

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah *Firm Size*, *Price Earning Ratio* (PER) dan *Return* saham. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor *Makanan dan Minuman* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018, dengan data diperoleh secara sekunder yang dipublikasikan oleh *website* Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan *website* masing-masing perusahaan yang menjadi objek penelitian.

3.1.1 Sejarah Bursa Efek Indonesia

Bursa efek atau pasar modal merupakan salah satu bursa saham yang dapat memberikan peluang investasi dan sumber pembiayaan dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. Bursa efek berperan dalam upaya mengembangkan para pemodal lokal yang besar dan solid untuk menciptakan pasar modal Indonesia yang stabil.

Pasar modal di Indonesia telah hadir jauh sebelum Indonesia Merdeka, yaitu telah hadir sejak jaman pemerintahan kolonial Belanda yang tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC. Meskipun begitu, akan tetapi pertumbuhan dan perkembangan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan mengalami kevakuman dalam beberapa periode kegiatan, dikarenakan berbagai faktor seperti perang dunia ke I dan ke II, perpindahan kekuasaan Pemerintahan Kolonial Belanda kepada Pemerintahan Republik

Indonesia, serta berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek dapat berjalan sebagaimana mestinya.

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

Tabel 3.1
Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia

Desember 1912	: Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda.
1914 – 1918	: Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I.
1925 – 1942	: Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya.
Awal Tahun 1939	: Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup.
1942 – 1952	: Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II.
1956 – 1977	: Perdagangan di Bursa Efek vakum.
10 Agustus 1977	: Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Tanggal 10 Agustus diperingati sebagai HUT Pasar Modal. Pengaktifan kembali pasar modal ini juga di tandai dengan <i>go public</i> PT. Semen Cibinong sebagai emiten pertama.
1977 – 1987	: Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrument perbankan dibandingkan instrumen pasar modal.
1987	: Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 87 (PAKDES87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modalnya di Indonesia.
1988 – 1990	: Paket deregulasi di bidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat.
2 Juni 1988	: Bursa Pararel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek

	(PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer.
Desember 1988	: Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk <i>go public</i> dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal.
16 Juni 1989	: Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT. Bursa Efek Surabaya.
13 Juli 1992	: Swastansi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ.
22 Mei 1995	: System Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan system computer JATS (<i>Jakarta Automated Trading Systems</i>).
10 November 1995	: Pemerintah mengeluarkan Undang-undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-undang ini diberlakukan mulai Januari 1996.
1995	: Bursa Pararel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya.
2000	: Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (<i>scripless trading</i>) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia.
2002	: BEJ mulai mengaplikasikan system perdagangan jarak jauh (<i>remote trading</i>).
2007	: Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).
2 Maret 2009	: Peluncuran perdana system perdagangan baru PT. Bursa Efek Indonesia, JATS-NextG .

Sumber: www.idx.co.id

3.1.2 Gambaran Umum Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1. PT. Akasha Wira Internasional Tbk. (ADES)

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ADES adalah industri air minum dalam kemasan, industri roti dan kue, kembang gula, makaroni, kosmetik dan perdagangan besar. Kegiatan utama Akasha International adalah bergerak dalam bidang usaha pengolahan dan distribusi air minum dalam

kemasan (merek Nestle Pure Life dan Vica) serta perdagangan besar produk-produk kosmetika. Produksi air minum dalam kemasan secara komersial dimulai pada tahun 1986, sedangkan perdagangan produk kosmetika dimulai pada tahun 2010 dan produksi produk kosmetika dimulai pada tahun 2012. Pabrik pengolahan air minum dalam kemasan berlokasi di Jawa Barat dan pabrik produk kosmetik berlokasi di Pulogadung.

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

2. PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. (CEKA)

Wilmar Cahaya Indonesia Tbk merupakan perusahaan dibawah Grup Wilmar International Limited. Wilmar International Limited adalah sebuah perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Singapura.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CEKA meliputi bidang industri makanan berupa industri minyak nabati (minyak kelapa sawit beserta produk-produk turunannya), biji tengkawang, minyak tengkawang dan minyak nabati spesialitas untuk industri makanan & minuman; bidang perdagangan lokal, ekspor, impor, dan berdagang hasil bumi, hasil hutan, berdagang barang-barang keperluan sehari-hari. Saat ini produk utama yang dihasilkan CEKA adalah *Crude Palm Oil* (CPO) dan *Palm Kernel* serta turunannya.

Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (sebelumnya Cahaya Kalbar Tbk) (CEKA) didirikan 03 Februari 1968 dengan nama CV. Tjahaja Kalbar dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1971. Kantor pusat CEKA terletak di Kawasan Industri Jababeka II Jl. Industri Selatan 3 Blok GG No.1 Cikarang, Bekasi 17550, Jawa Barat – Indonesia, sedangkan lokasi pabrik terletak di Kawasan Industri Jababeka, Cikarang, Jawa Barat dan Pontianak, Kalimantan Barat.

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

3. PT. Delta Djakarta Tbk. (DLTA)

PT. Delta Djakarta Tbk adalah perusahaan bir terbesar di Indonesia. PT Delta Djakarta adalah produsen dan distributor beberapa merek bir terbaik di dunia di bawah merek dagang Anker, Carlsberg, San Miguel, dan Kuda Putih. Perusahaan ini juga merupakan figur kunci dalam pasar minuman non-alkohol di Indonesia dengan mereknya Sodaku dan Soda *Ice*.

Sejak didirikan pada tahun 1932 oleh perusahaan Jerman Archipel Brouwerij NV, kepemimpinan PT Delta Djakarta telah berpindah tangan berkali-kali. Pada Perang Dunia II, kendali perusahaan diserahkan kepada sebuah perusahaan Belanda sebelum diturunkan ke sebuah perusahaan Jepang pada tahun 1942. Tiga tahun kemudian, Belanda menguasai perusahaan ini kembali.

Pada tahun 1970, perusahaan mengambil nama PT Delta Djakarta, dan pada tahun 1984 menjadi bagian dari generasi pertama dari perusahaan di Indonesia yang go public dan menjual saham di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya. Sampai saat ini, pemegang saham utama PT Delta Djakarta adalah Pemerintah Kota Jakarta dan San Miguel Malaysia (L) *Private Limited*. Pabrik berlokasi di Jalan Inspeksi Tarum Barat, Bekasi Timur dan Jawa Barat.

Produk-produk dari perusahaan ini antara lain adalah Anker Beer, Anker Stout, Kuda Putih, Carlsberg Beer, Soda *Ice*, Sodaku, San Miguel *Beer*, dan San Mig *Light*.

4. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (ICBP)

Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) didirikan 02 September 2009 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1 Oktober 2009. ICBP merupakan hasil pengalihan kegiatan usaha Divisi Mi Instan dan Divisi Penyedap Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), pemegang saham pengendali.

Induk usaha dari Indofood CBP Sukses Makmur Tbk adalah INDF, dimana INDF memiliki 80,53% saham yang ditempatkan dan disetor penuh ICBP, sedangkan induk usaha terakhir dari ICBP adalah *First Pacific Company Limited* (FP), Hong Kong.

Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan ICBP terdiri dari, antara lain, produksi mi dan bumbu penyedap, produk makanan kuliner, biskuit, makanan ringan, nutrisi dan makanan khusus, kemasan, perdagangan, transportasi, pergudangan dan pendinginan, jasa manajemen serta penelitian dan pengembangan.

Merek-merek yang dimiliki Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, antara lain: untuk produk Mi Instan (Indomei, Supermi, Sarimi, Sakura, Pop Mie, Pop Bihun dan Mi Telur Cap 3 Ayam), *Dairy* (Indomilk, Enaak, Tiga Sapi, Kremer, Orchid *Butter*, Indoeskrim dan Milkuat), penyedap makan (bumbu Racik, Freiss, Sambal Indofood, Kecap Indofood, Maggi, Kecap Enak Piring Lombok, Bumbu Spesial Indofood dan Indofood Magic Lezat), Makanan Ringan (Chitato, Chiki, JetZ, Qtela, Cheetos dan Lays), nutrisi dan makanan khusus (Promina, Sun, Govit dan Provita).

Pada tanggal 24 September 2010, ICBP memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham ICBP (IPO) kepada masyarakat sebanyak 1.166.191.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp5.395,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 07 Oktober 2010.

5. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF)

Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) didirikan tanggal 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1990. Pabrik dan perkebunan INDF dan anak usaha berlokasi di berbagai tempat di pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan Malaysia.

Induk usaha dari Indofood Sukses Makmur Tbk adalah CAB Holding Limited (miliki 50,07% saham INDF), Seychelles, sedangkan induk usaha terakhir dari

Indofood Sukses Makmur Tbk adalah *First Pacific Company Limited* (FP), Hong Kong.

Saat ini, Perusahaan memiliki anak usaha yang juga tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), antara lain: Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDF antara lain terdiri dari mendirikan dan menjalankan industri makanan olahan, bumbu penyedap, minuman ringan, kemasan, minyak goreng, penggilingan biji gandum dan tekstil pembuatan karung terigu.

Indofood telah memiliki produk-produk dengan merek yang telah dikenal masyarakat, antara lain mi instan (Indomie, Supermi, Sarimi, Sakura, Pop Mie, Pop Bihun dan Mi Telur Cap 3 Ayam), dairy (Indomilk, Cap Enaak, Tiga Sapi, Indomilk Champ, Calci Skim, Orchid Butter dan Indoeskrim), makan ringan (Chitato, Lays, Qtela, Cheetos dan JetZ), penyedap makan (Indofood, Piring Lombok, Indofood Racik dan Maggi), nutrisi & makanan khusus (Promina, SUN, Govit dan Provita), minuman (Ichi Ocha, Tekita, Caféla, Club, 7Up, Tropicana Twister, Fruitamin, dan Indofood Freiss), tepung terigu & Pasta (Cakra Kembar, Segitiga Biru, Kunci Biru, Lencana Merah, Chesa, La Fonte), minyak goreng dan mentega (Bimoli dan Palmia).

Pada tahun 1994, INDF memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham INDF (IPO) kepada masyarakat sebanyak 21.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga

penawaran Rp6.200,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 14 Juli 1994.

6. PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI)

PT. Multi Bintang Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri minuman bir di Indonesia. Perusahaan ini pertama kali didirikan dengan nama NV Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen pada tanggal 3 Juni 1929 di Medan, Sumatera Utara. Produsen bir ini awalnya memulai operasionalnya di sebuah pabrik yang terletak di Surabaya, Jawa Timur. Pada tahun 1936, saham mayoritas perusahaan ini dipegang oleh salah satu perusahaan pembuat bir terkemuka bernama Heineken NV. Pada tahun yang sama perusahaan juga memindahkan kantor pusat di Surabaya. Perusahaan mulai berganti nama menjadi Heineken's Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen Maatschappij NV sejak tahun 1951. Nama PT. Multi Bintang Indonesia Tbk mulai dipakai secara resmi oleh perusahaan sejak tahun 1982. Pada tahun yang sama perusahaan juga mulai merubah status perusahaan menjadi perusahaan terbuka dengan berhasil mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia.

Perusahaan ini telah menjadi produsen bir yang merupakan minuman beralkohol yang dihasilkan dari proses fermentasi dari gandum (malt), bunga betina (hop) serta air yang dibantu oleh ragi *Saccharomyces Carlsbergensis* (S.Uvarum). Produk-produk yang dihasilkan mengandung alkohol sebesar kurang dari 5% yang telah diterima oleh konsumen Indonesia, orang-orang asing atau ekspatriat yang bermukim di Indonesia serta telah dikenal secara internasional hingga ke Belanda, Jepang dan beberapa negara lainnya. Produk Multi Bintang Indonesia

yang terkenal sebagai Bir Indonesia ini telah beredar dengan berbagai merek terkenal yakni Bir Bintang, Bintang Zero, Heineken, Guinness, dan GreenSands.

Dengan mengacu pada visi perusahaan yaitu "Menjadi perusahaan bir yang terkemuka dan bertanggung jawab", Multi Bintang Indonesia telah mengoperasikan beberapa pabrik yang terletak di Sampang Agung (Mojokerto) dan Tangerang. Selain itu, perusahaan juga berkembang dengan bantuan anak perusahaan PT Multi Bintang Indonesia Niaga yang telah berkontribusi dalam distribusi ke semua kota besar yang tersebar di seluruh Indonesia. Saat ini, Multi Bintang Indonesia merupakan salah satu anggota dari jaringan industri bir Asia Pasifik yakni Asia Pacific Breweries Limited (APB). APB ini juga merupakan jaringan regional dari Heineken yang berpusat di Singapura. Jaringan ini telah beroperasi di 25 pabrik pembuatan bir yang berada di 14 negara yang meliputi Singapura, Kamboja, China, Laos, Malaysia, Mongolia, New Caledonia, Selandia Baru, Papua Nugini, Kepulauan Solomon, Sri Lanka, Thailand, dan Vietnam termasuk Indonesia.

7. PT. Mayora Indah Tbk. (MYOR)

PT. Mayora Indah Tbk. (Perseroan) didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertama berlokasi di Tangerang dengan target *market* wilayah Jakarta dan sekitarnya. Kantor Pusat PT. Mayora Indah saat ini yang berlokasi di Gedung Mayora lantai 8, Jl. Tomang Raya 21-23 Jakarta Barat. Perseroan menjadi perusahaan Publik pada tahun 4 Juli 1990, yang dicatatkan pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Saat ini, PT. Mayora Indah Tbk. dan entitas anak memproduksi serta secara umum mengklasifikasikan produk yang

dihasilkannya kedalam 6 (enam) divisi, yaitu divisi biskuit, divisi kembang gula, divisi wafer, divisi coklat, divisi kopi dan divisi makanan kesehatan. PT. Mayora Indah Tbk. Telah membuktikan dirinya sebagai salah satu produsen makanan berkualitas tinggi dan telah mendapatkan banyak penghargaan baik Nasional maupun Internasional, adapun visi dan misi dari Perseroan tersebut adalah menjadi produsen makanan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis, dapat memperoleh laba bersih operasi diatas rata-rata industri dan memberikan *value added* yang baik bagi seluruh *stakeholders* perseroan, dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan Negara dimana perseroan berada.

8. PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. (ROTI)

Nippon Indosari Corpindo Tbk. merupakan salah satu perusahaan roti dengan merek dagang Sari Roti terbesar di Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1995 sebagai sebuah perusahaan penanaman modal asing dengan nama PT Nippon Indosari Corporation. Perkembangan perusahaan ini semakin meningkat dengan semakin meningkatnya permintaan konsumen. Sehingga perseroan mulai meningkatkan kapasitas produk dengan menambahkan dua lini produksi, yakni roti tawar dan roti manis sejak tahun 2001.

Hal ini seiring dengan pembukaan pabrik baru yang mulai merambah hingga Pasuruan, Jawa Timur pada tahun 2005. Tak hanya sampai di situ, perusahaan semakin gencar untuk melebarkan sayap usaha-nya dengan membuka pabrik ketiga yang berlokasi di Cikarang, Jawa Barat pada tahun 2008.

Sejak tanggal 28 Juni 2010 perseroan telah melakukan Penawaran Umum Perdana dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bisnis roti yang dijalani perusahaan ini semakin berkembang, dengan ini perusahaan semakin giat melakukan pembangunan pabrik baru di beberapa tempat, seperti pembangunan tiga pabrik sekaligus di Semarang (Jawa Tengah), Medan (Sumatera Utara), dan Cikarang (Jawa Barat) pada tahun 2011 serta pembangunan dua pabrik di Palembang (Sumatera Selatan) dan Makassar (Sulawesi Selatan).

Pada tahun 2006, perseroan ini telah berhasil mendapatkan sertifikat HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*) yang merupakan sertifikat jaminan keamanan pangan sebagai bukti komitmen Perseroan dalam mengedepankan prinsip 3H (Halal, *Healthy*, *Hygienic*) pada setiap produk Sari Roti. Produk Sari Roti juga telah terdaftar melalui Badan BPOM Indonesia dan memperoleh sertifikat Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Tak hanya itu PT Nippon Indosari Corporindo Tbk. juga telah berhasil memperoleh beberapa penghargaan, di antaranya *Top Brands* sejak tahun 2009 hingga 2011, *Top Brand for Kids* sejak tahun 2009 hingga 2012 *Marketing Awards* 2010, *Indonesia Original Brands* 2010, *Investor Award* 2012, penghargaan dari Forbes Asia dan beberapa penghargaan lainnya.

Beberapa produk Sari Roti antara lain Roti Tawar Spesial 6 *Slices*, Roti Tawar Keju, *Sandwich* Isi Coklat, *Sandwich* Isi Krim *Peanut*, *Chiffon Cup cake* Strawberry, *Chiffon Cup cake* Pandan, *Chiffon Cup cake* Coklat, Roti Isi *Mix Fruit*, Roti Isi Krim Coklat Vanilla, Roti Isi Krim Coklat, Roti Isi Krim Keju, dan beberapa varian produk lainnya. Dengan tetap dijaga-nya komitmen Sari Roti

dalam proses produksi mulai dari tahap pemilihan bahan-bahan yang berkualitas, tahap pemrosesan hingga pendistribusian yang dilakukan secara profesional dengan bantuan tenaga-tenaga ahli di bidang-nya membuat Sari Roti selalu menjadi makanan pilihan bagi keluarga Indonesia.

9. PT. Sekar Bumi Tbk. (SKBM)

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SKBM adalah dalam bidang usaha pengolahan hasil perikanan laut dan darat, hasil bumi dan peternakan. Sekar Bumi memiliki 2 divisi usaha, yaitu hasil laut beku nilai tambah (udang, ikan, cumi-cumi, dan banyak lainnya) dan makanan olahan beku (dim sum, udang berlapis tepung roti, bakso seafood, sosis, dan banyak lainnya). Selain itu, melalui anak usahanya, Sekar Bumi memproduksi pakan ikan, pakan udang, mete dan produk kacang lainnya. Produk-produk Sekar Bumi dipasarkan dengan berbagai merek, diantaranya SKB, Bumifood dan Mitraku. Tanggal 18 September 1995, SKBM memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SKBM (IPO) kepada masyarakat. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 05 Januari 1993. Kemudian sejak tanggal 15 September 1999, saham PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) dihapus dari daftar Efek Jakarta oleh PT Bursa Efek Jakarta (sekarang PT Bursa Efek Indonesia / BEI). Pada tanggal 24 September 2012, SKBM memperoleh persetujuan pencatatan kembali (relisting) efeknya oleh PT Bursa Efek Indonesia, terhitung sejak tanggal 28 September 2012.

10. PT. Sekar Laut Tbk. (SKLT)

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SKLT meliputi bidang industri pembuatan kerupuk, saos tomat, sambal, bumbu masak dan makan ringan serta menjual produknya di dalam negeri maupun di luar negeri. Produk-produknya dipasarkan dengan merek FINNA.

Pada tahun 1993, SKLT memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SKLT (IPO) kepada masyarakat sebanyak 6.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp4.300,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 08 September 1993.

11. PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk. (ULTJ)

Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) didirikan tanggal 2 Nopember 1971 dan mulai beroperasi secara komersial pada awal tahun 1974. Kantor pusat dan pabrik Ultrajaya berlokasi di Jl. Raya Cimareme 131 Padalarang – 40552, Kab. Bandung Barat.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk, antara lain: PT Prawirawidjaja Prakarsa (21,40%), Tuan Sabana Prawirawidjaja (14,66%), PT Indolife Pensiontana (8,02%), PT AJ Central Asia Raya (7,68%) dan UBS AG Singapore Non-Treaty Omnibus Acco (Kustodian) (7,42%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Ultrajaya bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman, dan bidang perdagangan. Di bidang minuman Ultrajaya memproduksi rupa-rupa jenis minuman seperti susu

cair, sari buah, teh, minuman tradisional dan minuman kesehatan, yang diolah dengan teknologi UHT (Ultra High Temperature) dan dikemas dalam kemasan karton aseptik. Di bidang makanan Ultrajaya memproduksi susu kental manis, susu bubuk, dan konsentrat buah-buahan tropis. Ultrajaya memasarkan hasil produksinya dengan cara penjualan langsung (direct selling), melalui pasar modern (modern trade). Penjualan langsung dilakukan ke toko-toko, P&D, kios-kios, dan pasar tradisional lain dengan menggunakan armada milik sendiri. Penjualan tidak langsung dilakukan melalui agen/ distributor yang tersebar di seluruh wilayah kepulauan Indonesia. Perusahaan juga melakukan penjualan ekspor ke beberapa negara.

Merek utama dari produk-produk Ultrajaya, antara lain: susu cair (Ultra Milk, Ultra Mimi, Susu Sehat, Low Fat Hi Cal), teh (Teh Kotak dan Teh Bunga), minuman kesehatan dan lainnya (Sari Asam, Sari Kacang Ijo dan Coco Pandan Drink), susu bubuk (Morinaga, diproduksi untuk PT Sanghiang Perkasa yang merupakan anak usaha dari Kalbe Farma Tbk (KLBF)), susu kental manis (Cap Sapi) dan konsentrat buah-buahan (Ultra).

Pada tanggal 15 Mei 1990, UL TJ memperoleh izin Menteri Keuangan Republik Indonesia untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham UL TJ (IPO) kepada masyarakat sebanyak 6.000.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp7.500,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 2 Juli 1990.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah sendiri berarti kegiatan penelitian tersebut didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan pendekatan *survey* pada perusahaan manufaktur sub sektor *Makanan dan Minuman* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Metode deskriptif analisis merupakan metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek penelitian yang diteliti menurut sampel atau data yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2010).

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2007:2) variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Sesuai dengan penelitian yang penulis pilih, yaitu “Pengaruh *Firm Size* dan *Price Earning Ratio* (PER) terhadap *Return Saham*” maka terdapat 3 (tiga) variabel yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen (bebas) dan 1 (satu) variabel dependen (terikat) yang di definisikan sebagai berikut:

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut juga sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut juga sebagai variabel

bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2012:39).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Firm Size* sebagai X_1 dengan menggunakan Indikator *Ln Total asset* dan *Price Earnung Ratio* (PER) sebagai X_2 dengan menggunakan Indikator *market price per share* dengan *earning per share* (EPS).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel ini sering disebut juga sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:39).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Return Saham* dengan menggunakan indikator selisih harga saham saat ini dengan harga saham sebelumnya dibagi dengan harga saham periode sebelumnya.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Formula Perhitungan	Skala
1	2	3	4	5
<i>Firm Size</i> (X_1)	Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Brigham & Houston,	Total <i>asset</i>	<ul style="list-style-type: none"> <i>ln of total assets</i> 	Rasio

	diterjemahkan oleh Ali Akbar (2010:4)			
PER (X_2)	Merupakan suatu besaran angka yang biasa digunakan dalam analisa fundamental keuangan perusahaan. Angka ini biasa digunakan untuk memprediksi valuasi harga suatu saham dan rasio yang menunjukkan berapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan dari earnings Jogiyanto (2009:145).	Perbandingan antara <i>market per share</i> dengan <i>earning per share</i> (Fahmi, 2012:83).	<ul style="list-style-type: none"> • Harga perlembar saham • Laba Per Lembar Saham 	Rasio
<i>Return Saham</i> (Y)	<i>Return</i> atau tingkat pengembalian adalah selisih antara jumlah yang diterima dan jumlah yang di investasikan (Brigham dan Houston, diterjemahkan oleh Ali Akbar 2010:215).	<i>Capital Gain/Loss</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Saham / Investasi Veriode Sekarang • Harga Saham / Investasi Veriode Lalu (tahun sebelumnya) 	Rasio

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder baik finansial maupun non finansial sebagai berikut:

1. Data finansial

Data finansial merupakan data yang berbentuk khusus dari data kuantitatif yang berisi tentang informasi finansial atau keuangan. Dalam penelitian ini penulis mengambil data finansial berupa angka-angka meliputi nilai rasio yaitu *Earning Per Share* (PER).

2. Data non finansial

Data non finansial adalah data yang berbentuk kalimat variabel yang bukan merupakan simbol atau angka bilangan. Biasanya data non finansial berupa gambaran perusahaan secara umum. Sumber data non finansial yang digunakan merupakan data sekunder, yang sumbernya tidak di dapatkan secara langsung misalnya melalui orang lain atau dokumen. Dalam penelitian ini yang diambil adalah data sekunder yang berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sub sektor *Makanan dan Minuman* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Daftar perusahaan yang terdaftar dalam sub sektor *Makanan dan Minuman* selama periode 2018-2018 sebanyak 20 (dua puluh) perusahaan.

Berikut adalah data perusahaan sub sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018 :

Tabel 3.3

Populasi Penelitian

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
1.	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk.	13 Juni 1994
2.	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.	11 Juni 1997
3.	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk.	10 Juli 2012

4.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.	19 Des 2017
5.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	9 Juli 1996
6.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.	5 Mei 2017
7.	DAVO	Davomas Abadi Tbk.	22 Desember 1994
8.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.	12 Februari 1984
9.	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk.	22 Juni 2017
10.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	7 Oktober 2010
11.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	14 Juli 1994
12.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.	17 Januari 1994
13.	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.	4 Juli 1990
14.	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.	29 Desember 2017
15.	PSDN	PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk.	18 Oktober 1994
16.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk.	28 Juni 2010
17.	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk.	28 September 2012
18.	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.	8 September 1993
19.	STTP	PT. Siantar Top Tbk.	16 Desember 1996
20.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.	2 Juli 1990

Sumber: <https://www.sahamok.com> (data di olah)

3.2.2.3 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Penentuan sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016:85)

Adapun kriteria sampel yang ditentukan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sub sektor *Makanan dan Minuman* yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.
2. Perusahaan yang bertahan pada sektor *Makanan dan Minuman* selama periode 2015-2018.
3. Menyajikan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2015-2018.

Berdasarkan kriteria dari *purposive sampling* tersebut, terdapat 11 sampel perusahaan *Makanan dan Minuman* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

periode 2015-2018 yang memenuhi kriteria diatas. Berikut nama perusahaan *Makanan dan Minuman* yang telah memenuhi kriteria tersebut, disajikan pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Sampel Perusahaan

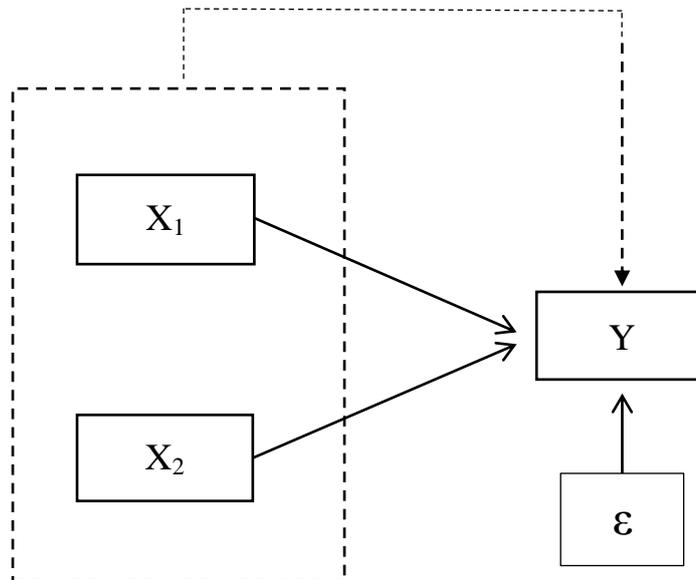
No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
1.	ADES	PT. Akasha Wira Internasional Tbk.	13 Juni 1994
2	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	9 Juli 1996
3	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.	12 Februari 1984
4	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	7 Oktober 2010
5	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	14 Juli 1994
6	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.	17 Januari 1994
7	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.	4 Juli 1990
8	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk.	28 Juni 2010
9	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk.	5 Januari 1993
10	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.	8 September 1993
11	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.	2 Juli 1990

Sumber: Data di olah oleh peneliti.

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah studi pustaka (*library research*). Studi pustaka yaitu penelitian yang mempelajari literatur-literatur, buku dan media lain yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Data diperoleh dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), serta buku, jurnal dan karya tulis lainnya yang menunjang dan dianggap dapat memberikan masukan dalam penelitain ini.

Paradigma Penelitian



Gambar 3.1

Paradigma Penelitian

Keterangan:

X_1 = *Firm Size*

X_2 = *Price Earning Ratio (PER)*

Y = *Return Saham*

ϵ = Faktor-faktor yang tidak di teliti

—→ = Secara Parsial

---→ = Secara Simultan

3.3 Teknik Analisis Data

Data yang akan di analisis dalam penelitian ini berkaitan dengan hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel, dimana 2 (dua) variabel bebas yaitu profitabilitas dan *Leverage* dan satu variabel terikat yaitu *Return* saham.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan model Analisis Regresi Data Panel. Analisis ini digunakan untuk mengamati hubungan antara satu variabel terikat (*dependent variabel*) dengan satu atau lebih variabel bebas (*independent variabel*). Perhitungan analisis data seluruhnya akan dibantu dengan menggunakan program *E-Views* 9.0 SV.

3.3.1 Teknik Estimasi Regresi Data Panel

Untuk mengestimasi parameter model dengan data panel, terdapat 3 (tiga) teknik yang sering ditawarkan, yaitu:

1) Model *Common Effect*

Teknik ini merupakan teknik yang paling sederhana untuk mengestimasi parameter model data panel, yaitu dengan mengkombinasikan data *cross section* dan *time series* sebagai satu kesatuan tanpa melihat adanya perbedaan waktu dan entitas (individu). Dimana pendekatan yang digunakan adalah dengan metode *ordinary least square*. Dengan metode *ordinary least square*, maka akan diasumsikan bahwa *intercept* maupun *slope* (koefisien pengaruh variabel) bebas terhadap variabel terikat) tidak berubah baik antar individu maupun antar waktu.

2) Model *Fixed Effect*

Pendekatan model *fixed effect* mengasumsikan bahwa intersep dari setiap individu adalah berbeda sedangkan *slope* antar individu tetap (emiten). Teknik ini menggunakan variabel *dummy* untuk mengungkap adanya perbedaan *intercept* antar individu.

3) Model *Random Effect*

Pendekatan yang dipakai dalam *random effect* mengasumsikan setiap perusahaan mempunyai perbedaan intersep yang mana intersep tersebut adalah variabel *random*. Model ini sangat berguna jika individu (entitas) yang diambil sebagai sampel adalah dipilih secara *random* dan merupakan wakil populasi. Teknik ini juga memperhitungkan bahwa *error* mungkin berkorelasi sepanjang *cross section* dan *time series*.

3.3.2 Pemilihan Model

Sebelum dilakukan uji asumsi klasik pada data panel yang diolah menggunakan *software E-Views 10 SV* adalah menentukan model yang akan digunakan. Untuk memilih model yang paling tepat digunakan dalam mengelola data panel, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan yakni:

1) Uji *Chow*

Chow Test yakni pengujian untuk menentukan model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel.

2) Uji *Hausman*

Hausman Test adalah pengujian statistik untuk memilih apakah model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat digunakan.

3) Uji *Lagrange Multiplier*

Lagrange Multiplier Test ini digunakan untuk mengetahui apakah model *Random Effect* lebih baik daripada metode *Common Effect (OLS)* digunakan uji *Lagrange Multiplier (LM)*.

3.3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda atau data panel yang berbasis *Ordinary Last Square (OLS)*. Tujuan dilakukan uji asumsi klasik adalah agar model regresi memenuhi asumsi dasar untuk menghasilkan estimasi yang BLUE (*Best, Linear, Unbiased, Estimator*).

3.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji Normalitas dalam *software E-Views 10 SV* dapat diketahui dengan nilai *probability* yang terdapat dalam *histogram normality*. Jika nilai signifikan yang digunakan sebesar 0.05 maka penilaian uji normalitas yang terjadi sebagai berikut:

1. Jika nilai *probability* < nilai signifikan (0.05), maka data dikatakan tidak terdistribusi normal.
2. Jika nilai *probability* > nilai signifikan (0.05), maka data dikatakan normal.

3.3.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Mutikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Jika ada kolerasi

yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Dalam *software Eviews 10* SV untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam sebuah regresi dapat dilihat dari matriks kolerasi sebagai berikut:

1. Jika nilai dalam matriks kolerasi < 0.90 pada setiap variabel maka tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai dalam matriks kolerasi terdapat nilai > 0.90 pada setiap variabel maka dikatakan terjadi multikolinearitas.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi multikolinearitas.

3.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual antara pengamat satu dengan pengamat lainnya. Model regresi yang baik adalah terdapat kesamaan varians dari residual antara pengamat satu dan lainnya atau terjadi Homoskedastisitas. Pada umumnya uji heteroskedastisitas disajikan dalam 2 (dua) macam *output*:

1. *Output Graphic*

Jika grafik tidak *menunjukkan* pola tertentu dapat diasumsikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

2. *Output Stastic*

Dilakukan melalui metode *white cross term* dengan asumsi jika nilai pada probabilitas $Obs * R-Square > 0.05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.3.3.4 Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi adalah untuk melihat apakah terjadi kolerasi antara suatu periode (t) dengan periode sebelumnya (t-1). Secara sederhana bahwa analisis

regresi untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap terikat tidak boleh ada kolerasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Uji autokolerasi dapat diuji dengan cara uji *Serial LM test Correlation* atau metode *Breusch-Godfrey* sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas Chi-Square > 0.05 , maka tidak terjadi autokolerasi.
2. Jika nilai probabilitas Chi-Square < 0.05 , maka terjadi autokolerasi.

3.3.3.5 Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel adalah analisis regresi yang didasarkan pada data panel untuk mengamati hubungan antara satu variabel terikat (*Dependent Variabel*) dengan satu atau lebih variabel bebas (*Independent Variabel*) (Agus Widarjono, 2007:248). Sebagaimana diketahui, data panel adalah golongan antara data *cross section* dengan *time series*. Data *cross section* merupakan data yang dikumpulkan satu waktu terhadap banyak individu (emiten). Sedangkan *time series* adalah data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu terhadap suatu individu (emiten). Persamaan model menggunakan data *cross section* dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \varepsilon_i ; i = 1, 2, \dots, i$$

Keterangan:

Y_i : Variabel dependen

β_0 : Konstanta intersep

β_1 : Koefisien regresi

X_{1i} : Variabel independen

i : 1, 2, 3, N (Banyaknya data *cross section*)

ε_i : Komponen error di *cross section*

Sedangkan persamaan model menggunakan data *time series* dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + \varepsilon_t; t = 1, 2, \dots t$$

Keterangan:

Y_i : Variabel dependen

β_0 : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi

X_t : Variabel independen

ε_t : komponen error di *time series*

t : 1, 2, 3, . . . T (Banyaknya data *time series*).

Sehingga persamaan model data panel yang berarti data *cross section* dan *time series* dikumpulkan menjadi satu panel (*pooled data*), maka persamaan model panel data ditulis sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} : Variabel dependen

β_0 : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi X_1

X_{1it} : Variabel independen (X_1)

β_2 : Koefisien regresi X_2

X_{2it} : Variabel independen (X_2)

ε_{it} : *Error term*

i : 1, 2, 3, N (Banyaknya data *Cross Section*)

t : 1, 2, 3, T (Banyaknya data *time series*)

Jumlah data *pooled* yang diperoleh adalah berdasarkan banyaknya data *cross section* (N) dan *time series* (T), yaitu N x T dengan demikian jumlah observasinya adalah sejumlah N x T.

Regresi data panel memiliki tujuan yang sama dengan regresi linear berganda, yaitu memprediksi nilai *intercept* dan *slope*. Penggunaan data panel dan regresi menghasilkan *intercept* dan *slope* yang berbeda pada setiap perusahaan dan setiap waktu yang berbeda.

3.4.4 Pengujian Hipotesis

Untuk memperoleh hipotesis yang ditetapkan, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikansi, uji signifikansi, keputusan dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

- Hipotesis Parsial

$H_{01}: \rho = 0$ *Firm Size* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham*.

$H_{a1}: \rho \neq 0$ *Firm Size* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham*.

$H_{02}: \rho = 0$ *PER* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham*.

$H_{a2}: \rho \neq 0$ *PER* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham*.

- Hipotesis Simultan

Ho: $\rho = 0$ *Firm Size* dan *PER* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham*.

Ha: $\rho \neq 0$ *Firm Size* dan *PER* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham*.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi.

Taraf signifikansi (α) ditetapkan sebesar 5% ini berarti kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai 95% yang merupakan tingkat signifikansi dengan tingkat kesalahan adalah 5%. Taraf signifikansi adalah tingkat umum digunakan dalam penelitian karena dianggap cukup ketat untuk mewakili hubungan antar variabel-variabel yang diteliti.

3. Uji Signifikan

a. Uji signifikan secara parsial (uji t)

Uji t ini dilakukan untuk melihat dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

b. Uji signifikan secara simultan (uji f)

Uji f ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

4. Keputusan

a. Secara Parsial

Tolak Ho jika $t_{hitung} > t_{1/2\alpha}$ atau $-t_{1/2\alpha} > t_{hitung}$

Terima Ho jika $-t_{1/2\alpha} \leq t_{hitung} \leq t_{1/2\alpha}$

b. Secara Simultan

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan terima H_0 jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

5. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian di atas akan dilakukan analisis secara kuantitatif, dari hasil analisis tersebut akan ditarik suatu kesimpulan, apakah hipotesis secara simultan maupun parsial yang diajukan dapat diterima atau ditolak.