

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Deskriptif Data

1.1.1 Gambaran umum objek perusahaan

Perusahaan konstruksi dan bangunan merupakan salah satu sub sektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berikut ini gambaran umum perusahaan sub sektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

1. Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI)

Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) didirikan pada tanggal 16 September 2003 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2003. Kantor pusat HOKI berlokasi di Pasar Induk Cipinang Blok K No. 17, Jakarta Timur 13230 – Indonesia. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Buyung Poetra Sembada Tbk, yaitu: PT Buyung Investama Gemilang, dengan persentase kepemilikan sebesar 66,87%.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan HOKI adalah bergerak di bidang perdagangan, pembangunan, perindustrian, pengangkutan darat, perbengkelan, percetakan, pertanian, pertambangan dan jasa. Saat ini, Buyung Poetra Sembada Tbk adalah bergerak dalam bidang perdagangan beras dengan merek utama Topikoki, Rumah Limas, Belida dan BPS.

Pada tanggal 14 Juni 2017, HOKI memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham HOKI (IPO) kepada

masyarakat sebanyak 700.000.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp310,- per saham disertai dengan Waran Seri I sebanyak 70.000.000 dengan harga pelaksanaan Rp355,- per saham. Saham dan waran tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 22 Juni 2017. Nilai Kapitalisasi: Rp967.775.268.000,-)

2. PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP)

PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP) adalah produsen es krim yang didirikan pada tanggal 22 Juli 1972 dengan nama CV. Pranoto. Kantor pusat Campina berlokasi di Jl. Rungkut Industri II/15-17, Kel. Tenggilis Mejoyo, Kec. Tenggilis Mejoyo, Surabaya 60293 – Indonesia.

Pada tahun 1994, perusahaan ini mengubah statusnya dari Firma (CV) menjadi Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT Campina Ice Cream Industry. Seiring perkembangan usaha yang semakin maju, Campina melakukan ekspansi dengan membuka Fasilitas Produksi di Kawasan SIER, Surabaya Jawa Timur pada Tahun 1982.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CAMP adalah bergerak dalam bidang industri pengolahan es krim. Pada tanggal 06 Desember 2017, CAMP memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham CAMP (IPO) kepada masyarakat sebanyak 885.000.000 saham dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp330,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 19 Desember 2017.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Campina Ice Cream Industry Tbk adalah Sabana Prawirawidjaja, dengan persentase kepemilikan sebesar 83,87%. Nilai Kapitalisasi perusahaan ini adalah Rp2.248.070.000.000,-.

Direktur Utama perusahaan ini adalah Samudera Prawirawidjaja, dan beberapa direktur lainnya adalah Hans Jensen, Hendro Hadipranoto, Adji Andjono Purwo, dan Arif Harmoko Rayadi.

3. PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD)

PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) adalah perusahaan makanan dan minuman terbesar di Indonesia yang tergabung dalam Tudung Group. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1990 oleh Darmo Putro, seorang mantan pejuang yang terjun ke dunia bisnis setelah kemerdekaan Indonesia.

Produk yang dihasilkan, antara lain makanan ringan, coklat, biskuit, dan produk olahan susu. Merek yang dimiliki, antara lain Kacang Garuda, Gery, Okky, dan Keffy. Fasilitas produksi yang tersebar di Indonesia, antara lain Rancaekek, Gresik, Sidoarjo, Bogor, Cikarang, Banjarbaru, Pekanbaru, dan Gowa

Tercatat di papan pencatatan bursa saham pada 10 Oktober 2018. Memiliki visi untuk menjadi perusahaan makanan dan minuman terdepan dengan pertumbuhan yang berkelanjutan melalui inovasi.

4. PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dimulai dengan berdirinya PT Lima Satu Sankyu di bulan April 1968. Pada

tahun 1977, perubahan nama dilakukan menjadi PT Lima Satu Sankyu Indonesia. Industri mie kemudian mengganti namanya menjadi PT Supermie Indonesia sesuai dengan produk unggulannya yakni Supermi.

Di tahun 1970, berdirinya PT Sanmaru Food Manufacturing sebagai anak perusahaan Jangkar Jati Group yang memproduksi Indomie membuat pasar mie instan mulai ramai kembali. Setelah perusahaan Salim Group ini bergabung dengan perusahaan Jangkar Jati Group di tahun 1984, persaingan antar industri mie instan dalam negeri semakin memanas.

Kedua industri tersebut akhirnya mendirikan PT Indofood Interna Corporation. Dua tahun kemudian, PT Supermie Indonesia diambil alih oleh Lambang Insan Makmur. Pada 14 Agustus 1990, PT Panganjaya Intikusuma berdiri sebagai perusahaan mie instan. Berselang dua tahun, saham perusahaan sebesar 51% diambil alih oleh PT Indocement Tungal Prakarsa.

Di tahun yang sama, seluruh saham Jangkar Jati Group diambil alih oleh Salim Group. Perusahaan Indofood turut mencabut produknya dari jaringan distributor PT Wicaksana Overseas kemudian dialihkan ke perusahaan Indomarco. Dengan sejumlah merk produknya, yaitu Indomie, Sarimi dan Supermi Akhirnya, PT Indofood menguasai industri mie instan di Indonesia.

Indofood merubah namanya menjadi PT Indofood Sukses Makmur pada tahun 1994. Hal ini diiringi dengan pencatatan sahamnya di BEI atau Bursa Efek Indonesia. Setahun kemudian, pabrik penggilingan gandum Bogasari diakuisisi.

Integrasi bisnis diperluas dengan mengakuisisi grup perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan, agribisnis serta distribusi.

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mengembangkan sayap bisnisnya dengan mengakuisisi perusahaan perkapalan PT Pelayaran Tahta Bahtera. Di tahun 2007, Indofood mencatat saham Indofood Agri Resources sebagai Grup Agribisnis di Singapore Stock Exchange.

Grup tersebut akhirnya memperluas perkebunannya dengan mengakuisisi PT PP London Sumatra Indonesia diikuti dengan mengakuisisi PT Lajuperdana Indah setahun berikutnya. Grup Consumer Branded Products turut terjun ke dunia usaha dairy dengan mengakuisisi PT Indolakto.

Di tahun 2013, melalui penyertaan saham da Companhia Mineira de Açúcar e Álcool Participações serta Roxas Holdings Inc, kegiatan usaha gula dari Grup Agribisnis berhasil diperluas ke Brazil dan Filipina. Hal ini diikuti dengan mengakuisisi PT Pepsi Cola Indobeverages. Setahun kemudian, INDF terjun ke dunia bisnis minuman ringan.

Kepemilikan anak perusahaan di bidang makanan dan produk kuliner ditingkatkan dibarengi dengan pendistribusian produk secara nasional untuk paper diaper di tahun 2018. Seluruh produk minuman PepsiCo berhenti dijual setelah kontraknya dengan PepsiCo berakhir di tahun 2019. Secara resmi, seluruh saham dari Fritolay Netherlands Holding dibeli di tahun 2021.

Itulah penjelasan mengenai profil dan sejarah dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) yang menarik diketahui.

Bisa disimpulkan bahwa perusahaan ini terus melakukan kegiatan ekspansinya baik dengan mengakuisisi perusahaan sehingga memperluas kegiatan lini bisnisnya.⁶

5. PT Mayora Indah Tbk (MYOR)

PT Mayora Indah Tbk (MYOR), salah satu perusahaan produsen makanan dan minuman terkemuka di Indonesia, mencatatkan peningkatan laba yang signifikan pada kuartal II tahun 2024. Laba bersih perusahaan melonjak 40,9 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, mencapai Rp1,7 triliun. Pertumbuhan laba yang luar biasa ini menegaskan posisi Mayora sebagai salah satu pemain utama dalam industri FMCG (Fast Moving Consumer Goods) di Indonesia dan menunjukkan efektivitas strategi perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

PT Mayora Indah Tbk (MYOR) berhasil mencatatkan pertumbuhan yang solid baik dari sisi laba bersih maupun penjualan pada semester I-2024. Menurut laporan keuangan perusahaan, MYOR membukukan laba bersih sebesar Rp 1,71 triliun pada semester I-2024, naik 40,92% year on year (yoy) dibandingkan dengan Rp 1,21 triliun pada periode yang sama tahun sebelumnya. Penjualan ekspor MYOR juga mengalami peningkatan, mencapai Rp 6,57 triliun pada Juni 2024, naik dari Rp 6,31 triliun pada Januari hingga Juni 2023.

Sementara itu, beban pokok penjualan tercatat sebesar Rp 12,03 triliun pada semester I-2024, meningkat dari Rp 10,8 triliun pada periode yang sama di tahun 2023. Setelah dikurangi beban pokok penjualan, penjualan bersih menghasilkan laba kotor sebesar Rp 4,19 triliun, naik 6,29% dari Rp 3,94 triliun pada periode yang sama tahun lalu.

Beban usaha penjualan menunjukkan penurunan menjadi Rp 1,7 triliun pada semester I-2024, dari Rp 1,8 triliun pada periode yang sama tahun lalu. Namun, beban umum dan administrasi meningkat dari Rp 380,8 miliar pada semester I-2023 menjadi Rp 417,8 miliar per Juni 2024. Total beban usaha MYOR pada semester I-2024 tercatat sebesar Rp 2,1 triliun, turun dari Rp 2,2 triliun pada periode yang sama tahun lalu.

Dengan peningkatan laba bersih menjadi Rp 1,71 triliun pada Juni 2024, laba per saham dasar meningkat menjadi Rp 77 pada semester I-2024, dari sebelumnya Rp 55 pada periode yang sama tahun lalu.

MYOR mencatatkan total aset sebesar Rp 27,44 triliun, naik dari Rp 23,87 triliun pada akhir Desember 2023. Sementara itu, ekuitas tercatat sebesar Rp 15,80 triliun pada semester I-2024, sedikit menurun dari Rp 15,28 triliun pada akhir Desember 2023. MYOR juga mencatatkan kas dan setara kas akhir periode sebesar Rp 5,90 triliun hingga Juni 2024, naik dari Rp 5 triliun pada periode yang sama tahun lalu.

6. PT SENTRA FOOD INDONESIA (FOOD)

Didirikan pada 28 Juni 2004, PT SENTRA FOOD INDONESIA adalah perusahaan yang khusus bergerak di bidang makanan dan minuman ini kemudian mengakuisisi PT KEMANG FOOD INDUSTRIES dan PT SAPBEVERAGES INDONESIA.

PT KEMANG FOOD INDUSTRIES (PT KEMFOOD) merupakan pelopor industri daging olahan di Indonesia. Perusahaan yang dirintis oleh Bapak Bambang Mustari Sadion (Bob Sadino) di awal tahun 1970 merupakan salah satu perusahaan daging olahan pertama di Indonesia. Seiring

dengan perkembangannya, pada tahun 1978, Bob Sadino mendirikan pabrik dengan teknologi modern yang didirikan di Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta. Pada tahun 2008 PT KEMANG FOOD INDUSTRIES (PT KEMFOOD) telah bergabung dan menjadi bagian dari PT SUPER CAPITAL INDONESIA yang merupakan induk dari PT SENTRA FOOD INDONESIA Tbk.

Saat ini PT KEMFOOD memproduksi berbagai jenis daging olahan seperti sosis, burger, baso, dan delicatessen. Di samping produk daging olahan tersebut, PT KEMFOOD juga memproduksi spesialisasi produk seperti kebab, dried beef, mayonnaise, dan thousand island. Guna menjaga kualitas dan mutu yang baik semua produk yang dihasilkan PT KEMFOOD diproduksi dengan standard produksi yang tinggi dengan mengaplikasikan standar produksi sesuai dengan standar halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan bersertifikasi BPOM.

Diluar itu PT SAPBEVERAGES INDONESIA aku memproduksi beberapa minuman dalam kemasan.z

7. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk (TPSF)

Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk (TPSF) merupakan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2003 yang pada awalnya hanya bergerak di bisnis makanan (TPS Food). Sejalan dengan proses transformasi bisnis yang dimulai pada 2009, TPSF telah menjadi salah satu perusahaan yang termasuk dalam Indeks Kompas 100. Pada 2011, TPSF menjadi salah satu perusahaan yang termasuk dalam daftar "A List of the Top 40 Best Performing Listed Company" dari Majalah Forbes Indonesia dan pada

2012, TPSF mendapatkan penghargaan Indonesia Best Corporate Transformation dari Majalah SWA. Selain itu, TPSF juga dianugerahi penghargaan Asia's Best Companies 2014 kategori Best Small Cap dari Finance Asia dan termasuk dalam daftar 20 Rising Global Stars dari Forbes Indonesia pada 2014.

PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk hadir dalam industri makanan dengan kesadaran bahwa industri ini harus dihadapi dengan inovasi dan penciptaan produk yang berkualitas serta berdaya saing tinggi. Dalam upaya mengukuhkan keberadaan Perusahaan, kami memposisikan diri untuk menjadi Perusahaan pengolahan pangan dengan teknologi modern. Diiringi dengan komitmen yang kuat dan inovasi yang dijalankan secara berkelanjutan, kontribusi Perusahaan terhadap perolehan industri akan semakin meningkat.

Kami tetap fokus pada pertumbuhan bisnis dan meningkatkan corporate image yang lebih baik di mata seluruh pemangku kepentingan. Kami juga mengarahkan agar Perusahaan selalu berupaya memperkuat positioning setiap produk dan melakukan diferensiasi melalui strategy quality dan strategy value. Strategy quality adalah memberikan produk-produk dengan kualitas yang lebih baik dibanding produk kompetitor sehingga menghasilkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan. Perusahaan menerapkan strategy value dengan memberikan nilai yang lebih bagi customer baik melalui fungsional yang lebih banyak, layanan yang lebih baik maupun dengan mempertahankan harga yang terjangkau untuk produk-

produk yang dijual.

Perusahaan berkomitmen untuk menghasilkan produk bermutu tinggi yang senantiasa kami lakukan dengan sepenuh hati. Setiap langkah menjadi rekam jejak sejarah Perusahaan yang membingkai komitmen kami dalam menghadirkan produk-produk berkualitas. Kini saatnya, bagi kami untuk tetap memantapkan langkah dan menyongsong tantangan yang membentang dengan penuh percaya diri.

Selama tiga tahun terakhir, sejalan dengan proses transformasi bisnis yang dicanangkan pada akhir tahun 2009, TPSF telah berkembang pesat dengan kombinasi akuisisi dan pola pertumbuhan internal. Dengan komitmen untuk meningkatkan nilai perusahaan dari waktu ke waktu, kedua teknik tersebut sejauh ini mampu meningkatkan masa hidup perusahaan serta meningkatkan kontribusinya terhadap pembangunan Indonesia. Proses Transformasi Bisnis secara berkelanjutan dilaksanakan dengan senantiasa menumbuhkan daya saing perusahaan menuju kepada performance terbaik.

Dengan terus membangun kapabilitas sumber daya manusia, inovasi dan efisiensi di setiap lini kerja dan kepemimpinan yang mempunyai visi kuat, TPSF yakin akan dapat memenuhi komitmen untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan, keuntungan bagi investor, dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dan kepada bangsa dan negara.

8. Unilever Indonesia (UNVR)

Sejak 5 Desember 1933, Unilever Indonesia telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan Fast Moving Consumer

Goods (FMCG) terkemuka di Indonesia yang senantiasa menemani keseharian masyarakat melalui beragam produknya, seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall's, Royco, Bango, dan masih banyak lagi.

Unilever Indonesia pertama kali menawarkan sahamnya kepada publik pada 1981 dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak 11 Januari 1982.

Saat ini, Unilever Indonesia yang berkantor pusat di Tangerang memiliki lebih dari 40 brand dan juga 9 pabrik yang bertempat di area industri Jababeka, Cikarang dan Rungkut, Surabaya. Pabrik serta produk-produk kami juga telah mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Lebih dari 4.000 karyawan turut berkontribusi dalam perkembangan bisnis kami. Bagi kami, karyawan merupakan aset penting bagi Perusahaan, dan kami percaya peningkatan kapasitas para karyawan secara berkelanjutan dapat mendukung Perusahaan agar tetap kompetitif.

Unilever adalah perusahaan yang dibangun atas dasar purpose (tujuan mulia). Purpose merupakan 'jantung' dari segala yang kami lakukan – baik sebagai karyawan, brand, maupun perusahaan. Setelah lebih dari 87 tahun purpose kami tidak pernah berubah, kami ingin menjadikan kehidupan berkelanjutan sebagai hal yang lumrah untuk dimiliki. Kami selalu berupaya menciptakan masa depan yang lebih baik setiap harinya melalui produk-produk dan kampanye kami. Kami juga menginspirasi masyarakat untuk mengambil tindakan kecil dalam kehidupan sehari-hari agar dapat

membuat perubahan bagi dunia.

Kami bertekad untuk mengelola dan menerapkan bisnis secara bertanggung jawab dan berkelanjutan agar dapat terus berkembang seraya mengurangi dampak lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial positif bagi masyarakat.

Sejak 2010, komitmen keberlanjutan Unilever yang tercantum pada strategi Unilever Sustainable Living Plan (USLP) telah memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat serta lingkungan. Kini, setelah lebih dari 10 tahun penerapan USLP di Indonesia, Perusahaan memperkuat komitmen untuk menumbuhkan bisnis yang berkelanjutan yang berlandaskan pada tujuan mulia (purpose-led) dan relevan serta mampu bersaing di masa depan (future-fit), strategi ini dinamakan The Unilever Compass. Kami memiliki tiga kepercayaan bahwa brand dengan tujuan mulia akan bertumbuh (brand with purpose grow), perusahaan dengan tujuan mulia akan bertahan (company with purpose last) dan individu dengan tujuan mulia akan berkembang (people with purpose thrive).

The Unilever Compass memiliki 3 fokus utama yaitu: (1) Membangun planet yang lebih lestari, (2) Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, dan (3) Berkontribusi pada masyarakat yang lebih adil dan inklusif.

Kami percaya keberadaan kami akan bisa membantu membangun masa depan yang lebih cerah, karena bagi kami bisnis seharusnya mampu menjadi bagian dari solusi atas berbagai permasalahan yang dihadapi dunia.

1.1.2 Hasil Perhitungan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan lima variabel bebas yaitu likuiditas (QR), Kinerja Keuangan (DPR), dan satu variabel terikat yaitu Kinerja perusahaan (ROA). Berikut adalah hasil perhitungan nilai dari masing-masing variabel.

1. Perhitungan Rasio Likuiditas (*Likuiditas*)

Rasio likuiditas berfungsi untuk mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap utang lancarnya. Dalam penelitian ini rasio likuiditas akan diukur dengan *Likuiditas*.

Tabel 4.1 Hasil Perhitungan *Likuiditas*

No.	Kode	<i>QuickRatio</i>					Rata- Rata
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	HOKI	1,32	0,88	0,84	0,92	1,56	1,10
2	CAMP	2,17	2,24	2,95	2,56	0,86	2,16
3	GOOD	0,65	0,54	0,63	0,77	0,81	0,68
4	INDF	0,67	0,31	0,43	0,44	0,51	0,47
5	MYOR	2,04	1,85	1,97	1,87	1,61	1,87
6	FOOD	0,50	0,36	0,36	0,36	0,93	0,50
7	TPSF	0,34	0,53	0,33	0,44	0,37	0,40
8	UNVR	0,70	0,75	0,67	0,70	0,59	0,68

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa nilai rata-rata *Likuiditas* tertinggi sebesar 2,16 diperoleh dari perusahaan CAMP dan nilai rata-rata terendah sebesar 0.40 diperoleh dari perusahaan TPSF.

2. *Deviden*

Deviden adalah keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai deviden atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi dimasa datang.

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan deviden

No.	Kode	Deviden					Rata- Rata
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	HOKI	0,80	1,42	0,93	0,94	0,77	0,97
2	CAMP	0,33	0,42	0,41	0,16	0,03	0,27
3	GOOD	0,90	0,85	0,94	1,44	0,32	0,89
4	INDF	0,23	0,26	0,22	0,27	0,23	0,24
5	MYOR	0,09	0,10	0,96	0,24	0,14	0,30
6	FOOD	3,39	3,16	0,87	0,86	0,41	1,74
7	TPSF	1,00	1,00	2,08	1,90	2,01	1,60
8	UNVR	1,24	1,03	1,10	1,09	1,06	1,11

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa nilai rata-rata deviden sebesar 1,74 diperoleh dari perusahaan FOOD dan nilai rata-rata terendah sebesar 0,24 diperoleh dari perusahaan IDNF.

3. Perhitungan Ukuran Perusahaan(LN)

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang dapat dijadikan proksi dari ketersediaan informasi, semakin besar perusahaan dan semakin komprehensif pengungkapan akan membuat investor lebih dapat menilai risiko perusahaan sehingga menurunkan biaya ekuitas

Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan(LN)

No.	Kode	Ukuran Perusahaan(LN)					Rata- Rata
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	HOKI	27,47	26,77	26,83	27,42	27,68	27,23
2	CAMP	27,69	27,71	27,77	27,70	27,72	27,72
3	GOOD	29,25	29,51	29,54	29,62	29,64	29,51
4	INDF	32,20	32,73	31,62	31,64	32,86	32,21
5	MYOR	30,58	30,62	30,62	30,73	30,80	30,67
6	FOOD	25,50	25,45	25,39	25,35	24,65	25,27
7	TPSF	28,26	28,33	28,20	28,23	28,20	28,24
8	UNVR	30,66	30,65	30,58	30,54	30,44	30,57

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 32,31 diperoleh dari perusahaan INDF dan nilai rata-rata terendah sebesar 25,27 diperoleh dari perusahaan FOOD.

4. Kinerja keuangan (ROA)

Kinerja keuangan dari definisi tersebut di atas adalah merupakan keberhasilan, prestasi atau kemampuan kerja perusahaan dalam rangka penciptaan nilai bagi perusahaan atau pemilik modal dengan cara-cara yang efektif dan efisien.

Tabel 4.4 Hasil Perhitungan

No.	Kode	<i>Deviden</i>					Rata- Rata
		2019	0	1	2022	2023	
1	HOKI	0,95	1,51	1,58	0,89	0,30	1,04
2	CAMP	0,07	0,04	0,09	0,19	0,12	0,10
3	GOOD	0,09	0,04	0,02	0,02	0,08	0,05
4	INDF	0,07	0,06	0,21	0,17	0,06	0,11
5	MYOR	0,14	0,14	0,06	0,09	0,14	0,11
6	FOOD	0,18	0,16	0,14	0,22	0,40	0,22
7	TPSF	0,61	0,60	0,48	0,53	0,52	0,55
8	UNVR	0,36	0,35	0,30	0,29	0,29	0,32

Sumber : Data diolah (2025)

Diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja keuangan tertinggi sebesar 1,04 diperoleh dari perusahaan HOKI dan nilai rata-rata terendah sebesar 0,11 diperoleh dari perusahaan INDF dan MYOR.

1.2 Hasil Uji Persyaratan Data

1.2.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik. Uji statistik dapat dilakukan dengan melakukan uji K-S (*non-parametrik Kolmogorov-Smirnov Test*). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal.

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013):

1. Jika nilai signifikan lebih kecil dari $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa data residual tidak berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan lebih besar dari $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak yang berarti bahwa data residual berdistribusi normal.

Adapun hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

N	40
Asymp.Sig (2-tailed)	0.000

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal.

1.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013):

1. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Adapun hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Tolerance	VIF	Keterangan
Likuiditas	0,747	1,338	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Deviden	0,604	1,656	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Ukuran Perusahaan	0,750	1,333	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber : Data diolah (2025)

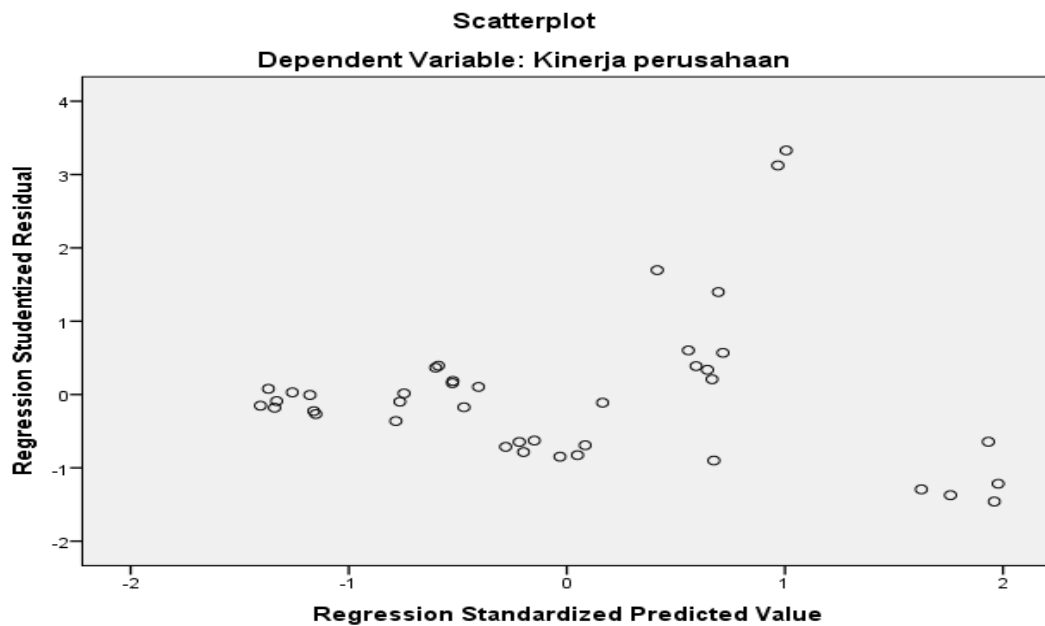
Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa:

1. Nilai VIF variabel X1 (*Likuiditas*) sebesar 1,338 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.
2. Nilai VIF variabel X2 (*Deviden*) sebesar 1,656 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.
3. Nilai VIF variabel X3 (*Ukuran Perusahaan*) sebesar 1,333 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

1.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat penyebaran dari varians residual. Apabila penyebaran residual tidak teratur, hal tersebut dapat dilihat pada plot yang terpencar dan tidak membentuk pola tertentu, dengan demikian tidak memiliki gejala heteroskedastisitas (Darsono dan Ashari, 2005:242). Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan gambar 4.1 diketahui bahwa penyebaran residual tidak teratur, hal tersebut dapat dilihat pada plot yang terpencar dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak memiliki gejala heteroskedastisitas

1.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu periode sebelumnya (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat digunakan metode grafik maupun uji Durbin Watson (DW). Uji autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW). Dasar Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat

dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7 Pengukuran Autokorelasi Antara Kesalahan

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi Positif	No <i>desicison</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No <i>Decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak Ditolak	$du < d < 4 - du$

Berdasarkan tabel Durbin-Watson dengan jumlah variabel bebas (k) sebanyak 4 dan jumlah data sebanyak 40 maka diperoleh nilai dl sebesar 1,6589 dan nilai du sebesar 1,2848 sehingga nilai 4-dl sebesar 3,3411 dan nilai 4-du sebesar 3,7152. Adapun nilai Durbin- Watsonnya dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
,401 ^a	,161	,091	,34699	,329

Sumber : Data diolah (2025)

Basarkan tabel 4.8 diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 0,329. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Durbin-Watson (d) lebih besar dari du dan lebih kecil dari 4-du yaitu $1,6589 < 0,329 < 3,7152$ Sehingga tidak terjadi autokorelasi.

1.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya positif atau negatif. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut Ghozali (2013) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 +$$

Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Adapun hasil uji regresi linear berganda tersebut dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear

Model	B
(Constant)	2,256
Likuiditas	-,098
Deviden	-,011
Ukuran Perusahaan	-,063

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa:

$$Y = 2,256 - 0,098 X_1 - 0,011 X_2 - 0,063 X_3$$

1. Nilai konstanta sebesar 2,256 yang berarti bahwa jika *Likuiditas*, *Deviden*, *Ukuran Perusahaan*, *return on equity* dan *price earning ratio* tidak ada atau bernilai 0 maka nilai dividen sebesar 2,256
2. Nilai koefisien *Likuiditas ratio* sebesar - 0,098 yang berarti bahwa setiap kenaikan nilai *Likuiditas* sebesar satu satuan akan menurunkan nilai dividen sebesar - 0,098
3. Nilai koefisien *Deviden* sebesar -0,011 yang berarti bahwa setiap kenaikan nilai *Deviden* sebesar satu satuan akan menurunkan nilai dividen sebesar -0,011.
4. Nilai koefisien *Ukuran Perusahaan* sebesar -0,063 yang berarti bahwa setiap kenaikan nilai *Ukuran Perusahaan* sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai dividen sebesar -0,063.

Tabel 4.10 Hasil Uji Model Summary

R	R Square
0,401	0,161

Sumber : Data diolah (2025)

Dari tabel 4.160 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan R Squares sebesar 0,161 (16,1%) Kinerja keuangan (Y) dipengaruhi *Likuiditas* (X1), *Deviden* (X2) dan *Ukuran Perusahaan* (X3). Dan 83,9% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya. Sedangkan hubungan *Likuiditas* (X1), *Deviden* (X2) dan *Ukuran Perusahaan* (X3)

secara bersama terhadap Kinerja keuangan (Y) adalah sebesar 0,401 (40,1%).

1.3.1 Uji t

Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan sebesar 95% atau alpha 5% dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka secara parsial variabel *independen* (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* (terikat).
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka secara parsial bahwa variabel *independen* (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* (terikat).

Uji t dalam penelitian ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Adapun hasil uji t tersebut dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan	t table
X1 terhadap Y	0,289	0,05	Sig > Alpha	Tidak Berpengaruh
X2 terhadap Y	0,906	0,05	Sig > Alpha	Tidak Berpengaruh
X3 terhadap Y	0,042	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa:

1. Nilai signifikan *Likuiditas* sebesar 0,289 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari alpha (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Likuidita* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.
2. Nilai signifikan *Deviden* sebesar 0,906 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari alpha (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Deviden* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

3. Nilai signifikan Ukuran Perusahaan sebesar 0,042 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari alpha (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

1.4 Pembahasan

1.4.1 Pengaruh Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan teori likuiditas menurut (kasmir,2017) Likuiditas yang diukur dengan current ratio menggambarkan kemampuan perusahaan mendanai operasional perusahaannya dan melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hasil yang didapat tidak sejalan dengan teori yang telah dikemukakan, karena perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban menggunakan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini mengakibatkan terjadi penurunan kinerja keuangan perusahaan dikarenakan tidak mampu membayar kewajiban perusahaan menggunakan aktiva yang dimilikinya. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menjawab fenomena yang terjadi bahwa laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan menurun dan tidak bisa memperbaiki kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aryaningsih et al (2022) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini berarti tinggi rendahnya likuiditas yang dimiliki perusahaan tidak dapat menjelaskan kondisi keuangan perusahaan tersebut sedang baik atau buruk, karena perusahaan tersebut dapat menutupi kewajiban lancarnya dengan baik menggunakan aktiva lainnya. Pengaruh Kebijakan Deviden Tetap terhadap Kinerja Keuangan.

1.4.2 Pengaruh Kebijakan Deviden Tetap terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan teori kebijakan deviden menurut Syahyunan (2014) Kebijakan deviden mengacu kepada pilihan perusahaan apakah akan membagikan deviden dalam bentuk kas ataupun dalam bentuk pilihan yang lainnya, berapa besaran deviden yang akan dibagikan dan seberapa sering deviden akan dibagikan. Hasil yang didapat tidak sejalan dengan teori yang telah dikemukakan, karena perusahaan yang membagikan deviden dengan jumlah besar atau kecil tidak akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Hal ini mengakibatkan penurunan kinerja keuangan perusahaan dikarenakan tidak mampu membayar kewajiban perusahaan menggunakan deviden yang dimilikinya.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menjawab fenomena yang terjadi bahwa laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan menurun dan tidak bisa memperbaiki kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Teguh Erawati (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh kebijakan deviden terhadap kinerja keuangan.ki270

1.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan teori Ukuran perusahaan menurut Riyanto (2011) adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan, atau nilai aktiva. Hasil yang didapat sejalan dengan teori yang telah dikemukakan, karena perusahaan mampu memenuhi kewajiban menggunakan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini mengakibatkan kinerja perusahaan dapat membuat perusahaan membayar kewajiban perusahaan menggunakan total aset yang dimilikinya.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menjawab fenomena yang terjadi bahwa laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan menurun namun mampu memperbaiki kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan total aset yang dimiliki oleh perusahaan Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana & Osesoga (2020), Dewi & Candradewi (2018), Ula (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

