sempit adalah suatu tempat (dalam pengertian fisik) yang terorganisasi di mana surat berharga (efek-efek) diperdagangkan, yang kemudian disebut bursa efek (*stock exchange*). Selama ini pengertian investasi adalah kegiatan menanamkan modal baik langsung maupun tidak langsung, dengan harapan pada waktunya nanti pemilik modal mendapatkan

sejumlah keuntungan dari hasil penanaman modal tersebut. Menurut Halim dalam Fahmi (2012:2) bahwa Investasi adalah penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang .

Investasi dalam sekuritas adalah merupakan tanda keikutsertaan kepemilikan suatu perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan dari usaha pokoknya. Di dalam investasi yang bersifat jangka panjang di samping bertujuan untuk memperoleh pendapatan, dapat juga dengan tujuan untuk mengontrol atau menguasai perusahaan lain yaitu dengan cara membeli atau memiliki sebagian besar saham-saham perusahaan yang diawasi atau dikuasai tersebut. Apabila seorang investor membeli suatu saham biasa perusahaan lain, saham itu akan dicatat sesuai dengan harga perolehannya yaitu harga kurs saham ditambah biaya-biaya yang berhubungan dengan pembelian tersebut. Seluruh pembayaran oleh investor akan dibukukan dalam rekening investasi saham biasa.

Saham biasa mempunyai nilai nominal tertentu dan adanya hak bagi pemegang saham (investor) untuk mendapatkan bagian dari keuntungan perusahaan serta ikut menanggung risiko apabila mengalami kerugian. Akan tetapi apabila terjadi pembubaran perusahaan, pemilik saham bisa memiliki tuntutan (*Claim*) yang terakhir terhadap kekayaan perusahaan setelah seluruh kreditor dan pemilik saham istimewa mendapat bagian. Investor saham akan memperoleh tingkat keuntungan dari dividen yang dibagikan ditambah perbedaan nilai perusahaan pada waktu pertama kali investasi dengan nilai pada

beberapa waktu kemudian atau disebut juga *capital gain/capital loss*. Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2011:9) *Capital gain* merupakan selisih antara harga beli dan harga jual sedangkan *Capital loss* merupakan menjual saham dengan harga jual lebih rendah dari harga beli. Nilai investasi dari saham biasa tergantung jumlah pendapatan dalam rupiah yang diharapkan akan diterima oleh seorang investor kalau seandainya investor membeli saham tersebut.

Tingkat keuntungan yang tinggi yang bisa diperoleh sebagai akibat dari investasi dalam saham berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Tingkat keuntungan masa lalu (*past performance*) bisa dipakai untuk menilai kemampuan perusahaan sekaligus memproyeksikan kemampuan perusahaan pada masa-masa mendatang dan harus memperhitungkan risiko yang akan diterima dari investasinya.

#### **2.1.10 Saham**

Saham menurut Fahmi (2012:270) adalah tanda bukti penyertaan kepemilikan modal/dana pada suatu perusahaan atau kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan di ikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya. Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2011:5) Saham (stock) adalah sebagai tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroaan terbatas.

Saham berwujud selembor kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan diperusahaan tersebut. Dalam pasar modal ada dua jenis saham yang paling umum dikenal oleh publik yaitu :

a. Saham Biasa (Common stock)

Adalah suatu surat berharga yang dijual oleh suatu perusahaan yang menjelaskan nilai nominal (rupiah, dolar, yen, dan sebagainya) dimana pemegangnya diberi hak untuk mengikuti RUPS (Rapat umum pemegang saham) dan RUPSLB (Rapat umum pemegang saham luar biasa) serta berhak untuk menentukan membeli right issue (penjualan saham) atau tidak, yang selanjutnya di akhir tahun akan memperoleh keuntungan dalam bentuk deviden. Common Stock ini memiliki beberapa jenis yaitu :

a) *Blue Chip-Stock* (Saham Unggulan) adalah saham dari perusahaan yang dikenal secara nasional dan memiliki sejarah laba, pertumbuhan, dan manajemen yang berkualitas. Saham-saham IBM dan Du Pont merupakan contoh *blue chip*. Jika di Indonesia kita bisa melihat pada 5 (lima) besar saham yang termasuk kategori LQ 45. LQ 45 adalah likuiditas empat puluh lima buah perusahaan yang dianggap memiliki tingkat likuiditas yang baik dan sesuai dengan pengharapan pasar modal.



- b) *Growth Stock* adalah saham-saham yang diharapkan memberikan pertumbuhan laba yang lebih tinggi dari rata-rata saham-saham lain, dan karenanya mempunyai PER yang tinggi.
- c) *Defensive Stock* (Saham-saham Defensif) adalah saham yang cenderung lebih stabil dalam masa resesi atau perekonomian yang tidak menentu berkaitan dengan deviden, pendapatan, dan kinerja pasar. Contoh perusahaan yang masuk kategori ini biasanya perusahaan yang produknya memang dibutuhkan oleh publik seperti perusahaan yang masuk kategori *food and beverage*, yaitu gula, beras, minyak makan, garam dan sejenisnya.
- d) *Cyclical Stock* adalah sekuritas yang cenderung naik nilainya secara cepat saat ekonomi semarak dan jatuh juga secara cepat saat ekonomi lesu. Contohnya saham pabrik mobil dan real estate. Sebaliknya saham non siklis mencakup saham-saham perusahaan yang memproduksi barang-barang kebutuhan umum yang tidak berpengaruh oleh kondisi ekonomi, misalnya makanan dan obat-obatan.
- e) *Seasonal Stock* adalah perusahaan yang penjualannya bervariasi karena dampak musiman, misalnya karena cuaca dan liburan. Sebagai contoh, pabrik mainan memiliki penjualan musiman yang khusus pada saat musim natal.
- f) *Speculative Stock* adalah saham yang kondisinya memiliki tingkat spekulasi yang tinggi, yang kemungkinan tingkat pengembalian hasilnya

adalah rendah atau negatif. Ini biasanya dipakai untuk membeli saham pada perusahaan pengeboran minyak.

b. Saham Istimewa (Common preferred)

Adalah suatu surat berharga yang dijual oleh suatu perusahaan yang menjelaskan nilai nominal (rupiah, dolar, yen, dan sebagainya) dimana pemegangnya akan memperoleh pendapatan tetap dalam bentuk deviden yang biasanya akan diterima setiap kuartal (tiga bulanan). Menurut Martono dan Harjito (2015:368) saham *preferred* dalam prakteknya terdapat beberapa jenis yaitu :

- a. *Cumulative Preferred Stock* adalah saham preferen jenis ini memberikan hak kepada pemiliknya atas pembagian deviden yang sifatnya kumulatif dalam suatu persentase atau jumlah tertentu. Sehingga jika pada tahun tertentu deviden yang dibayarkan tidak mencukupi atau tidak dibayar sama sekali, maka hal ini diperhitungkan pada tahun-tahun berikutnya.
- b. *Non Cumulative Stock* adalah pemegang saham jenis ini mendapat prioritas dalam pembagian deviden sampai pada suatu persentase atau jumlah tertentu, tetapi tidak kumulatif.
- c. *Participating Preferred Stock* adalah pemilik saham ini selain memperoleh deviden tetap juga memperoleh deviden tambahan (*extra dividend*)

### 2.1.11 Harga Saham

Harga saham adalah harga dari suatu saham yang ditentukan pada saat saham sedang berlangsung dengan berdasarkan kepada permintaan dan penawaran pada saham yang dimaksud (Jogianto,2012:113). Harga saham yang berlaku dipasar modal biasanya ditentukan oleh para pelaku pasar yang sedang melangsungkan perdagangan sahamnya. Dengan harga saham yang ditentukan otomatis perdagangan saham di bursa efek akan berjalan. Jadi berdasarkan pengertian tersebut harga saham adalah kesepakatan antara pemilik dan penjual dalam transaksi surat bukti kepemilikan atas asset-asset perusahaan. Harga saham ditentukan menurut hukum permintaan dan penawaran atau kekuatan tawar-menawar, semakin banyak orang yang ingin membeli saham maka saham tersebut cenderung bergerak naik. Sebaliknya makin banyak yang menjual saham maka harga saham tersebut akan bergerak turun. Namun jangka panjang kinerja perusahaan emiten dan pergerakan saham umumnya bergerak searah pergerakan harga saham selama jangka waktu tertentu umum yang membentuk suatu pola tertentu.

Menurut Darsono dan Ashari (2015:111) Harga Saham dapat mencerminkan semua informasi yang ada di pasar, ketidaktahuan tentang nilai perusahaan akan menyebabkan investasi yang dilakukan mengalami kerugian. Secara umum terdapat dua jenis analisis harga saham yaitu :

- a. Analisis Teknikal adalah analisis yang dilakukan dengan melihat perkembangan harga saham secara historis untuk memprediksi harga saham di masa mendatang.
- b. Analisis Fundamental adalah analisis harga saham dengan melakukan analisis terhadap fundamental keuangan perusahaan

Pada umumnya Saham berwujud selebar saham yang mempunyai nilai atau harga. Menurut Sawidji Widoatmojo (2017:46) harga saham dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) :

- a. Harga Nominal

Harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan. Besarnya harga nominal memberikan arti penting saham karena deviden minimal biasanya ditetapkan berdasarkan nilai nominal.

- b. Harga Perdana

Harga ini merupakan pada waktu harga saham tersebut dicatat di Bursa Efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi (*underwriter*) dan emiten. Dengan demikian akan diketahui berapa harga saham emiten itu akan dijual kepada masyarakat biasanya untuk menentukan harga perdana.

- c. Harga Pasar

Kalau harga perdana merupakan harga jual dari perjanjian emisi kepada investor, maka harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan



investor yang lain. Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatatkan di Bursa. Transaksi di sini tidak lagi melibatkan emiten dari penjamin emisi harga ini yang disebut sebagai harga di pasar sekunder dan harga inilah yang benar-benar mewakili harga perusahaan penerbitnya, karena pada transaksi di pasar sekunder, kecil sekali terjadi negoisasi harga investor dengan perusahaan penerbit. Harga yang setiap hari diumumkan di surat kabar atau media lain adalah harga pasar.

Faktor yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham menurut Weston dan Brigham (2011 : 26) adalah proyeksi laba per lembar saham saat diperoleh laba, tingkat risiko dari proyeksi laba, proporsi utang perusahaan terhadap ekuitas, serta kebijakan pembagian deviden. Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham adalah kendala eksternal seperti kegiatan perekonomian pada umumnya, pajak dan keadaan bursa saham.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham**

Faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga saham dapat berasal dari internal dan eksternal. Harga saham yang terjadi di pasar modal selalu berfluktuasi dari waktu ke waktu. Fluktuasi harga saham tersebut akan ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Jika jumlah penawaran lebih besar dari jumlah permintaan, pada umumnya kurs harga saham akan turun. Sebaliknya jika jumlah permintaan lebih besar dari jumlah penawaran terhadap suatu efek maka harga saham cenderung akan naik. Faktor-faktor yang

mempengaruhi fluktuasi harga saham dapat berasal dari internal dan eksternal perusahaan.

Menurut Alwi (2014:211) faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham yaitu :

#### 1. Faktor Internal

- a) Pengumuman tentang pemasaran, produksi, penjualan seperti pengiklanan, rincian kontrak, perubahan harga, penarikan produk baru, laporan produksi, laporan keamanan produk, dan laporan penjualan.
- b) Pengumuman pendanaan (financing announcements), seperti pengumuman yang berhubungan dengan ekuitas dan utang
- c) Pengumuman badan direksi manajemen (management board of director announcements) seperti perubahan dan pergantian direktur, manajemen, dan struktur organisasi.
- d) Pengumuman pengambilalihan, diversifikasi, seperti laporan merger, investasi ekuitas, laporan take over oleh pengakuisisian dan diakuisisi.
- e) Pengumuman investasi (investment announcements), seperti melakukan ekspansi pabrik, pengembangan riset dan penutupan usaha lainnya.
- f) Pengumuman ketenagakerjaan (labour announcements), seperti negoisasi baru, kontrak baru, pemogokan dan lainnya.
- g) Pengumuman laporan keuangan perusahaan, seperti peramalan laba sebelum akhir tahun fiskal dan setelah akhir tahun fiskal, *Earning Per*

*Share (EPS), Dividen Per Share (DPS), Price Earning Ratio (PER), Net Profit Margin (NPM), Return on equit s (ROE), dan lain-lain.*

## 2. Faktor Eksternal

- a. Pengumuman dari pemerintah seperti perubahan suku bunga tabungan dan deposito, kurs valuta asing, inflasi, serta berbagai regulasi dan deregulasi ekonomi yang dikeluarkan oleh pemerintah.
- b. Pengumuman hukum (legal announcements), seperti tuntutan karyawan terhadap perusahaan atau terhadap manajernya dan tuntutan perusahaan terhadap manajernya.
- c. Pengumuman industri sekuritas (securities announcements), seperti laporan pertemuan tahunan, insider trading, volume atau harga saham perdagangan, pembatasan/penundaan trading.
- d. Gejolak politik dalam negeri dan fluktuasi nilai tukar juga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan pada terjadinya pergerakan harga saham di bursa efek suatu negara.
- e. Berbagai isu baik dari dalam dan luar negeri.

### 2.1.12 Hubungan Antar Variabel Penelitian

#### 1. Pengaruh *Current Ratio* Terhadap Harga Saham

Rasio lancar dapat dikatakan sebagai bentuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*). *Current Ratio* merupakan salah satu ratio finansial yang sering digunakan. Tingkat *Current Ratio* dapat ditentukan dengan jalan

membandingkan antara *Current Asset* dengan *Current Liabilities* (Sutrisno,2011:43). *Current Ratio* menunjukkan sejauh mana aktiva lancar memenuhi kewajiban-kewajiban lancar, sehingga semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan utang lancar semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya Luluk dkk (2021), bahwa *current ratio* berpengaruh positif terhadap harga saham. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kenaikan *current ratio* akan mengakibatkan peningkatan terhadap harga saham dari perusahaan.

## **2. Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Harga Saham**

*Net Profit Margin* adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah mperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya (Riyanto,2010:133). Hal ini mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. *Net Profit Margin* sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. Ifada (2021) berpendapat bahwa *Net Profit Margin* mempunyai pengaruh positif terhadap Harga Saham. Peningkatan *Net Profit Margin* akan mengakibatkan peningkatan Harga Saham



### 3. Pengaruh *Return on Equity* Terhadap Harga Saham

Jika suatu perusahaan mempunyai masa depan yang baik dan dapat memberikan profitabilitas bagi para investornya, maka transaksi saham perusahaan akan mengikuti laju perkembangan dan kondisi perusahaan tersebut. Menurut Husnan (2015:128) apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat maka harga saham akan meningkat. Dengan kata lain profitabilitas akan meningkatkan harga saham. Menurut Brigham (2010:133) *Return on equity* adalah rasio yang paling penting bagi pemegang saham. Pemegang saham pastinya ingin mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi atas asset yang mereka investasikan dan *Return on equity* menunjukkan tingkat pengembalian yang mereka peroleh. Jika *Return on equity* tinggi, maka laba yang diperoleh juga cenderung akan tinggi dan tindakan meningkatkan *return on equity* otomatis akan meningkatkan laba perusahaan dan juga meningkatkan Harga Saham perusahaan. Perdana (2021) berpendapat bahwa perubahan *return on equity* akan membawa dampak Harga Saham dan *return on equity* berhubungan positif terhadap Harga Saham.

#### 2.1.13 Penelitian Terdahulu.

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang telah dilakukan berdasarkan kajian ilmiah. Penelitian terdahulu dapat juga sebagai dasar penguat dari peneliti untuk melihat bagaimana bila dibandingkan dengan

fenomena yang ditemukan pada penelitian. Terdapat beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang dapat menjadi acuan atau referensi dalam penelitian ini, sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan
1	Shara Ibrahim Baraja (2021)	Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat Di BEI Tahun 2017-2020	Hasil analisis uji t , <i>current ratio</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Harga Saham; <i>Return On Asset</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Harga Saham ; <i>Return On Equity</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap Harga Saham. <i>Return On Equity</i> mempunyai pengaruh negative signifikan terhadap Harga Saham
2	Surya Perdana, Eni Hartanti (2021)	Pengaruh NPM, ROE Dan ROA Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Lembaga Pembiayaan Di Indonesia	Hasil uji-t, NPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. <i>Return on equity</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. <i>Return on equity</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham.
3	Diana Hastuti (2021)	Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Keuangan Dan Perbankan Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020	Hasil penelitian secara simultan rasio profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap harga saham sedangkan secara parsial variabel <i>return on equity</i> tidak berpengaruh terhadap Harga Saham. Variabel <i>return on equity</i> tidak berpengaruh terhadap Harga Saham. Variabel <i>net profit margin</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham. <i>Current ratio</i> berpengaruh terhadap Harga Saham.

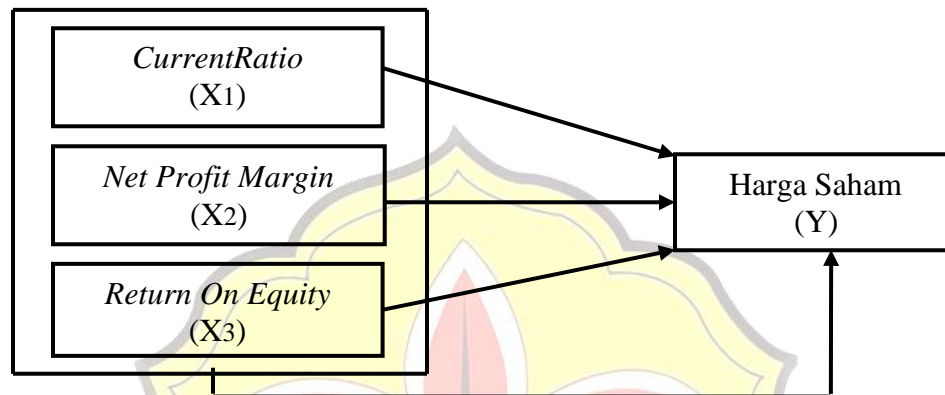
4	Luluk Muhimatul Ifada, Tiara Puspitasari (2021)	Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham	<i>Return on equity</i> mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan pada Harga Saham. <i>Return on Equity</i> tidak mempunyai pengaruh pada Harga Saham. <i>Current</i> mempunyai pengaruh negatif pada Harga Saham. <i>Current ratio</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada Harga Saham. <i>Net Profit Margin</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada Harga Saham.
5	Siti Syarifah (2021)	Pengaruh Rasio <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.	Secara parsial, <i>Current Ratio</i> tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap Harga Saham. <i>Operating leverage</i> (DOL) tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Harga Saham. <i>Net profit margin</i> berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap Harga Saham. <i>Operating profit margin</i> berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap Harga Saham. <i>Gross Profit Margin</i> berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Harga Saham. <i>Return on Equity</i> tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap Harga Saham. Dan <i>Return on Equity</i> berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Harga Saham.
6	Tarmizi et al (2018)	pengaruh <i>current ratio</i> dan <i>return on assets</i> terhadap <i>return</i> saham.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>current ratio</i> berpengaruh negatif terhadap <i>return</i> saham perusahaan. Sementara <i>return on asset</i> berpengaruh positif terhadap <i>return</i> saham perusahaan sub sektor makanan dan minuman

			di BEI tahun 2012 – 2016.
7	Rahmadewi dan Abundanti (2018)	pengaruh <i>Earning Per Share (EPS)</i> , <i>Price Earning Ratio (PER)</i> , <i>Current Ratio (CR)</i> , dan <i>Return on Equity (ROE)</i> terhadap harga saham.	<i>PER</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, sedangkan <i>EPS</i> , <i>CR</i> , dan <i>ROE</i> berpengaruh negatif terhadap harga saham. Secara simultan, <i>EPS</i> , <i>PER</i> , <i>CR</i> , dan <i>ROE</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham.
8	Mangeta et al. (2019)	Pengaruh <i>Net Profit Margin (NPM)</i> , <i>Return On Assets (ROA)</i> , dan <i>Return on Asset (ROE)</i> terhadap harga saham.	<i>NPM</i> , <i>ROA</i> dan <i>ROE</i> secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap harga saham. <i>NPM</i> dan <i>ROA</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sedangkan <i>ROE</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.
9	Anggraini et al. (2020)	pengaruh <i>Return on Equity (ROE)</i> dan <i>Return on Assets (ROA)</i> terhadap harga saham.	<i>ROA</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sedangkan <i>ROE</i> tidak berpengaruh terhadap harga saham. Secara simultan, <i>ROA</i> dan <i>ROE</i> berpengaruh terhadap harga saham.
10	l'niswatin dan Purbayati (2020)	pengaruh <i>Debt To Equity Ratio (DER)</i> dan <i>Return on Equity (ROE)</i> terhadap harga saham.	<i>DER</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap harga saham, sedangkan <i>ROE</i> berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Secara parsial, <i>DER</i> dan <i>ROE</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

### 2.1.14 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan untaian alur pikir guna untuk memperlihatkan bagaimana alur berpikir dalam memecahkan permasalahan yang timbul. Pada alur pertama untuk melihat pengaruh *Current ratio*, *net profit*

*margin, return on equity* secara simultan terhadap harga saham. Sedangkan alur kedua untuk melihat pengaruh *Current ratio, net profit margin, return on equity* secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap harga saham. Untuk sistematis maka kerangka pemikiran dibuat dalam bentuk gambar 2.1 sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**

### 2.1.15 Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Umar (2011:104) adalah suatu perumusan sektor transportasitara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun / mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Jika yang dihipotesis adalah masalah statistik, maka hipotesis ini disebut hipotesis statistik. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka pemikiran maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga ada pengaruh signifikan dari *current ratio, net profit margin, return on equity* secara simultan terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021



2. Diduga ada pengaruh signifikan dari *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* secara parsial terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021

## **2.2 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:22), metode penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporan dengan cara menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, yakni metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah ditetapkan sebagaimana adanya

### **2.2.1 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Sugiyono,2017:48). Sumber data penelitian yang tersedia di Bursa Efek Indonesia pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama tahun 2017 – 2021. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang diambil berupa laporan keuangan perusahaan pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga

selama tahun 2017 – 2021 melalui situs website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), dan berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian

### **2.2.2 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data sangat berpengaruh sekali dengan hasil penelitian karena pemilihan metode pengumpulan data yang tepat akan dapat diperoleh data yang relevan, akurat dan reliabel. Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka (*Library Research*). Study pustaka merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti, (Sugiyono,2017:132).

### **2.2.3 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono,2017:80). Populasi penelitian adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh perusahaan yang tergabung dalam industri kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 yang terdiri dari 6 (enam) emiten.

Sedang sampel merupakan bagian atau wakil populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasinya (Sugiyono,2017:82). Metode yang digunakan adalah purposive sensus. Dimana mempunyai pengertian adalah

metode *purposive sampling* yakni : pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Hanya elemen populasi yang mempunyai kriteria tertentu dari peneliti saja yang bisa dijadikan sampel dalam penelitian. Kriteria pengambilan sampel yang ditetapkan oleh peneliti pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Kriteria Sampel**

No	Kriteria	Emiten
1	Perusahaan pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2021	6
2	Perusahaan yang tidak delisting selama tahun 2017 – 2021.	6
3	Perusahaan pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang laba selama 5 (lima) tahun berturut-turut dari Tahun 2017 – 2021.	5
Sampel Penelitian		5

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel tersebut, akhirnya diperoleh 5 (enam) emiten pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga sebagai sampel penelitian ini, yakni ;

**Tabel 2.3**  
**Sampel Penelitian**

No	Kode Saham	Emiten
1	ADES	PT Ades Waters Indonesia Tbk
2	MBTO	PT Martina Berto Tbk
3	MRAT	PT Mustika Ratu Tbk
4	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk
5	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk

**Sumber : Fact Book,2020**

#### **2.2.4 Metode Analisis Data**

Menurut (Sugiyono,2017:52) metode analisis data pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Metode deskriptif kualitatif

Metode deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data keuangan perusahaan dengan cara membandingkan antara teori dan konsep yang ada serta hasil penelitian terdahulu terhadap masalah yang dihadapi perusahaan.

b. Metode deskriptif kuantitatif

Metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data keuangan perusahaan dengan jalan membandingkan rasio-rasio keuangan perusahaan serta menghitung tendensi perubahan yang terjadi

#### **2.2.5 Alat analisis**

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang adalah menggunakan program SPSS 22 (Sunyoto 2013:101), metode dalam analisis ini termasuk kedalam analisis kuantitatif diantaranya, yaitu :

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Ghozali,2012:161) . Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi, uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *One Sample Kolomogorov-Smirnov* (K-S), dikatakan berdistribusi normal apabila uji K-S dilakukan dengan membandingkan nilai signifikannya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Sunyoto, 2017:65). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation faktor* (VIF) atau tolerance. Apabila nilai VIF  $> 10$  atau tolerance  $< 0,10$  , maka terdapat masalah multikolinearitas pada variabel tersebut.

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali,2017:99). Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah



di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID ( nilai residunya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit

#### **d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi adalah uji untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode  $t-1$ . Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Run Test*. Uji ini merupakan bagian dari statistik non-parametric yang dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai Asymp. Sig (2-tailed) uji *Run Test*. Apabila nilai Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi (Ghozali, 2017:103)

## **2. Persamaan Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini dilakukan data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda yaitu untuk

mengetahui *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* terhadap harga saham. Data yang digunakan adalah data panel, yang mana data tersebut diambil dari sampel berdasarkan runtunan waktu dan *time series* (Suliyanto,2015:112). Maka digunakan persamaan regresi berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y_{it} = a + b_1 X_{1it} + b_2 X_{2it} + b_3 X_{3it} + e$$

Keterangan :

- $Y_{it}$  = Harga Saham
- $X_{1it}$  = *Current Ratio*
- $X_{2it}$  = *Net Profit Margin*
- $X_{3it}$  = *Return on Equity*
- $a$  = Konstanta
- $b_{1,2,3}$  = Koefisien Regresi
- $i$  = Waktu
- $t$  = *Cross-Section*
- $e$  = error

### 3. Uji Hipotesis.

#### a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan atas variabel independen yakni *Current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* secara simultan terhadap variabel dependen yakni harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama tahun 2017 – 2021.

Menurut Priyatno, (2017:141) Uji F dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Membuat rumusan hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

2. Menentukan tingkat signifikan dengan  $\alpha = 5 \%$

3. Menentukan  $F_{hitung}$

4. Menentukan  $F_{tabel}$

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 %,  $\alpha = 5 \%$  df 1 (jumlah variabel – 1), df 2 (n-k), (n adalah jumlah kasus, dan k adalah jumlah variabel independen dan variabel dependen)

5. Kriteria Keputusan :

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima

**b. Uji t**

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan atas variabel independen yakni *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* secara simultan terhadap variabel harga saham. Menurut Priyatno, (2017:137) Uji t dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Membuat rumusan hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya *current ratio, net profit margin, return on equity* tidak berpengaruh secara parsial terhadap Harga Saham.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , artinya *current ratio, net profit margin, return on equity* berpengaruh secara parsial terhadap harga Saham.

2. Menentukan tingkat signifikan dengan  $\alpha = 5 \%$

3. Menentukan  $t_{hitung}$

4 Menentukan  $t_{tabel}$

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5 \%$   $df_1$  (uji satu sisi) dengan derajat kebebasan(  $df$ )  $n-k$  ( $n$  adalah jumlah data, dan  $k$  adalah jumlah variabel independen dan variabel dependen).

5 Kriteria Keputusan :

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung (Priyatno,2017:143). Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel tergantung.  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan

pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel tergantung, atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel tergantung. Sebaliknya  $R^2 = 1$ , maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah sempurna, atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model menjelaskan 100 % variasi variabel tergantung koefisien determinan

### 2.2.6 Operasional Variabel

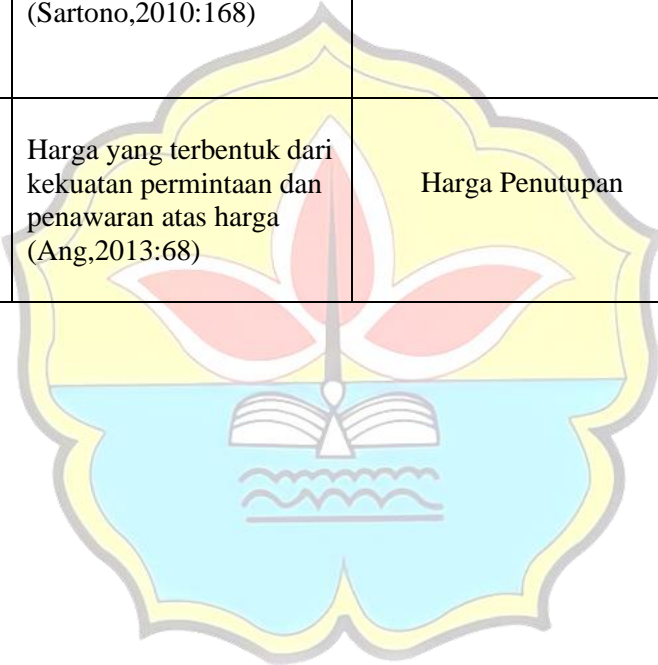
Operasional variabel merupakan defenisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti dan mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Dengan adanya uraian tersebut maka akan lebih mudah mengukur variabel yang ada. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut :

**Tabel 2.4**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Satuan	Skala
<i>Current Ratio</i> ( $X_1$ )	Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek dengan cara membandingkan aset lancar dengan kewajiban lancar  (Riyanto,2012:68)	$\frac{\text{Ak Lancar}}{\text{Ut Lancar}} \times 100\%$	%	Rasio



<i>Net Profit Margin</i> (X <sub>2</sub> )	Rasio mengukur kemampuan tingkat kembalikan keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya Riyanto (2012:133)	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$	%	Rasio
<i>Return on Equity Ratio</i> (X <sub>3</sub> )	Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan (Sartono,2010:168)	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Equity}} \times 100\%$	%	Rasio
Harga Saham (Y)	Harga yang terbentuk dari kekuatan permintaan dan penawaran atas harga (Ang,2013:68)	Harga Penutupan	Rp	Rasio



## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **3.1 Bursa Efek Indonesia**

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC. Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah.

##### **3.1.1 Visi dan Misi**

###### **Visi**

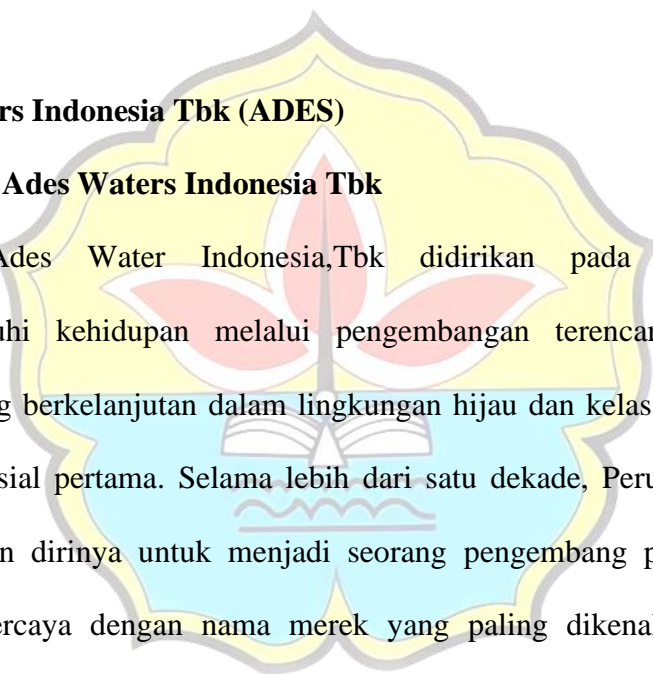
Menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia.

## **Misi**

Membangun bursa efek yang mudah diakses dan memfasilitasi mobilisasi dana jangka panjang. Untuk seluruh industri dan semua segala bisnis perusahaan. Tidak hanya di Jakarta tapi seluruh Indonesia. Tidak hanya bagi institusi, tapi juga bagi individu yang memenuhi kualifikasi mendapatkan pemerataan melalui pemilik. Serta meningkatkan reputasi Bursa Efek Indonesia, melalui pemberian layanan yang berkualitas dan konsisten kepada seluruh *stakeholders* perusahaan.

## **3.2 PT Ades Waters Indonesia Tbk (ADES)**

### **3.2.1 Sejarah PT Ades Waters Indonesia Tbk**



PT Ades Water Indonesia, Tbk didirikan pada visi untuk mempengaruhi kehidupan melalui pengembangan terencana kota-kota mandiri yang berkelanjutan dalam lingkungan hijau dan kelas infrastruktur fisik dan sosial pertama. Selama lebih dari satu dekade, Perusahaan telah membuktikan dirinya untuk menjadi seorang pengembang properti yang sangat terpercaya dengan nama merek yang paling dikenal. Ini adalah pemilik *landbank* diversifikasi terbesar dan pemimpin dalam proyek perintis di lokasi-lokasi strategis di seluruh Indonesia.

Melalui penggabungan 8 perusahaan kosmetik dan rumah tangga terkait pada tahun 2004 Perseroan telah memperluas portofolio bisnisnya untuk mencakup pembangunan perkotaan, skala perkembangan besar yang terintegrasi, mal ritel, kesehatan, hotel dan rekreasi, serta portofolio *fee*

*based income*. Ades Water Indonesia,Tbk sekarang adalah perusahaan kosmetik terbesar di Indonesia berdasarkan total aset dan pendapatan, dengan model bisnis yang unik dan terpadu. Maskapai ini mengoperasikan kelompok rumah sakit swasta terkemuka di Indonesia, satu-satunya yang mencapai standar kelas dunia, dan merupakan pemimpin industri properti ritel tak terbantahkan.

### **3.2.2 Visi dan Misi PT Ades Water Indonesia,Tbk**

Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan yang ingin dicapai oleh Perusahaan pada masa yang akan datang. Pernyataan Visi Perusahaan harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga mempunyai sifat yang fleksibel. Visi perusahaan ini adalah menjadi perusahaan terkemuka di Indonesia dan Regional dengan tekad untuk mengubah kehidupan masyarakat luas menjadi lebih baik di semua lini bisnis dan senantiasa menciptakan nilai tambah bagi para Pemegang Saham.

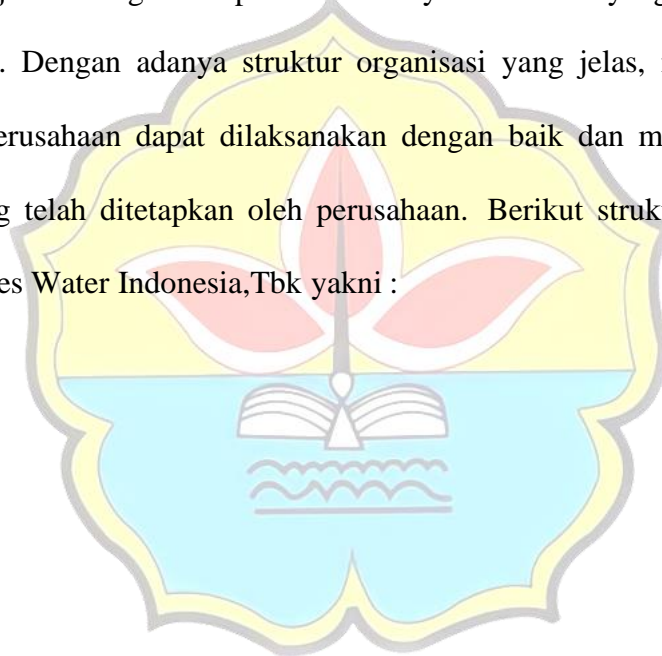
Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju dan menjadi garis besar dalam mencapai Visi. Adapun misi perusahaan ini antara lain sebagai berikut :

- a. Memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia kelas menengah dan atas di bidang kosmetik dan keperluan rumah tangga melalui pengembangan sumber pendapatan berkesinambungan (Recurring Revenues) dan kegiatan pengembangan yang berkelanjutan.

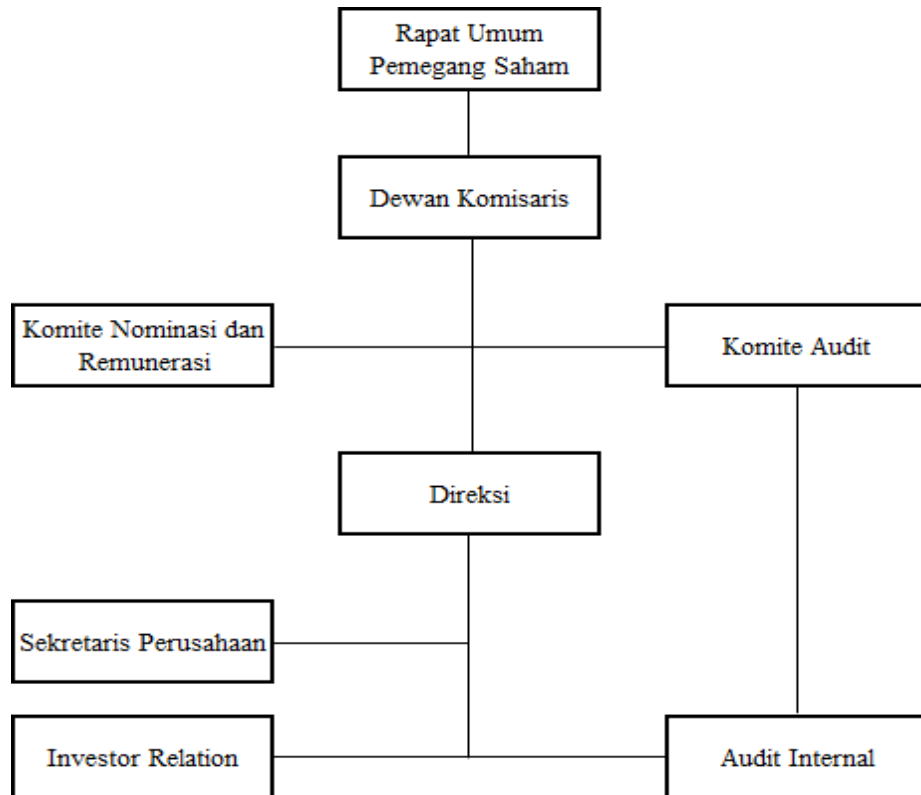
- b. Menyediakan lingkungan hidup berkualitas yang meningkatkan pengalaman sosial dan spiritual bagi para pelanggan.
- c. Menyediakan suasana ramah lingkungan terbaik pada setiap proyek pengembangannya.

### **3.2.3 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berikut struktur organisasi dari PT Ades Water Indonesia, Tbk yakni :







**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi PT Ades Water Indonesia, Tbk**

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

- a. Dewan Komisaris
  - Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dalam menjalankan tugasnya.
  - Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan.
  - Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan perusahaan.
- b. Direksi

- Menentukan kebijakan perusahaan sesuai visi, misi, dan tujuan perusahaan.
- Menetapkan strategi perusahaan secara menyeluruh dan mengukur kinerja dengan mengacu pada tujuan dan strategi perusahaan.
- Bertindak dan mewakili untuk dan atas nama perusahaan baik dengan pihak internal maupun pihak eksternal.
- Menjalankan pengurusan perusahaan dan kegiatan lainnya dengan anggaran dasar perusahaan atau petunjuk dewan komisari maupun RUPS.

c. Komite Audit

- Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan.
- Melakukan penelaahan atas kepatuhan terhadap peraturan perundangan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- Memberikan rekomendasi kepada dewan komisaris mengenai penunjukan akuntan yang didasarkan pada independensi, ruang lingkup penugasan, dan imbalan jasa.
- Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh direksi atas temuan audit internal.
- Menelaah megaduan yang berkaitan dengan proses akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan.

d. Audit Internal

- Melaksanakan proses pemeriksaan bagi seluruh divisi cabang dan melaporkannya dalam bentuk audit.
- Menjalankan proses audit internal perusahaan secara teknis dan berkala baik dari segi finansial maupun operasional.
- Melakukan koordinasi kesiapan cabang dan juga depo untuk menyiapkan laporan keuangan dengan lengkap serta melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan tersebut.
- Melakukan monitoring dan evaluasi hasil audit internal serta menjalin koordinasi dengan pihak terkait untuk menyiapkan solusi untuk hasil temuan masalah.

e. Sekretaris Perusahaan

- Melakukan aktivitas kesekretariatan perusahaan.
- Mengkoordinasikan pengurusan segala bentuk perizinan perusahaan.
- Membuat laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.
- Mengupayakan kelancaran pelaksanaan agenda kegiatan direksi.
- Memberikan masukan kepada direksi dari aspek hukum yang berkaitan dengan operasionalisasi dan pengembangan usaha perusahaan.
- Membuat database dan menyimpan dokumen asli perusahaan.

- Mengkoordinasikan bahan-bahan laporan untuk Rapat Komisaris dan Rapat Umum Pemegang Saham.
- Menyiapkan laporan secara keseluruhan mengenai kegiatan sekretaris perusahaan secara benar dan tepat waktu.

### **3.3 PT Martina Berto Tbk (MBTO),Tbk**

#### **3.3.1 Sejarah PT Martina Berto Tbk**

Dimulai pada tanggal 22 Oktober 1981, Ny Martina mendirikan perusahaan dengan nama PT Martina Cop dan pada tahun 1990 mengubah nama perusahaan menjadi PT PT Martina Berto Tbk yang kemudian dikenal sebagai salah satu perusahaan kosmetik terdepan dan paling terdiversifikasi di Indonesia. Seiring dengan perkembangan usaha, pada tahun 1994 Perseroan melakukan Penawaran Umum Perdana pada Bursa Efek Indonesia (pada saat itu masih bernama Bursa Efek Jakarta).

Pada tahun 1999, anak perusahaan, PT Martina Berto Tbk melakukan Penawaran Umum Perdana pada Bursa Efek Indonesia dan selanjutnya PT Martina Berto Tbk pada tahun 2007. Secara konsisten, Perseroan terus menawarkan konsep unik dan modern dalam seluruh kosmetik yang dikembangkannya dimana hal tersebut merupakan sebuah keunggulan tersendiri.

#### **3.3.2 Visi dan Misi PT Martina Berto Tbk**

Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan yang ingin dicapai oleh Perusahaan pada masa yang akan datang. Pernyataan Visi

Perusahaan harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga mempunyai sifat yang fleksibel. Visi perusahaan ini adalah mengembangkan sebuah grup bisnis kosmetik dengan semangat yang unggul dan penuh inovasi, sehingga menciptakan nilai tambah dalam menyediakan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat dan memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi para pemangku kepentingan.

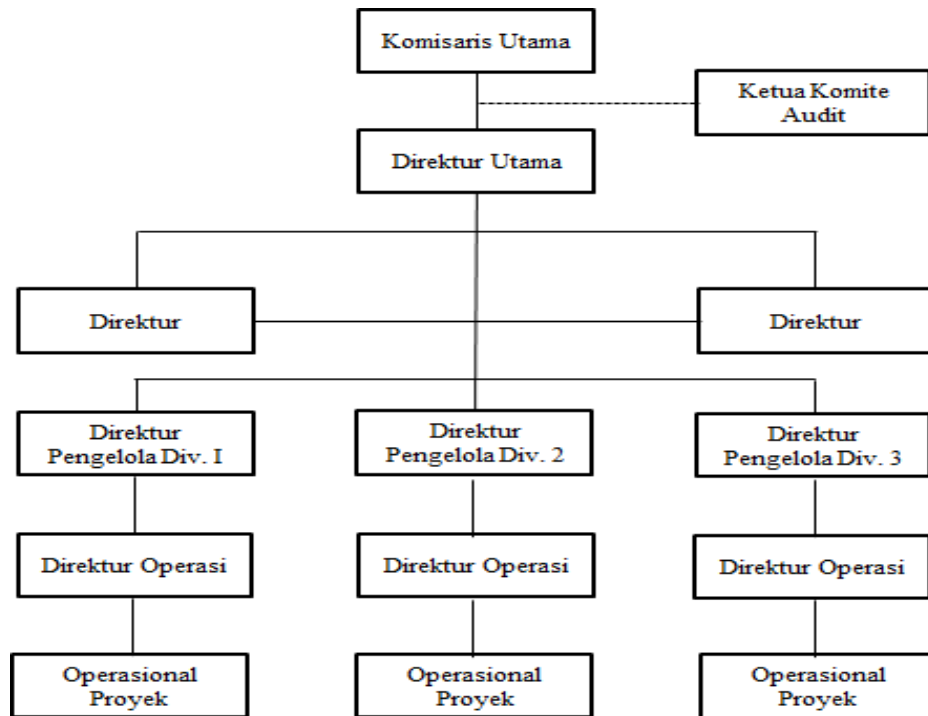
Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh Perusahaan dalam usahanya untuk mewujudkan Visi Perusahaan. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju dan menjadi garis besar dalam mencapai Visi. Misi perusahaan ini adalah menjadi yang terdepan dalam bisnis kosmetik dengan menjadi yang paling unggul, profesional dan menguntungkan, sehingga menjadi pilihan pertama bagi para konsumen, menjadi tempat kerja yang paling menarik dan menantang bagi para karyawan, menjadi investasi yang paling menguntungkan bagi para pemegang saham dan menjadi berkat yang nyata bagi masyarakat dan Tanah Air.

### **3.3.3 Struktur Organisasi PT Martina Berto Tbk**

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.



**Gambar 3.2**  
**Sruktur Organisasi PT Martina Berto Tbk**



Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

a. Komisaris Utama

- Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada anggota direksi.
- Mengawasi kebijakan-kebijakan yang dibuat direktur dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.
- Berhak untuk mengetahui segala kegiatan perusahaan yang dijalankan oleh direksi.

- Setiap waktu berhak memberhentikan untuk sementara anggota direksi apabila anggota direksi tersebut bertindak bertentangan dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Direktur Utama

- Menentukan arah dan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan cara kerja sesuai dengan pedoman yang dilimpahkan oleh komisaris.
- Melakukan kerjasama dengan pihak luar atau perusahaan untuk kepentingan perusahaan.
- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan strategi operasional untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dalam rapat umum pemegang saham.

c. Direktur Pengelola

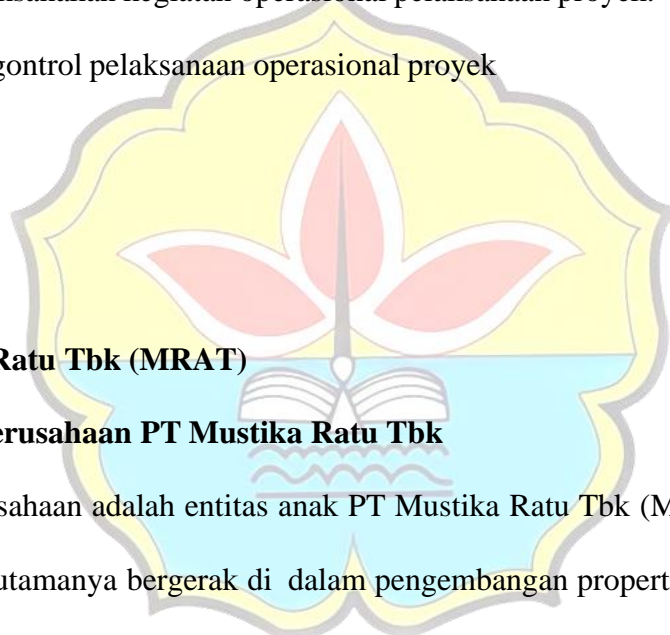
- Mengelola perusahaan sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawab sebagaimana tercantum dalam anggaran dasar perusahaan, termasuk menyelenggarakan RUPS Tahunan dan RUPS lainnya.
- Mewakili perusahaan di dalam dan di luar pengadilan.
- Mengelola dan melakukan koordinasi seluaruh kegiatan perusahaan.
- Melakukan penanganan terhadap perencanaan, pengelolaan dan pelaporan keuangan secara efektif, efisien dan terpercaya demi menjamin ketersediaan dana dalam rangka menunjang seluruh kegiatan usaha perusahaan.

d. Direktur Operasional

- Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
- Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan.
- Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.

e. Operasional Proyek

- Membuat perencanaan kegiatan operasional pelaksanaan proyek.
- Mengatur kegiatan operasional pelaksanaan proyek.
- Melaksanakan kegiatan operasional pelaksanaan proyek.
- Mengontrol pelaksanaan operasional proyek



### **3.4 PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)**

#### **3.4.1 Sejarah Perusahaan PT Mustika Ratu Tbk**

Perusahaan adalah entitas anak PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)., yang bisnis utamanya bergerak di dalam pengembangan properti. Perusahaan memulai usaha pada tahun 1967 dengan mengembangkan bisnis kosmetik di sekitar jalan Pangeran Jayakarta, Jakarta. Kesuksesan proyek-proyek di Jogjakarta dan sekitarnya mendorong Perusahaan untuk ekspansi ke bekasi dan kota-kota besar lainnya di Indonesia terutama Surabaya dan Balikpapan.

Salah satu dari perusahaan kosmetik ini adalah membangun produk-produk kosmetik yang berbasis sumberdaya alam Indonesia. Perusahaan

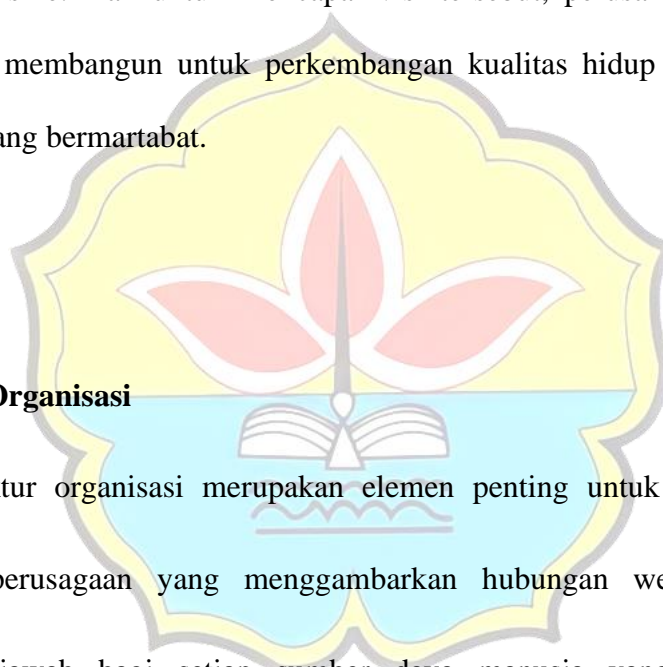
juga membangun kawasan pabrik di Surabaya dan Balikpapan. Perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 2 November 1994 dengan kode MRAT. Sebanyak 1.850.000.000 lembar saham tercatat pada tanggal 31 Desember 2011.

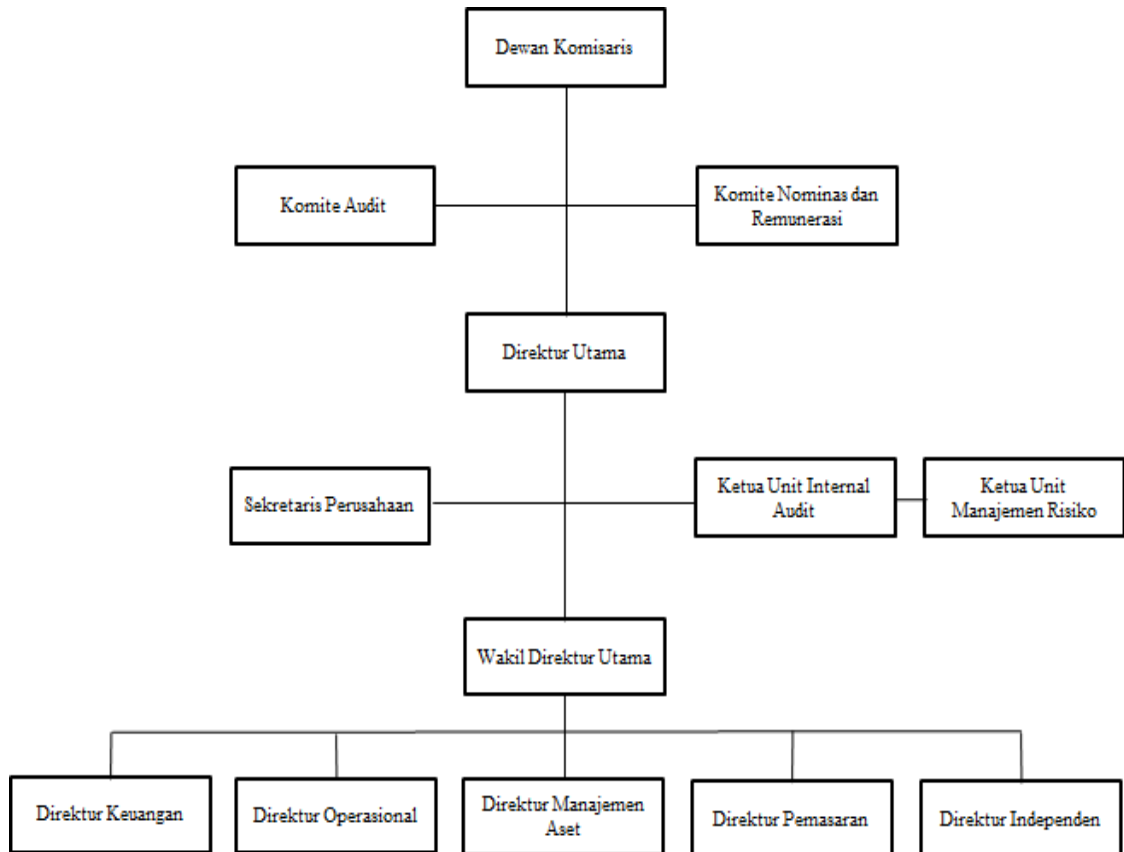
### **3.4.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Perusahaan memiliki visi yaitu menjadi pemenang dalam pasar yang kompetitif dengan fokus utama pada kepuasan pelanggan dan profesionalisme. Dan untuk mencapai visi tersebut, perusahaan memiliki misi yaitu membangun untuk perkembangan kualitas hidup dan aktivitas ekonomi yang bermartabat.

### **3.4.3 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.





**Gambar 3.3**  
**Struktur Organisasi PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)**

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dalam menjalankan tugasnya.
- Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan.
- Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan perusahaan.



b. Direktur Utama

- Menentukan arah dan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan cara kerja sesuai dengan pedoman yang dilimpahkan oleh komisaris.
- Melakukan kerjasama dengan pihak luar atau perusahaan untuk kepentingan perusahaan.
- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan strategi operasional untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dalam rapat umum pemegang saham.

c. Wakil Direktur Utama

- Membantu direktur dalam menyusun rencana kerja serta anggaran untuk mencapai tujuan perusahaan.
- Membantu direktur dalam memimpin dan menkoordinir seluruh aktivitas perusahaan.
- Membantu direktur dalam mengambil keputusan dan kebijakan-kebijakan yang dianggap perlu untuk kemajuan perusahaan.

d. Direktur Keuangan

- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
- Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien,

akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

- Merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengontrol arus kas perusahaan, penyusunan anggaran perusahaan.
- Mengkoordinasikan dan melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan.

e. Direktur Operasional

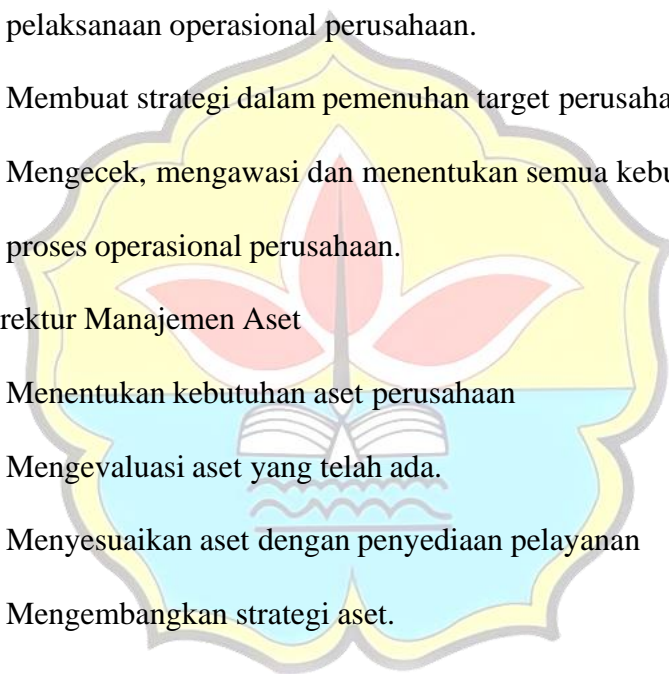
- Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
- Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan.
- Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.

f. Direktur Manajemen Aset

- Menentukan kebutuhan aset perusahaan
- Mengevaluasi aset yang telah ada.
- Menyesuaikan aset dengan penyediaan pelayanan
- Mengembangkan strategi aset.

g. Direktur Pemasaran

- Membuat, merumuskan, menyusun, dan menetapkan konsep dan rencana umum perusahaan, mengarahkan dan memberikan kebijakan atas segala rancang bangun dan implementasi manajemen pemasaran dan promosi ke arah pertumbuhan dan perkembangan bisnis perusahaan.



- Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja manajemen pemasaran, penjualan, promosi bagi kepentingan perusahaan.
- Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.
- Menganalisis peluang usaha.

#### h. Komite Audit

- Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan.
- Melakukan penelaahan atas kepatuhan terhadap peraturan perundangan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- Memberikan rekomendasi kepada dewan komisaris mengenai peunjukan akuntan yang didasarkan pada independensi, ruang lingkup penugasan, dan imbalan jasa.
- Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh direksi atas temuan audit internal.
- Menelaah megaduan yang berkaitan dengan proses akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan.

#### i. Audit Internal

- Melaksanakan proses pemeriksaan bagi seluruh divisi cabang dan melaporkannya dalam bentuk audit.

- Menjalankan proses audit internal perusahaan secara teknis dan berkala baik dari segi finansial maupun operasional.
- Melakukan koordinasi kesiapan cabang dan juga depo untuk menyiapkan laporan keuangan dengan lengkap serta melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan tersebut.
- Melakukan monitoring dan evaluasi hasil audit internal serta menjalin koordinasi dengan pihak terkait untuk menyiapkan solusi untuk hasil temuan masalah.

j. Sekretaris Perusahaan

- Melakukan aktivitas kesekretariatan perusahaan.
- Mengkoordinasikan pengurusan segala bentuk perizinan perusahaan.
- Membuat laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.
- Mengupayakan kelancaran pelaksanaan agenda kegiatan direksi.
- Memberikan masukan kepada direksi dari aspek hukum yang berkaitan dengan operasionalisasi dan pengembangan usaha perusahaan.
- Membuat database dan menyimpan dokumen asli perusahaan.
- Mengkoordinasikan bahan-bahan laporan untuk Rapat Komisaris dan Rapat Umum Pemegang Saham.
- Menyiapkan laporan secara keseluruhan mengenai kegiatan sekretaris perusahaan secara benar dan tepat waktu.

### 3.5 PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

#### 3.5.1 Sejarah Perusahaan PT Mandom Indonesia Tbk

PT Mandom Indonesia Tbk didirikan pada tahun 1979 dan menjadi perusahaan kosmetik yang memproduksi barang-barang keperluan kosmetik di Indonesia. Pada tahun 1994 inti dari bisnis perusahaan adalah mengembangkan produk-produk yang didukung dan ditingkatkan dengan kualitas produk dan jasa manajemen kota. Kunci strategi perusahaan adalah menciptakan bisnis yang menghasilkan critical mass sehingga dapat menciptakan bisnis-bisnis lainnya. Permintaan yang telah dibuat memungkinkan perusahaan untuk menawarkan dan meningkatkan pembangunan kawasan komersial dan residensial.. Bisnis perseroan dibagi menjadi antara lain: kosmetik dan keperluan rumah tangga, dan Leisure & Hospitality.

Pendirian pabrik pertama adalah seluas 56 hektar, Kota Jababeka di Cikarang, dengan penduduk sekitar 1 juta orang. Kota Jababeka telah berkembang dari sebuah lahan hijau menjadi sebuah komunitas. Kota ini terletak 35 kilometer sebelah timur Jakarta, berlokasi strategis sepanjang koridor Bekasi - Cikampek, terdiri dari kawasan industri untuk industri ringan, menengah, dan otomotif. Kota Jababeka dapat diakses dengan jalan tol dan kereta api dengan jarak tempuh 45 menit dari pusat bisnis Jakarta.

Dengan meningkatnya ukuran dan jumlah penduduk di Kota Jababeka, kebutuhan untuk mendukung dan fasilitas rekreasi muncul.



Perusahaan menempatkan moto Beyond Beauty dalam praktek, yang kemudian didukung oleh proyek-proyek pembangunan Mix Perusahaan telah berkembang menjadi perusahaan berintegrasi, yang menawarkan berbagai macam kosmetik dan produk lainnya dan berkualitas

### **3.5.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Mandom Indonesia Tbk**

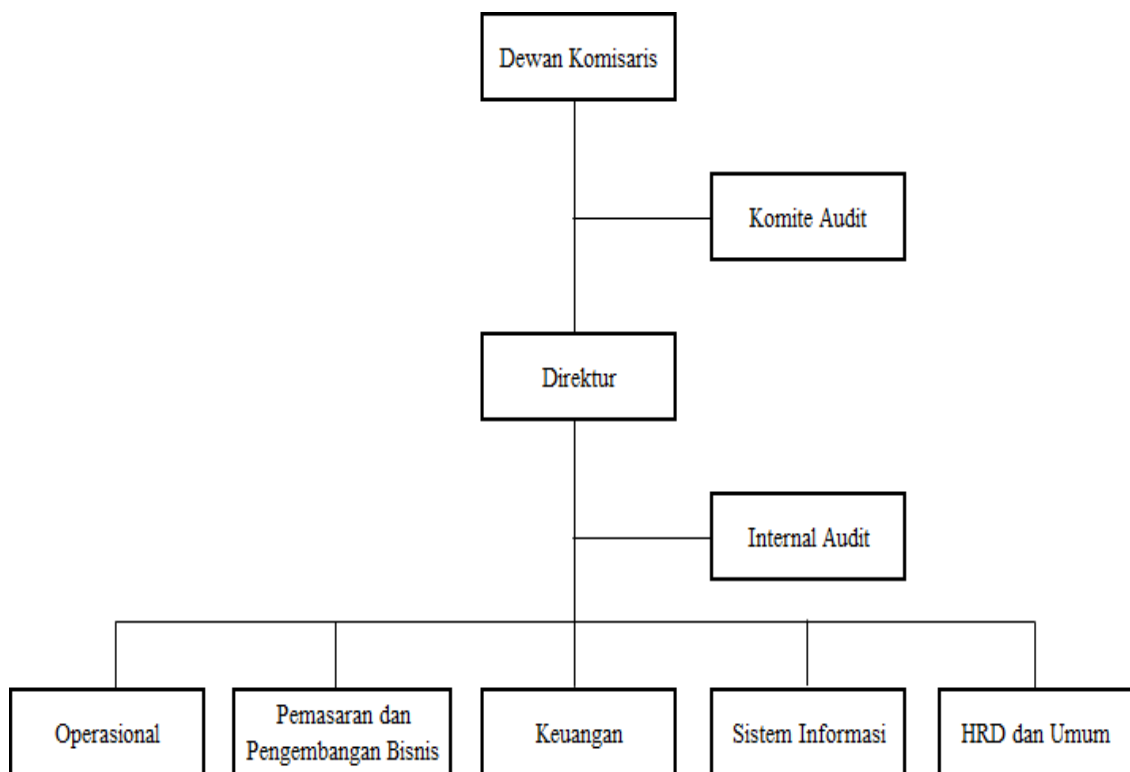
Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan yang ingin dicapai oleh Perusahaan pada masa yang akan datang. Pernyataan Visi Perusahaan harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga mempunyai sifat yang fleksibel. Visi perusahaan ini adalah menciptakan kota modern yang mandiri di setiap propinsi di Indonesia dan menyediakan lapangan pekerjaan untuk kehidupan yang lebih baik.

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh Perusahaan dalam usahanya untuk mewujudkan Visi Perusahaan. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju dan menjadi garis besar dalam mencapai Visi. Misi perusahaan ini antara lain sebagai berikut :

- a. Berkolaborasi dengan pemerintah setempat dan mitra strategis guna mengembangkan dan menginovasi konsep-konsep investasi yang sejalan dengan perkembangan teknologi terkini.
- b. Menyediakan sumber daya manusia dan sarana fisik infrastruktur untuk mendukung pembangunan kota.
- c. Aktif mempromosikan ekspansi grup kepada perusahaan multinasional.

### 3.5.3 Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.



**Gambar 3.4**  
**Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk**

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

- a. Dewan Komisaris

- Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dalam menjalankan tugasnya.
- Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan.
- Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan perusahaan.

b. Direktur

- Menentukan arah dan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan cara kerja sesuai dengan pedoman yang dilimpahkan oleh komisaris.
- Melakukan kerjasama dengan pihak luar atau perusahaan untuk kepentingan perusahaan.
- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan strategi operasional untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dalam rapat umum pemegang saham.

c. Direktur Operasional

- Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
- Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan.
- Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.

d. Direktur Pemasaran dan Pengembangan Bisnis

- Membuat, merumuskan, menyusun, dan menetapkan konsep dan rencana umum perusahaan, mengarahkan dan memberikan kebijakan atas segala rancang bangun dan implementasi manajemen pemasaran dan promosi ke arah pertumbuhan dan perkembangan bisnis perusahaan.
  - Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja manajemen pemasaran, penjualan, promosi bagi kepentingan perusahaan.
  - Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.
  - Menganalisis peluang usaha.
- e. Direktur Keuangan
- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
  - Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.
  - Merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengontrol arus kas perusahaan, penyusunan anggaran perusahaan.
  - Mengkoordinasikan dan melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan.

f. HRD dan Umum

- Mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia.
- Membuta sistem HR yang efektif dan efeasien.
- Melakukan selesksi, promosi, tranfering dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan, dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.
- Melakukan tindakan disiplin pada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan.

g. Komite Audit

- Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan.
- Melakukan penelaahan atas kepatuhan terhadap peraturan perundangan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- Memberikan rekomendasi kepada dewan komisaris mengenai peunjukan akuntan yang didasarkan pada independensi, ruang lingkup penugasan, dan imbalan jasa.
- Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh direksi atas temuan audit internal.



- Menelaah megaduan yang berkaitan dnegan proses akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan.

#### h. Audit Internal

- Melaksanakan proses pemeriksaan bagi seluruh divisi cabang dan melaporkannya dalam bentuk audit.
- Menjalanlan proses audit internal perusahaan secara teknis dan berkala baik dari segi finansial maupun operasional.
- Melakukan koordinasi kesiapan cabang dan juga depo untuk menyiapkan laporan keuangan dengan lengkap serta nelakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan tersebut.
- Melakukan monitoring dan evaluasi hasil audit internal serta menjalin koordinasi dengan pihak terkait untuk menyiapkan solusi untuk hasil temuan masalah.

### 3.6 PT Unilever Indonesia,Tbk (UNVR)

#### 3.6.1 Sejarah Perusahaan PT Unilever Indonesia,Tbk

Perseroan pada awalnya didirikan dengan nama PT Bimantara Eka Santosa berdasarkan Akta No. 40 tanggal 5 November 1963 dibuat di hadapan Winanto Wiryomartani, S.H., Notaris di Jakarta, oleh para pendirinya yaitu PT Bimantara Siti Wisesa, Eka Tjipta Widjaja dan Ferry Teguh Santosa. PT Bimantara Eka Santosa kemudian berubah nama menjadi **PT Unilever Indonesia** berdasarkan Akta No. 129 tanggal 20 Desember 1979, dibuat di hadapan Winanto Wiryomartani, S.H., Notaris di Jakarta.

Pada 2 Mei 1969, Perseroan memperoleh Pernyataan Pendaftaran Efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK d/h Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK), yang selanjutnya secara resmi dicatat di Bursa Efek Indonesia melalui kode saham PLIN pada 15 Juni 1992. Saham perdana yang ditawarkan sebanyak 35.000.000 lembar saham dengan nilai nominal Rp 1.000 per saham dan harga penawaran Rp 4.950 per saham. Pada RUPS tanggal 14 November 2006, Perseroan meningkatkan modal dasar menjadi Rp 1 triliun dan modal disetor Rp 710 miliar dengan nilai nominal saham menjadi Rp 200 per saham dan jumlah saham beredar sebanyak 3.550.000.000 lembar saham.

Sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan, ruang lingkup kegiatan Perseroan adalah menjalankan usaha dalam bidang kosmetik dan keperluan rumah tangga.

### **3.6.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Unilever Indonesia**

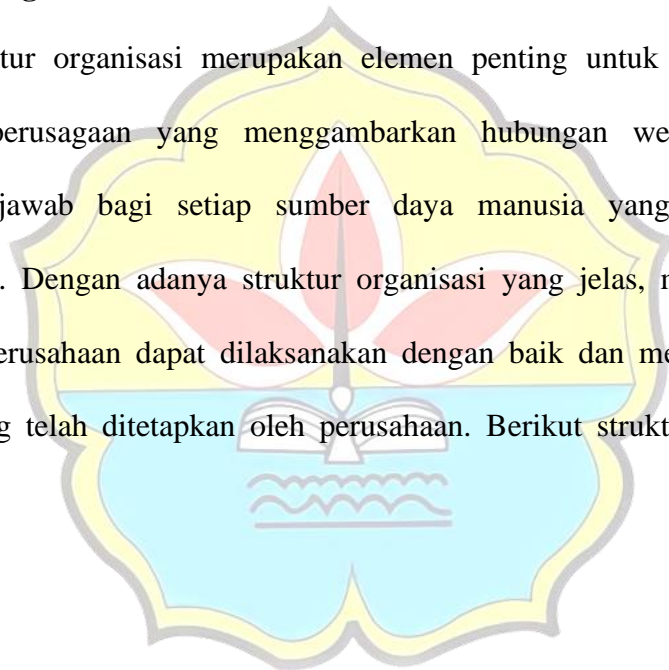
Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan yang ingin dicapai oleh Perusahaan pada masa yang akan datang. Pernyataan Visi Perusahaan harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga mempunyai sifat yang fleksibel. Visi perusahaan ini adalah menjadi salah satu perusahaan terbaik di Indonesia yang memberikan keuntungan maksimum kepada para pemegang saham dan stakeholders, yaitu para penyewa, para pengunjung, para karyawan, para rekanan serta pemerintah dan masyarakat.

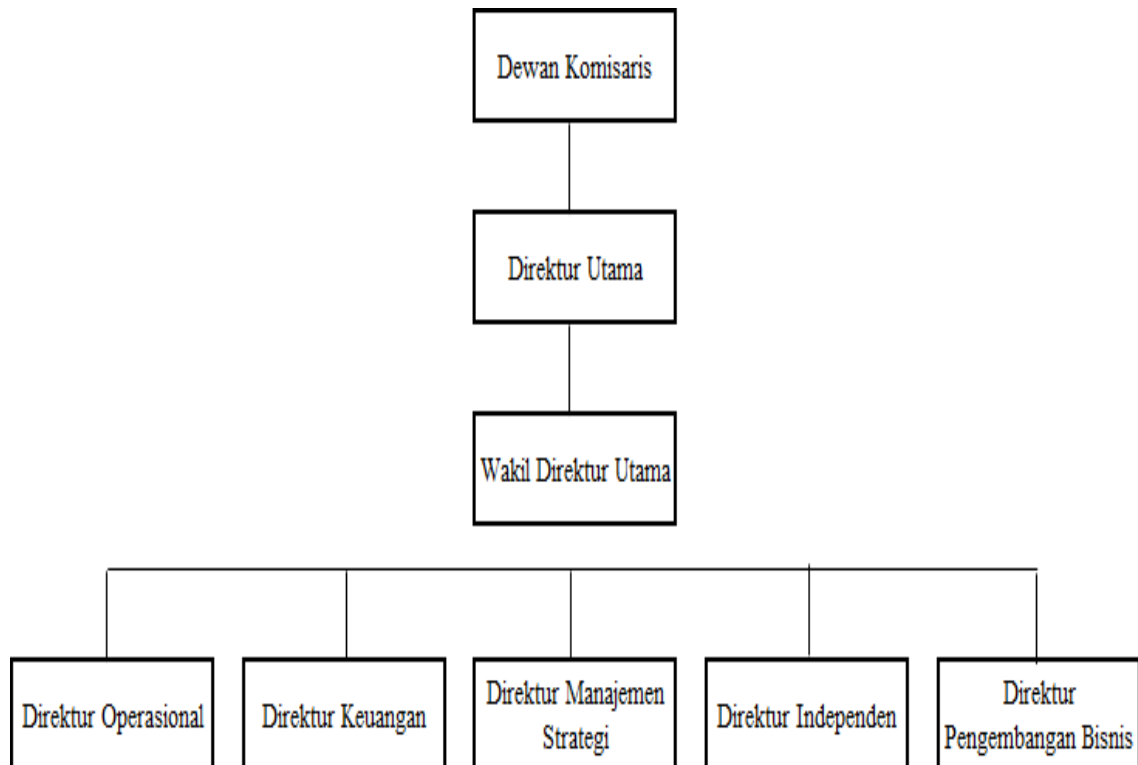
Untuk mencapai visi tersebut, perusahaan memiliki misi antara lain sebagai berikut :

- a. Menjadi unggulan di bidang kosmetik dan keperluan rumah tangga. dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik
- b. Menciptakan sinergi yang maksimum di antara sektor bisnis Perusahaan, membantu peningkatan kualitas hidup masyarakat dan kemajuan sosial ekonomi negara

### **3.6.3 Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berikut struktur organisasi adalah :





**Gambar 3.6**  
**Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia, Tbk**

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

- a. Dewan Komisaris
  - Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dalam menjalankan tugasnya.
  - Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan.
  - Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan perusahaan.
- b. Direktur

- Menentukan arah dan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan cara kerja sesuai dengan pedoman yang dilimpahkan oleh komisaris.
- Melakukan kerjasama dengan pihak luar atau perusahaan untuk kepentingan perusahaan.
- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan strategi operasional untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dalam rapat umum pemegang saham.

c. Wakil direktur

- Membantu direktur dalam menyusun rencana kerja serta anggaran untuk mencapai tujuan perusahaan.
- Membantu direktur dalam memimpin dan menkoordinir seluruh aktivitas perusahaan.
- Membantu direktur dalam mengambil keputusan dan kebijakan-kebijakan yang dianggap perlu untuk kemajuan perusahaan.

d. Direktur Operasional

- Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
- Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan.
- Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.

e. Direktur Keuangan

- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
  - Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.
  - Merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengontrol arus kas perusahaan, penyusunan anggaran perusahaan.
  - Mengkoordinasikan dan melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan.
- f. Direktur Manajemen Strategi
- g. Direktur Pengembangan Bisnis
- Membuat, merumuskan, menyusun, dan menetapkan konsep dan rencana umum perusahaan, mengarahkan dan memberikan kebijakan atas segala rancang bangun dan implementasi manajemen pemasaran dan promosi ke arah pertumbuhan dan perkembangan bisnis perusahaan.
  - Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja manajemen pemasaran, penjualan, promosi bagi kepentingan perusahaan.
  - Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian pada uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kualitas data dari variabel independen maupun variabel dependen, sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan empat uji, yaitu ; uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi (Ghozali,2011:42)

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) keduanya berdistribusi normal atau tidak. Pada suatu model regresi yang baik adalah model regresi memiliki data yang distribusi normal atau mendekati normal. Metode yang diuji adalah dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Metode uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji apakah distribusi sampel yang diamati sesuai dengan distribusi tertentu atau tidak. Uji Kolmogorov-Smirnov untuk menguji apakah data-data residual itu berdistribusi normal atau tidak, uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan tingkat signifikan 0,05. Untuk lebih sederhana, pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat profitabilitas dari Kolmogorov-Smirnov Z statistik. Jika profitabilitas Z statistik lebih kecil dari 0,05 atau ( $Z < 0,05$ )

maka nilai residual dalam suatu regresi tidak terdistribusi secara normal (Ghozali, 2011:100) .

**Tabel 4.1**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	10580,3384422
Most Extreme Differences	Absolute	,268
	Positive	,163
	Negative	-,268
Kolmogorov-Smirnov Z		1,342
Asymp. Sig. (2-tailed)		,054

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,054 lebih besar dari 0,05. Maknanya bahwa data-data residual pada penelitian berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel independen (bebas) dalam model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ) dan nilai toleransinya di atas 0,1 atau 10% ( $tolerance > 0,1$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data-data residual pada model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas (Sunyoto,2013:65). Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.2 berikut :

**Tabel 4.2**  
**Collinearity Statistik**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-428,735	4624,326		-,093	,927		
CR	12,616	11,440	,190	1,103	,283	,735	1,360
NPM	-60,622	127,754	-,096	-,475	,640	,531	1,883
ROE	172,271	44,329	,850	3,886	,001	,455	2,196

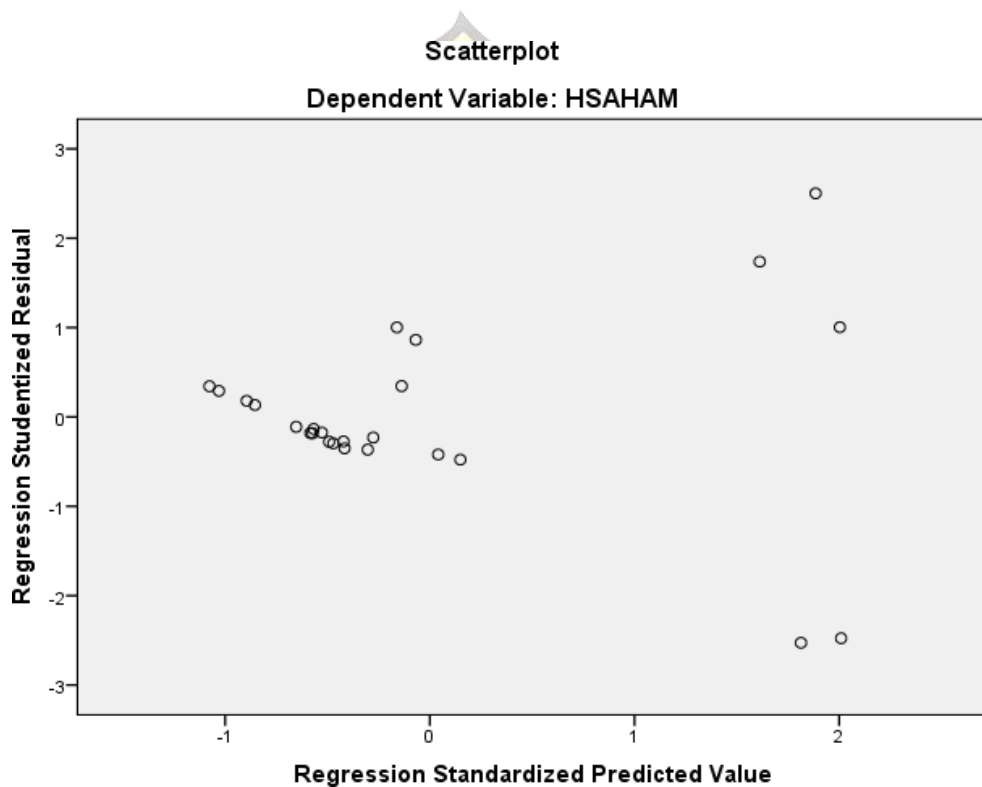
a. Dependent Variable: HSAHAM

Dari tabel 4.2 tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel independen (bebas) yakni : *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, *Return on Equity* dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ) sedangkan nilai tolerance semua variabel independen (bebas) yakni *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, *Return on Equity* lebih dari 10 % yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel independen (bebas) yang nilainya lebih dari 10%. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independent (bebas) dalam model regresi.

### 1. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidak samaan varians dari data-data residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut

homoskedastisitas dan jika varians berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat digunakan metode grafik *Scatterplot* yang dihasilkan. Apabila pada gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi adanya heterokedastisitas pada model regresi (Sunyoto,2013:69). Berikut terlihat pada gambar *scatterplot* di bawah ini sebagai berikut :



**Gambar 4.1**  
**Grafik *Scatterplot***

Dari gambar 4.1 yakni grafik *scatterplot* tersebut terlihat titik-titik data residual yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola

tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan dari uji asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain tidak terjadi heterokedastisitas pada data-data residual tersebut.

## 2. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai runs test. Pada hasil penelitian terlihat pada tabel 4.3 menghasilkan nilai runs test sebesar 0,993.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Autokorelasi (*Runs Test*)**

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-1875,45245
Cases < Test Value	12
Cases >= Test Value	13
Total Cases	25
Number of Runs	14
Z	,008
Asymp. Sig. (2-tailed)	,993

a. Median

Tidak terjadi Autokorelasi jika nilai runs test lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian nilai dari *asympt.sig* adalah  $0,993 > 0,05$ . Sehubungan dengan data-data residual lolos dari uji asumsi klasik, maka data-data residual tersebut dapat dimasukkan kedalam suatu model persamaan regresi linear berganda.

#### 4.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yakni ; *Current Ratio*, *Net Profit Margin* dan *Return on Equity* terhadap variabel dependen yakni ; harga saham pada industri kosmetik & keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2017–2021. Dilakukan dengan metode analisis regresi linier berganda, dimana pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien masing-masing variabel yang menggambarkan bentuk pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software SPSS 22.0* dapat dilihat hasil hitungannya pada tabel 4.4 dibawah ini.

**Tabel. 4.4**  
**Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
			Beta				
(Constant)	-428,735	4624,326		-,093	,927		
CR	12,616	11,440	,190	1,103	,283	,735	1,360
NPM	-60,622	127,754	-,096	-,475	,640	,531	1,883
ROE	172,271	44,329	,850	3,886	,001	,455	2,196

a. Dependent Variable: HSAHAM

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -428,735 + 12,616 X_1 + 60,622 X_2 - 172,271 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dimaknakan bahwa:



1. Nilai koefisien regresi atau  $a$  yang negatif =  $-428,735$ . Maknanya apabila semua variabel independen (*Current Ratio*, *Net Profit Margin* dan *Return on Equity*) dianggap konstan ( $0$ ), maka nilai saham sebesar  $428,735$ .
2. Nilai koefisien regresi *current ratio* ( $b_1$ ) yang positif sebesar  $12,616$ . Maknanya, apabila *current ratio* meningkat sebesar  $1$  (satuan) atau  $1\%$ , maka akan mengakibatkan peningkatan saham sebesar  $12,616$ .
3. Nilai koefisien regresi *net profit margin* ( $b_2$ ) yang negative =  $60,622$ . Maknanya, apabila *net profit margin* meningkat sebesar  $1$  (satuan) atau  $1\%$ , maka akan mengakibatkan penurunan harga saham sebesar  $60,622$ .
4. Koefisien regresi *return on equity* ( $b_3$ ) yang positif =  $172,271$ . Maknanya, apabila *return on equity* meningkat sebesar  $1$  (satuan) atau  $1\%$ , maka akan mengakibatkan peningkatan harga saham sebesar  $172,271$ .

#### 4.1.3 Uji Hipotesis

##### 1. Uji F

Uji simultan (uji-F) ini digunakan untuk melihat apakah variabel independent yaitu *current ratio* ( $X_1$ ), *net profit margin* ( $X_2$ ), *return on equity* ( $X_3$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu harga saham ( $Y$ ). Ini untuk menjawab hipotesis pertama (1) yang tertuang pada bab dua (2) terdahulu. Berdasarkan hasil olahan data pada penelitian menggunakan *software* SPSS 22.0 maka dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

**Tabel 4.5**  
**Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3189336528,763	3	1063112176,254	8,310	,001 <sup>b</sup>
1 Residual	2686645477,237	21	127935498,916		
Total	5875982006,000	24			

a. Dependent Variable: HSAHAM

b. Predictors: (Constant), ROE, CR, NPM

Tabel 4.5 diatas menunjukkan nilai dari  $F_{hitung}$  sebesar 8,310 dan nilai sig yang diperoleh sebesar 0,001. apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan maka  $H_a$  diterima atau signifikan. Dengan membandingkan hasil  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  maka didapat  $F_{hitung}$  sebesar 8,310. Sedangkan  $F_{tabel}$  didapat dari derajat kesalahan atau  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan, df penyebut adalah  $(n - k)$  dari tabel akan didapat  $F_{tabel} (\alpha = 5\%)$ ,  $df = 21$  ( $25 - 3 - 1 = 20$ ). Maka nilai  $F_{tabel}$  sebesar 27. Kemudian dibandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  maka didapat  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,310 < 27$  dan  $pro\ sig < \alpha$  ( $0,001 < 0,05$ )). Ini berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 2. Uji t

Uji parsial (uji-t) ini digunakan untuk melihat apakah *current ratio* ( $X_1$ ), *net profit margin* ( $X_2$ ), *return on equity* ( $X_3$ ), secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham ( $Y$ ). Ini untuk menjawab hipotesis kedua (2) yang tertuang pada bab dua (2) terdahulu

Jika  $t_{hitung} > t_{table}$  ( $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ ) maka dinyatakan terdapat pengaruh antar variabel independen yakni *current ratio*, *net profit*

*margin, return on equity* terhadap variabel dependen yakni harga saham .  
 Atau Jika nilai sig (signifikasi) < 0,05 (nilai signifikansi kecil dari 0,05)  
 maka terdapat pengaruh signifikan antar variable independen yakni *current ratio, net profit margin, return on equity* terhadap variabel dependen yakni harga saham. Berdasarkan hasil olahan data pada penelitian menggunakan *software SPSS 22.0* maka dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

**Tabel 4.6**  
**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-428,735	4624,326		-,093	,927		
CR	12,616	11,440	,190	1,103	,283	,735	1,360
NPM	-60,622	127,754	-,096	-,475	,640	,531	1,883
ROE	172,271	44,329	,850	3,886	,001	,455	2,196

a. Dependent Variable: HSAHAM

Dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha$  (dua arah) =  $0,05/2$  dan  $df$  (N-K-1) = 21 maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,079. Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Penjelasan *current ratio* ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 1,103 dan  $pro.sig$  sebesar 0,283. Kemudian bandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  ( 1,103 < 2,080 ) dan  $prop.sig$  (0,283) >  $\alpha$  (0,05). Maka dimaknakan bahwa secara parsial variabel *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

b. Penjelasan *net profit margin* ( $X_2$ )

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar -0,475 dan  $pro.sig$  sebesar 0,640. Kemudian bandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  (  $0,475 < 2,080$  ) dan  $prop.sig$  ( $0,640 > \alpha$  ( $0,05$ )). Maka dimaknakan bahwa secara parsial variabel *net profit margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Artinya  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak.

c. Penjelasan *return on equity* ( $X_3$ )

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 3,886 dan  $pro.sig$  sebesar 0,001. Kemudian bandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  (  $3,886 > 2,080$  ) dan  $prop.sig$  ( $0,001 < \alpha$  ( $0,05$ )). Maka dimaknakan bahwa secara parsial variabel *return on equity* berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*. Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.

#### 4.1.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Selanjutnya karena persamaan regresi linier berganda dari Y atas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$  telah ditentukan, maka untuk mencari besarnya pengaruh variabel independen yakni *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* terhadap variabel dependen (Y) yakni harga saham. Akan dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,737 <sup>a</sup>	,543	,477	11310,85757	1,390

a. Predictors: (Constant), ROE, CR, NPM

b. Dependent Variable: HSAHAM

Dari tabel diatas dapat dilihat Nilai R yaitu sebesar 0,737 atau 73,7% yang berarti menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat diantara variabel dependen dengan independen sebesar 73,7%. Dari tabel diatas juga dapat dilihat nilai koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 0,543 atau 54,3%. Ini bermakna variasi variabel dependen yakni harga saham yang bisa dijelaskan oleh variabel independen yaitu *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* sebesar 54,3%. Sedangkan sisanya 45,7% (100% - 54,3%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian

## 4.2 Pembahasan

Untuk mengimplementasikan rumusan masalah terdahulu yakni bagaimana pengaruh variabel *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity*, *net profit margin* secara simultan maupun secara parsial terhadap harga saham pada industri kosmetik & keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Maka dapat di paparkan sebagai berikut

#### 4.2.1 Pengaruh *Current ratio*, *Net profit margin* Dan *Return on equity*, *Net profit margin* Secara Simultan Terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yakni uji F (tabel 4.5) dari model persamaan regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel independen yakni ; *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yakni harga saham.. Hal ini terbukti dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 8,310 yang lebih kecil dari nilai  $F_{tabel}$  yaitu sebesar 27 serta nilai signya sebesar 0,001 atau lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Maksudnya bahwa variabel independen yakni *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada industri kosmetik & keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021.

Dengan demikian, maka hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa variabel *current ratio*, *net profit margin*, *return on equity* secara simultan mempunyai pengaruh terhadap harga saham pada industri kosmetik & keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021, tidak terbukti.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini juga di dukung oleh hasil hitungan tabel 4.7, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,543 bahwa besaran variabel independen dapat menjelaskan keterpengaruhannya terhadap variabel dependen sebesar 54,3%.



#### 4.2.2 Pengaruh *Current Ratio*, *Net Profit Margin* Dan *Return On Equity* Secara Parsial Terhadap Harga Saham

Pada sub bab pembahasan ini untuk menjawab rumusan masalah kedua (2) dan hipotesis kedua (2), yang mana dilakukan pengujian statistik atau uji parsial dengan uji-t. Adapun untuk membahas rumusan masalah tersebut dapat terjabarkan sebagai berikut :

##### 1. Pengaruh *current ratio* terhadap harga saham.

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari *current ratio* sebesar 1,103 dan nilai sig 0,283. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,079. Kemudian dibandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ , maka dapat dimaknakan *current ratio* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,103 < 2,080$ ) dan nilai signifikansi  $0,283 < \alpha(0,05)$ . Implementasi hipotesis ;  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kenaikan *current ratio* tidak akan mengakibatkan peningkatan terhadap harga saham dari perusahaan. Menurut Sutrisno, (2011:43) bahwa *Current Ratio* menunjukkan sejauh mana aktiva lancar memenuhi kewajiban-kewajiban lancar, sehingga semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan utang lancar semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya.

##### 2. Pengaruh *net profit margin* terhadap harga saham.

Dari hasil perhitungan uji t pada tabel 4.6 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari *net profit margin* sebesar -0,475 dan nilai sig 0,640. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,079. Kemudian dibandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$

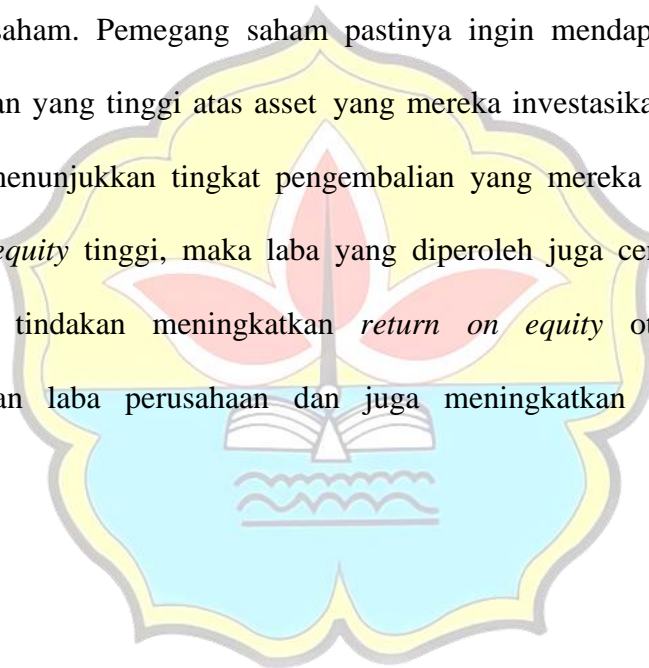
, maka dapat dimaknakan *net profit margin* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,475 > 2,080$ ) dan nilai signifikansi  $0,640 > \alpha(0,05)$ . Implementasi hipotesis ;  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Peningkatan *net profit margin* akan mengakibatkan peningkatan Harga Saham. Menurut Riyanto, (2010:133). Rasio ini mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. *Net profit margin* sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. Sehingga peningkatan dari *net profit margin* dapat meningkatkan value dari perusahaan dan sekaligus dapat menaikkan harga saham perusahaan itu sendiri.

### 3. Pengaruh *return on equity* terhadap harga saham.

Dari hasil perhitungan uji t pada tabel 4.6 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  *return on equity* sebesar 3,886 dan nilai sig 0,001. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,079. Kemudian dibandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ , maka dapat dimaknakan *return on equity* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,886 > 2,080$ ) dan nilai signifikansi  $0,001 > \alpha(0,05)$ . Implementasi hipotesis ;  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Apabila *return on equity* tinggi maka akan mengakibatkan perusahaan mengalami peningkatan dalam memperoleh laba. Sehingga *value* perusahaan akan meningkat dan ini akan mengakibatkan harga saham

yang didapat akan menjadi naik. Hasil penelitian ini sependapat dengan yang dilakukan oleh Perdana (2021) berpendapat bahwa perubahan *return on equity* akan membawa dampak Harga Saham dan *return on equity* berhubungan positif terhadap harga saham.

Menurut Husnan (2015:128) apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat maka harga saham akan meningkat. Dengan kata lain profitabilitas akan meningkatkan harga saham. Menurut Brigham (2010:133) *Return on equity* adalah rasio yang paling penting bagi pemegang saham. Pemegang saham pastinya ingin mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi atas asset yang mereka investasikan dan *Return on equity* menunjukkan tingkat pengembalian yang mereka peroleh. Jika *Return on equity* tinggi, maka laba yang diperoleh juga cenderung akan tinggi dan tindakan meningkatkan *return on equity* otomatis akan meningkatkan laba perusahaan dan juga meningkatkan harga saham perusahaan.



## B A B V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa variabel *current ratio* dan *net profit margin* secara simultan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021 dan hanya variabel *return on equity* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
2. Bahwa secara parsial variabel independen yakni *current ratio* dan *net profit margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 dan hanya variabel *return on equity* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

#### 5.2. Saran

Bertolak dari hasil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, maka dapat memberikan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian sebagai berikut :

1. Bagi pihak perusahaan, agar dapat mempertahankan dan meningkatkan nilai *Return on Equity* karena memiliki nilai yang tinggi, investor aowj memandang bahwa perusahaan memiliki prospek keuntungan yang baik di masa yang akan datang. Sehingga permintaan saham akan naik dan meningkatkan harga saham perusahaan
2. Bagi investor atau calon investor yang akan melakukan investasi, dari hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi sehubungan dengan investasi yang akan di lakukan di perusahaan Industri Kosmetik dan Perlengkapan Rumah Tangga.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alexano, Poppy. 2012. *Manajemen Keuangan*. Laskar Askara. Jakarta
- Ang, Robert, 2013, *Manajemen Keuangan, Teori dan Aplikasi*, Salemba Empat, Jakarta
- Algifari. 2013. *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta
- Baraja Shara Ibrahim, *Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat Di BEI Tahun 2012-2015*, e-Jurnal OJS, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2016
- Darmadji, Tjiptono, M. Hendy. 2011. *Pasar Modal Di Indonesi*, Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta
- Darsono dan Ashari. 2015. *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Andi. Yogyakarta
- Fahmi, Irham. 2012. *Pengantar Manajemen Keuangan; Teori dan Soal Jawab*. ALFABETA. Bandung
- . 2012. *Manajemen Investasi; Teori dan Soal Jawab*. Salemba Empat. Jakarta
- Fakhrudin, 2013., *Manajemen Keuangan*, Edisi Kelima, Liberty, Jakarta
- Ghozali Imam, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Hartanti Eni, Surya Perdana, 2020, *Pengaruh OPM, ROE dan ROA terhadap harga Saham Pada Perusahaan Lembaga Pembiayaan Di Indonesia*, Jurnal Sosio-E Kons, Vol 9 No 1 Hal 79-85, 1 April 2020.
- Hastuti Diana, 2021, *Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Keuangan Dan Perbankan Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020*, e-Jurnal OJS Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2021
- Husnan, Suad, 2015, *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*, Yogyakarta, UPP STIM YKPN.
- Ifada Luluk Muhimatul, Puspitasari Tiara, 2020, *Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham*, Jurnal Akuntansi dan Auditing Vol 13 No 1 Hal 97-108 tahun 2020



- Jogianto, 2013, *Teori Portofolio Suatu Konsep*, Edisi Keempat, BPFE UGM, Yogyakarta,
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. Jakarta
- Kasmir dan Jakfar. 2013. *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2012. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Erlangga. Jakarta
- Martono dan Harjito, Agus . 2015. *Manajemen Keuangan* .Ekonisia. Yogyakarta
- Munawir .S. 2014. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta
- Nilasari, Irma dan Wiludjeng, Sri. 2016. *Pengantar Bisnis*. Graha ilmu. Yogyakarta
- Priyatno, Duwi. 2013. *Seri CD Software Olah Data Statistik Dengan Program SPSS Alternatif SPSS*. MediaKom. Yogyakarta
- Umar, 2011, *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Bisnis*, Edisi Keempat, Liberty, Yogyakarta.
- Riyanto, Bambang. 2012. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE. Yogyakarta
- Sartono, Agus, 2010, *Manajemen Keuangan*, Edisi Keenam, BPE UGM, Yogyakarta
- Sugiyono, Arief dan Untung, Edy. 2013. *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Grasindo. Jakarta
- \_\_\_\_\_ 2016, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Liberty, Bandung.
- Sunjoyo, dkk. 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. ALFABETA. Bandung
- Sunyoto, Danang. 2013. *Analisis Laporan Keuangan untuk Bisnis*. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta
- Syarifah, Siti, 2021, *Pengaruh Rasio Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020*, E-Jurnal EMBA, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tahun 2021
- Priyatno, Agus, 2013, *Statistik Inferensial untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.

Perdana Surya Perdana, Eni Hartanti, 2020 *Pengaruh OPM, ROE Dan ROA Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Lembaga Pembiayaan di Indonesia*, Jurnal Sosio-E-Kons, Vol 9 No1, Hal 79-85, 1 April 2020

Vibby, Widi, 2014, *Cara Mudah bertransaksi di Pasar Modal*, Edisi Best Seller, PT Gramedia, Jakarta.

Widoatmojo, Sawidji, 2016, *Teori Portofolio dan Aplikasi*, Edisi Keenam Ganesha, Bandung.

Mariani Ni Luh Lina, Yudiaatmaja Fridayana, Yulianthini Ni Nyoman, 2016, *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen, Vol 4, Tahun 2016*, UPG

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



**LAMPIRAN I**  
**DATA PENELITIAN**

No.	Kode Emiten	Tahun	<i>Current Ratio</i>	<i>Net Profit Margin</i>	<i>Return on Equity</i>	Harga saham
1.	ADES	2017	120	5	9	885
		2018	139	7	11	920
		2019	200	11	15	1.045
		2020	297	20	19	1.460
		2021	251	28	27	3.290
2.	MBTO	2017	206,30	-3,38	-5,98	135
		2018	163,34	-22,71	-37,98	126
		2019	124,78	-12,45	-28,47	94
		2020	61,66	-68,37	-34,45	126
		2021	75,17	-71,12	-33,70	146
3.	MRAT	2017	359,75	0,68	0,64	206
		2018	311,02	0,41	0,34	179
		2019	288,75	0,22	0,18	153
		2020	220,93	2,28	2,12	169
		2021	213,03	0,11	0,10	276
4.	TCID	2017	491,32	5,82	8,48	17.900
		2018	575,91	7,42	9,97	17.250
		2019	548,79	4,68	6,49	11.000
		2020	922,17	3,45	3,68	6.475
		2021	812,81	4,13	4,20	5.350
5.	UNVR	2017	63,37	17,00	135,40	55.900
		2018	74,77	21,79	120,21	45.400
		2019	65,29	17,22	139,97	42.000
		2020	66,09	16,67	145,09	7.350
		2021	61,41	14,46	132,29	4.110

**LAMPIRAN II**  
**HASIL OUTPUT SPSS**

**UJI NORMALITAS**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	10580,3384422
Most Extreme Differences	Absolute	,268
	Positive	,163
	Negative	-,268
Kolmogorov-Smirnov Z		1,342
Asymp. Sig. (2-tailed)		,054

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**UJI MULTIKOLINEARITAS**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-428,735	4624,326		-,093	,927		
CR	12,616	11,440	,190	1,103	,283	,735	1,360
NPM	-60,622	127,754	-,096	-,475	,640	,531	1,883
ROE	172,271	44,329	,850	3,886	,001	,455	2,196

a. Dependent Variable: HSAHAM

## UJI AUTOKORELASI

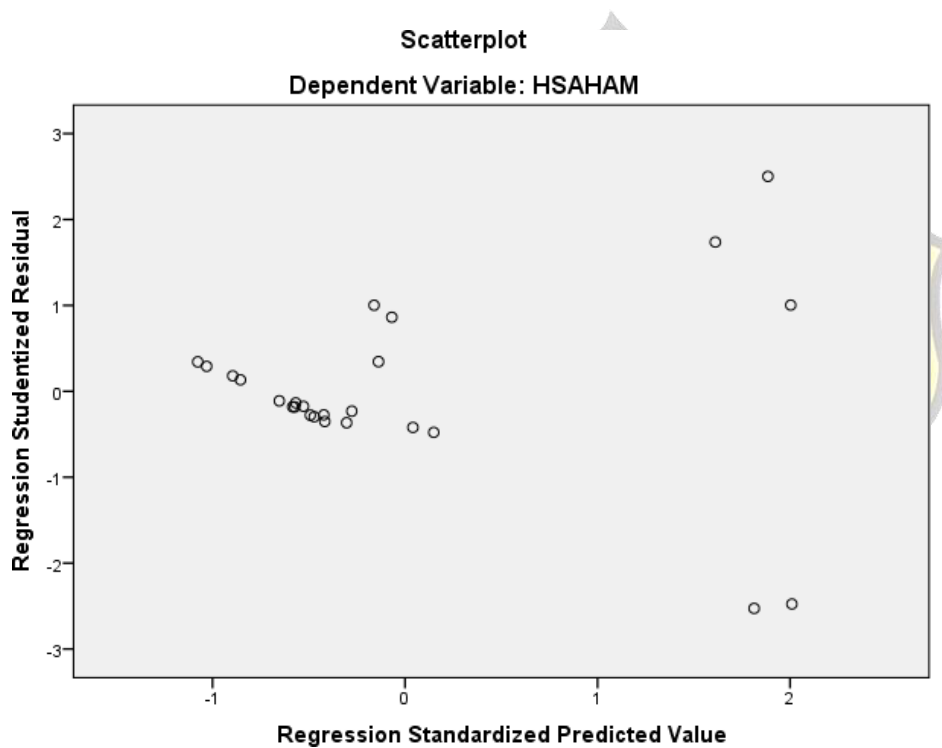
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,737 <sup>a</sup>	,543	,477	11310,85757	1,390

a. Predictors: (Constant), ROE, CR, NPM

b. Dependent Variable: HSAHAM

## UJI HETEROSKEDASTISITAS



## REGRESI LINEAR BERGANDA

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-428,735	4624,326		-,093	,927		
CR	12,616	11,440	,190	1,103	,283	,735	1,360
NPM	-60,622	127,754	-,096	-,475	,640	,531	1,883
ROE	172,271	44,329	,850	3,886	,001	,455	2,196

a. Dependent Variable: HSAHAM

## UJI t ( PARSIAL )

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-428,735	4624,326		-,093	,927		
CR	12,616	11,440	,190	1,103	,283	,735	1,360
NPM	-60,622	127,754	-,096	-,475	,640	,531	1,883
ROE	172,271	44,329	,850	3,886	,001	,455	2,196

a. Dependent Variable: HSAHAM



## UJI f ( SIMULTAN )

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	3189336528,76 3	3	1063112176,25 4	8,310	,001 <sup>b</sup>
Residual	2686645477,23 7	21	127935498,916		
Total	5875982006,00 0	24			

a. Dependent Variable: HSAHAM

b. Predictors: (Constant), ROE, CR, NPM

