

## BAB IV

### HASIL & PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Unilever Indonesia salah satu perusahaan multinasional terbesar didunia yang bergerak di bidang produksi *home and personal care, food and ice cream*. Perusahaan ini didirikan pada 5 desember 1933 sebagai Zeepfabrieken N.V. pada tanggal 22 juni 1980 nama perusahaan diubah menjadi PT.Levers Brothers Indonesia, dan mengubah nama perusahaan lagi pada tanggal 30 juni 1997 nama perusahaan menjadi PT.Unilever Indonesia Tbk. induk usaha Unilever Indonesia adalah Unilever Indonesia Holding B.V. sedangkan induk usaha utama adalah Unilever N.V. Belanda.

Unilever pertama kali didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama “ Levers Zeepfabrieken N.V. yang bertempat di daerah anke, Jakarta Utara berdasarkan akta No.23 dari Mr.A.H. Van Ophuijsen, Notaris di Batavia. Akta ini disetujui oleh Jenderal Geoual Van Nederlandsch-indie berdasarkan surat No.14 pada 16 Desember 1933, terdaftar di Road van Justitie di Batavia dengan No.302 pada 22 Desember 1933 dan diterbitkan dalam Javasche Courant pada 9 januari 1934.

Pada 22 juli 1980, perusahaan berganti nama menjadi “PT Unilever Indonesia” dengan akta No.171 dari notaris Ny.Kartini Muljadi SH. Perubahan namapun kembali terjadi pada 30 Juni 1997 menjadi “PT Unilever Indonesia Tbk” dengan akta No.92 notaris public Bp.Mudofir Hadi SH. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No.C2-1.049HT.01.04 TH.98 tanggal

23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998 .

Pada 22 November 2000, Unilever Indonesia mengadakan perjanjian dengan PT Anugrah Indah Pelangi, untuk mendirikan perusahaan baru yaitu PT Anugrah Lever (PT AL) yang bergerak di bidang manufaktur, pengembangan, pemasaran dan penjualan dari kecap, saus cabai dan saus cabai dan saus lainnya di bawah bango dan merek lainnya dibawah lisensi perusahaan untuk PT AL.

Berselang dua tahun, tepatnya pada tanggal 3 Juli 2002, Unilever Indonesia kembali mengadakan perjanjian dengan Texchem Resources Berhad untuk mendirikan perusahaan baru yaitu PT Technopia Lever yang bergerak di bidang distribusi, ekspor dan impor barang-barang dengan merek dagang Domestor Nomos. Pada tanggal 7 November 2003, Texchem Resources Berhad menandatangani perjanjian jual beli saham dengan Technopia Singapore Pte.Ltd, dimana Texchem Resources Berhad setuju untuk menjual sahamnya di PT Technopia Lever ke Technopia Singapore Pte.Ltd.

Dalam Rapat Umum Luar Biasa perusahaan pada tanggal 8 Desember 2003, Unilever Indonesia menerima persetujuan dari pemegang saham minoritasnya untuk mengakuisisi Saham PT Knorr Indonesia (PT KI) dari Unilever Overseas Holding Limited (pihak terkait). Akuisisi ini efektif berjalan pada tanggal penandatanganan perjanjian jual beli saham antara perusahaan dan Unilever Overseas Holding Limited pada tanggal 21 Januari 2004.

Pada tanggal 30 Juli 2004, Unilever Indonesia bergabung dengan PT KI Merger di catat dengan menggunakan metode yang mirip dengan metode penyatuan kepemilikan. Perusahaan adalah perusahaan yang bertahan dan setelah

merger PT KI tidak lagi ada sebagai badan hukum yang terpisah. Penggabungan ini sesuai dengan persetujuan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam surat No. 740/III/PMA/2004 tanggal 9 juli 2004.

Pada 2007, perusahaan menandatangani perjanjian bersyarat untuk membeli merek “Buavita “ dan “Gogo” minuman vitality berbasis buah dari Ultra. Transaksi selesai pada Januari 2008.

Pada tahun 1890-an, William Hesketh Lever, Pendiri Lever Brothers, menuliskan gagasannya untuk Sunlight Soap, produk baru revolusionernya yang membantu mempopulerkan kebersihan dan kesehatan di Inggris pada zaman Victoria.

Berlokasi di Port Sunlight, rumah Unilever yang bersejarah di Inggris, arsip unilever adalah bagian dari koleksi catatan bisnis paling penting di dunia.

Itu adalah “ untuk menjadikan kebersihan sebagai hal yang lumrah, untuk mengurangi pekerjaan wanita, untuk mendukung kesehatan dan berkontribusi dalam daya tarik pribadi, bahwa kehidupan mungkin lebih nikmat dan lebih berharga bagi orang-orang yang menggunakan produk kami”. Motivasi dan Visi itu yang selalu menjadi bagian dari budaya Unilever. Pada abad ke-21, kami masih membantu orang untuk terlihat menarik, merasa baik, dan mendapatkan banyak hal dalam kehidupan berkelanjutan sebagai hal yang lumrah.

Tahun bersejarah Unilever Indonesia

1933 – Unilever Indonesia pertama kali berdiri dengan nama Levers

Zeepfabrieken N.V. di daerah angke, Jakarta Utara.

1936 – Margarin Blue Band dan sabun mandi Lux mulai dipasarkan di Indonesia.

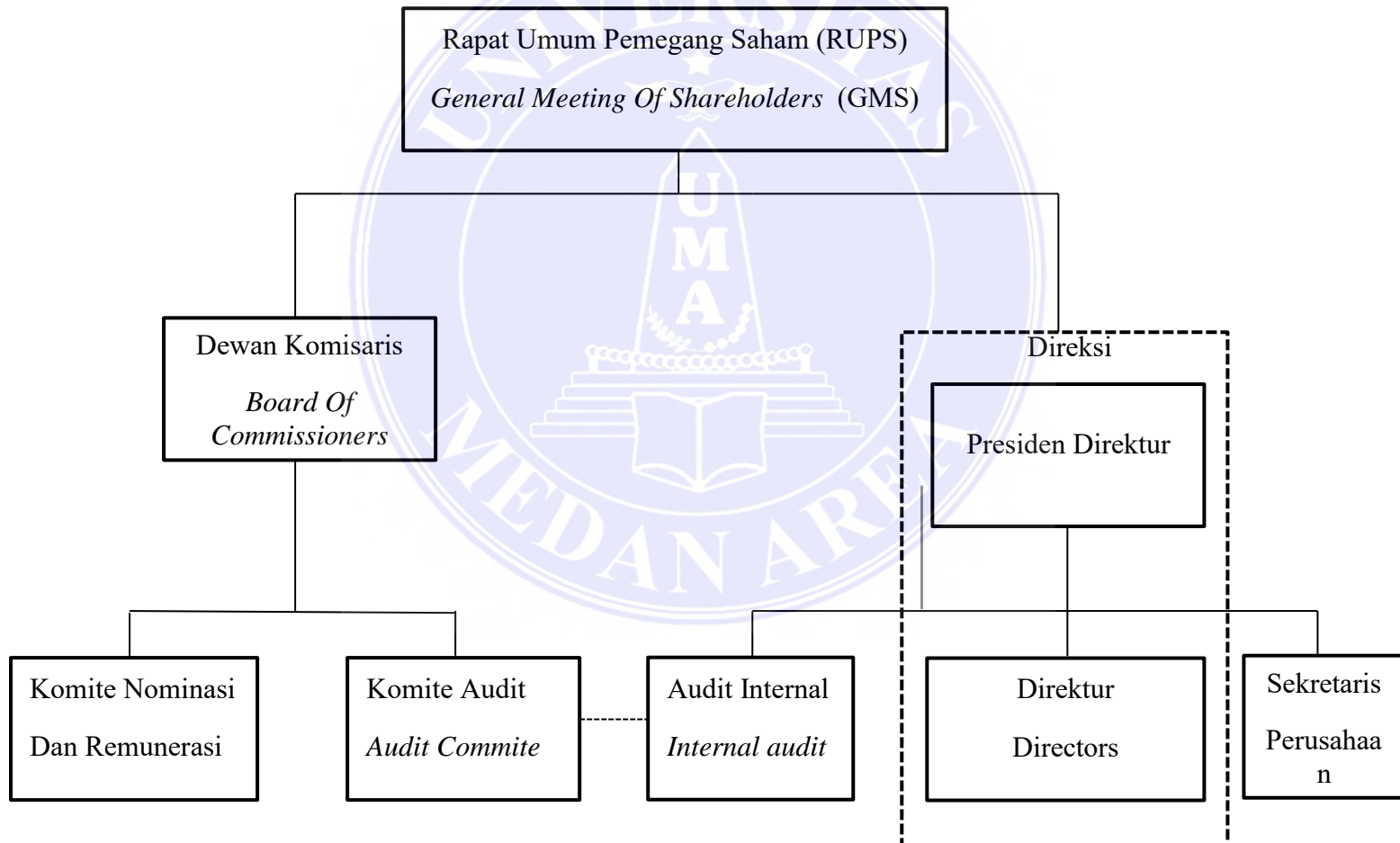
1982 – Unilever Indonesia menjadi perseroan terbuka dan melepas saham ke

- Public dengan mendaftarkan 15 % saham di Bursa Efek Indonesia.
- 1990 – Membuka pabrik Personal Care di Rungkut, Surabaya dan memasuki bisnis the dengan mengakuisisi.
- 1992 – Pabrik es krim Walls di buka di Cikarang. Conello dan Paddle Pop muncul di pasar.
- 2001 – Memulai bisnis kecap dengan mengakuisisi Bango.
- 2004 – Merek Knorr diakuisisi dari Unilever Overseas Holding Ltd dan menggabungkannya dengan Unilver Indonesia. Memindahkan pabrik produk perawatan rambut dari Rungkut ke Cikarang.
- 2008 – Membangun pabrik perawatan kulit ( skin care ) terbesar se-Asia di Cikarang. Memasuki bisnis minuman sari buah dengan mengakuisisi brand Buavita dan Gogo. SAP diimplementasikan di seluruh Unilever Indonesia.
- 2013 – Memperingati 80 tahun perjalanan Unilever Indonesia, dengan meluncurkan "Project Sunlight" untuk menginspirasi masyarakat agar bergabung dalam menciptakan masa depan yang lebih cerah bagi generasi mendatang.
- 2014 – Meluncurkan program “Bitobe Untuk Indonesia”, sebagai wujud komitmen jangka panjang Lifebuoy untuk menciptakan masyarakat yang lebih sehat.
- 2015 – membuka pabrik ke-9 dari Unilever Indonesia seluas 6 hektar di Cikarang, yang memiliki kapasitas produksi sebanyak 7 juta unit bumbu masak dan kecap setiap tahunnya.
- 2016 – Memindahkan kantor pusat ke gedung baru seluas 3 hektar di BSD City

Tangerang. Kantor baru ini ditempati oleh 1.200 karyawan dan dan diresmikan pada tahun 2017.

2018 – Meluncurkan kategori baru yaitu kategori saus sambal dengan mempersembahkan saus sambal jawara dan meluncurkan brand perawatan tubuh baru korea glow. (<http://www.unilever.co.id>, diakses pada tanggal 23 februari 2021).

#### 4.2. Struktur Organisasi



**Gambar 4.1**

Sumber : Website Perusahaan



### 4.3. Visi Misi Perusahaan

#### 4.3.1. Visi Perusahaan

Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

#### 4.3.2. Misi Perusahaan

1. Bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
2. Membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
3. Menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar di dunia.
4. Senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial.

### 4.4. Analisis Data

Data yang digunakan adalah laporan keuangan konsolidasi perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk periode 2012-2019. Penelitian ini melihat apakah *Growth Opportunity dan Return On Asset* memiliki pengaruh terhadap *Dividen Payout Ratio*. Adapun tabel dinamika tentang pergerakan rasio keuangan PT Unilever Indonesia Tbk yang tercatat pada laporan konsolidasi dari periode 2012-2019. Secara umum dapat ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.1.**  
**Data Growth Opportunity, Return On Asset dan**  
**Dividen Payout Ratio**

No.	Tahun	Bulan	GO (X1)	ROA (X2)	Dividen Payout Ratio (Y)
1	2012	Maret	-0,72	0,10	0,00
2		Juni	1,02	0,17	0,97
3		September	0,52	0,29	0,62
4		Desember	0,34	0,40	0,94
5	2013	Maret	-0,72	0,11	0,00
6		Juni	1,04	0,20	0,90
7		September	2,04	0,31	0,62
8		Desember	0,99	0,40	0,95
9	2014	Maret	-0,72	0,10	0,00
10		Juni	1,02	0,18	0,99
11		September	0,48	0,27	0,70
12		Desember	0,32	0,40	0,94
13	2015	Maret	-0,73	0,11	0,00
14		Juni	1,00	0,18	1,08
15		September	0,47	0,26	0,76
16		Desember	0,32	0,37	0,99
17	2016	Maret	-0,73	0,09	0,00
18		Juni	1,08	0,17	0,98
19		September	0,45	0,28	0,68
20		Desember	0,33	0,38	0,95
21	2017	Maret	-0,73	0,11	0,00
22		Juni	0,96	0,19	0,97
23		September	0,47	0,28	0,67
24		Desember	0,32	0,37	0,95
25	2018	Maret	-0,74	0,09	0,00
26		Juni	0,97	0,17	1,09
27		September	0,49	0,37	0,53
28		Desember	0,33	0,45	0,77
29	2019	Maret	-0,74	0,08	0,00
30		Juni	1,01	0,17	1,60
31		September	0,51	0,26	1,07
32		Desember	0,33	0,36	1,24

Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)

#### 4.5. Deskriptif Statistik Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. Dimana sampel dalam perusahaan ini adalah data keuangan perusahaan dari periode 2012-2019 secara pertriwulan dan sebanyak 32 data keuangan pertriwulan menjadi sampel perusahaan ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari situs resmi perusahaan. Setelah seluruh data berhasil dikumpulkan maka tahapan pengolahan dapat segera dilakukan. Proses pengolahan data dimulai dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi. Semua uji data tersebut memenuhi kriteria, dimana data penelitian adalah normal dan tidak ada masalah dalam uji asumsi klasik lainnya.

**Table 4.2.**  
**Hasil Perhitungan Deskriptif Stastik**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Growht_Opportunity	32	-74.00	108.00	27.4375	64.26253
ROA	32	8.00	45.00	23.9688	11.49049
Dividen_Payout_Ratio	32	.00	160.00	68.6250	44.84939
Valid N (listwise)	32				

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)*

Keterangan :

X1 : *Growth Opportunity*

X2 : *Return On Asset*

Y : *Dividen Payout Ratio*

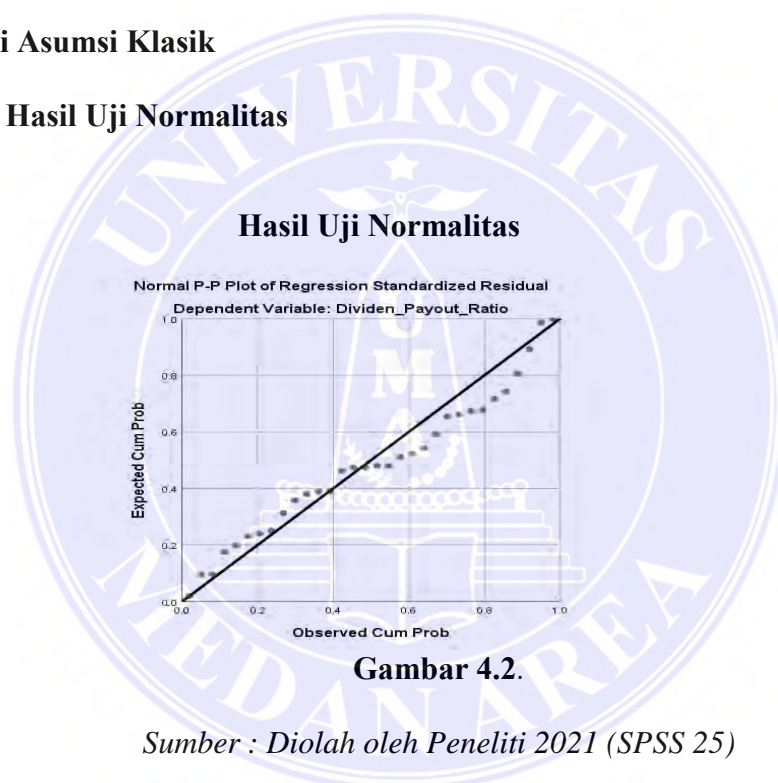
Hasil dari statistik deskriptif pada tabel 4.2. dari 32 sampel menjelaskan bahwa variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Dividen Payout Ratio*. Nilai *Dividen Payout Ratio* menunjukkan mean (rata-rata) sebesar 68,6250 dengan nilai



minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum 160,00 sedangkan standard deviasi yaitu 44.84939. variabel bebas yang pertama adalah *Growth Opportunity* dengan nilai mean sebesar 27,4375 sedangkan nilai minimumnya adalah -74 dan nilai maksimumnya sebesar 108,00 sedangkan standard deviasinya 64,26253. variabel bebas yang kedua yaitu *Return On Asset* yang memiliki nilai mean 23,9688 dengan nilai minimumnya 8,00 dan nilai maksimumnya sebesar 45,00 sedangkan standard deviasi yaitu 11,49049.

#### 4.6. Uji Asumsi Klasik

##### 4.6.1. Hasil Uji Normalitas



Dari gambar scatterplot yang ada di atas tersebut, terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis diagonal. Hal ini berarti data berdistribusi normal.

Uji normalitas secara grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistic. Adapun hasil

perhitungan uji normalitas secara statistik yang dilihat berdasarkan uji kolmogorof-sminorof adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3.**  
**Hasil One Sample Kolmogorof- Smirnov Test**

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		<b>32</b>
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	<b>,0000000</b>
	<i>Std. Deviation</i>	<b>18,33147122</b>
	<i>Most Extreme Differences Absolute</i>	<b>,132</b>
	<i>Positive</i>	<b>,132</b>
	<i>Negatif</i>	<b>-0,74</b>
<i>Test Statistic</i>		<b>,132</b>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		<b>0,170<sup>cd</sup></b>

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)*

Pada nilai Kolmogorov-Smirnov diketahui nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,170, dan diatas nilai signifikan (0,05). Dengan kata lain variabel residual berdistribusi normal.

#### 4.6.2. Hasil Uji Multikolinearitas

**Table 4.4.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
*Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Colienarity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. (Constant)		
<i>Growth Opportunity</i>	<b>0,837</b>	<b>1,194</b>
<i>Return On Asset</i>	<b>0,837</b>	<b>1,194</b>

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)*

Berdasarkan hasil penelitian pada table uji multikolinearitas, dapat diperoleh :

- a) Nilai Tolerance variabel *Growth Opportunity* sebesar  $0,837 > 0,1$ .

Nilai VIF variabel *Growth Opportunity* sebesar  $1,194 < 10$ .

Dari hasil nilai Tolerance dan nilai VIF dapat disimpulkan bahwa data telah bebas multikolinearitas dan sudah sesuai dengan yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu bebas multikolinearitas.

- b) Nilai Tolerance variabel *Return On Asset* sebesar  $0,837 > 0,1$

Nilai VIF variabel *Return On Asset* sebesar  $1,194 < 10$ .

Dari hasil nilai Tolerance dan nilai VIF dapat disimpulkan bahwa data telah bebas multikolinearitas dan sudah sesuai dengan yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu bebas multikolinearitas.

#### 4.6.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.5**  
**Hasil Perhitungan Uji Gleser**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	3.453	4.949		.698	.491
	Growht_Oppportunity	.069	.036	.336	1.915	.065
	ROA	.303	.200	.265	1.512	.141

a. Dependent Variable: Absut

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)*

Berdasarkan pada tabel uji gleser diatas, dapat diketahui bahwa nilai Sig.variabel *Growth Opportunity* 0,065 > 0,05 dan nilai Sig.variabel *Return On Asset* 0,141 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas dan sudah sesuai dengan yang diharapkan dalam peneletian ini yaitu bebas heteroskedastisitas.

#### 4.6.4. Hasil Uji Autokorelasi

**Table 4.6.**  
**Hasil Perhitungan Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.913 <sup>a</sup>	.833	.821	18.95305	1.341

a. Predictors: (Constant), ROA, Growht\_Oppportunity

b. Dependent Variable: Dividen\_Payout\_Ratio

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)*

Dari table diatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson (d) adalah 1,341. Lalu nilai dL dan dU yang didapat dari table Durbin-Watson dengan k-2 dan n=32 adalah dL= 1,309 dan dU= 1,574. Oleh karena itu nilai d= 1,341 berada di antara

nilai  $d_U = 1,574$  dan  $4-d_U = 2,426$ . Oleh karena nilai ( $d_L < d < d_U$ ) yaitu ( $1,309 < 1,341 < 1,574$ ) maka belum bisa dibuktikan apakah terjadi autokorelasi atau tidak, sehingga diperlukan uji statistik yang lain untuk membuktikan terjadi atau tidaknya autokorelasi.

Cara lain untuk membuktikan ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan *Run Test*. *Run Test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak.

**Tabel 4.7.**  
**Hasil Uji Runs test**

<b>Runs Test</b>	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-1.08985
Cases < Test Value	16
Cases >= Test Value	16
Total Cases	32
Number of Runs	17
Z	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1.000

a. Median

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)*

Berdasarkan tabel 4.6. diatas, diketahui nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 1,000 lebih besar > dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi.



#### 4.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

**Table 4.8.**

##### Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Ustandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	32,094	8,001		4,011	0,000
Growth Opportunity	0,556	0,058	0,797	9,067	0,000
Return On Asset	0,887	0,324	0,227	2,741	0,010

a. Dependent variabel: *Dividen Payout Ratio*

Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)

Dari table tersebut, maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 32,094 + 0,556 \text{ Growth Opportunity (X1)} + 0,887 \text{ Return On Asset (X2)}$$

Persamaan regresi berganda tersebut memiliki makna sebagai berikut :

1. Persamaan regresi linear berganda yang terdapat pada table diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta 32.094 nilai tersebut mengindikasikan bahwa apabila *Growth Opportunity dan Return On Asset* diabaikan maka *Dividen Payout Ratio* akan mengalami kenaikan sebesar 32.094.
2. Sedangkan nilai koefisien setiap variabel independen dalam persamaan regresi linear berganda yaitu variabel *Growth Opportunity* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,556. Hal ini menjelaskan jika *Dividen Payout Ratio* naik satu point akan mengakibatkan kenaikan *Growth Opportunity* sebesar 55,6 %.
3. Sedangkan nilai koefisien regresi linear berganda pada variabel *Return On Asset* adalah sebesar 0,887. Hal ini menjelaskan jika variabel *Dividen Payout*

*Ratio* naik satu point akan mengakibatkan meningkatnya *Return On Asset* sebesar 88,7%.

#### 4.8. Hasil Koefisien Determinasi

**Tabel 4.9.**  
**Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	0,913	0,833	0,821	18,95305

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)*

Setelah dilakukan analisis regresi linear berganda, selanjutnya akan dilakukan pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk menguji hipotesis dalam penelitian.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS seperti pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pengaruh kedua variable bebas terhadap variable terikat dapat dinyatakan dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,833 atau 83,3 %. Hal ini berarti 83,3 % variasi *Dividen Payout Ratio* yang bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variable bebas, yaitu *Growth Opportunity dan Return On Asset*. Sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 83,3\% = 16,7\%$  dijelaskan oleh factor-faktor lain diluar model.

Koefisien determinasi 83,3 % sudah cukup besar dalam model ini karena sudah mencapai 80% untuk menjelaskan pergerakan perubahan *Dividen Payout Ratio*. Dan koefisien determinasi 83,0% membuktikan bahwa adanya pergerakan perubahan *dividen payout ratio* dalam model ini.

#### 4.9. Hasil Uji F

**Table 4.10.**  
**Hasil perhitungan Hasil uji F**

Model	Sum Of Squares	Df	Mean square	F	Sig
Regression	51938,172	2	25969,086	72,297	,000 <sup>b</sup>
Residual	10417,328	29	359,218		
Total	62355,500	31			

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)*

Dari hasil analisis regresi pada tabel yang ada di atas, dapat diketahui bahwa variable bebas ( *Growth Opportunity dan Return On Asset* ) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini di tunjukkan dengan nilai F-hitung adalah 72,293 sedangkan F-tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 3,305, sehingga dapat diketahui bahwa F-hitung lebih besar dari F-tabel ( 72,293 > 3,305) yang berarti menolak Ho. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa rasio *Growth Opportunity dan Return On Asset* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *dividen payout ratio*.

#### 4.10. Hasil Uji t

**Table 4.11.**  
**Hasil Perhitungan Uji T**

Model	Ustandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	32,094	8,001		4,011	0,000
Growth Opportunity	0,556	0,058	0,797	9,067	0,000
Return On Asset	0,887	0,324	0,227	2,741	0,010

Sumber : Diolah oleh Peneliti 2021 (SPSS 25)

Berdasarkan table uji t tersebut menunjukkan signifikansi masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### 1. *Growth Opportunity* (X1)

Dari hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel bebas yang pertama yaitu *Growth Opportunity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio* yang ditunjukkan dengan nilai Sig.0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sedangkan untuk nilai t-hitung diperoleh sebesar 9,607 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,694 maka  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  (  $9,607 > 1,694$ ). Sehingga dapat dibuat kesimpulan bahwa secara parsial variabel *Growth Opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio*.

##### 2. *Return On Asset* (X2)

Dari hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel bebas yang kedua yaitu *Return On Asset* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap *Dividen Payout Ratio* yang ditunjukkan dengan nilai Sign.0,01 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sedangkan untuk nilai t-hitung diperoleh sebesar 2,741 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,694 maka t-hitung > t-tabel (2,741 > 1,694). Sehingga dapat dibuat kesimpulan bahwa secara parsial variabel *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio*.

#### 4.11. Pembahasan Hipotesis

##### 4.11.1. Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap *Dividen Payout Ratio*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t untuk rasio *Growth Opportunity* memiliki nilai t-hitung sebesar 9,607 dan t-tabel sebesar 1,694. Dari data tersebut tampak bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel ( 9,607 > 1,694 ) yang berarti bahwa rasio *Growth Opportunity* berpengaruh positif atau memberikan efek positif terhadap *Dividen Payout Ratio* pada PT. unilever Indonesia Tbk. yang terdaftar di BEI periode 2012-2019.

Tingkat signifikansi untuk variabel *Growth opportunity* sebesar 0,00 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang di gunakan 5% (  $\alpha = 0,05$  ) yaitu (0,00 < 0,05 ). Dengan begitu variabel *Growth Opportunity* yang diukur dengan menggunakan rasio total penjualan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio*. Maka dapat disimpulkan dengan tingkat signifikansi 5%, didapatkan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio*.

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil.



Menurut Easterbook menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki laju pertumbuhan penjualan yang tinggi dan permintaan yang tinggi terhadap modal baru akan memiliki alasan untuk membayar dividen yang tinggi karena mereka harus sering menganalisis pasar modal. Jadi dividen yang tinggi merupakan salah satu cara untuk mengikat para megeang saham agar menerima *rate of return* (tingkat keuntungan) yang normal dari modal yang diinvestasikan dalam perusahaan.

Hasil ini juga menunjukkan apabila tingkat peluang pertumbuhan perusahaan PT. Unilever mengalami peningkatan, maka mereka juga membagikan dividen yang tinggi. Dengan kata lain apabila terjadi peningkatan peluang pertumbuhan pada perusahaan ini maka dividen yang mereka bagikan juga akan meningkat.

Dalam hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Growth Opportunity* yang dilihat dari pertumbuhan penjualan PT Unilever Indonesia Tbk masih tergolong baik dan mampu memberikan dividen yang cukup tinggi terhadap pemegang sahamnya. Meskipun terjadi tingkat penurunan penjualan pada tahun-tahun tertentu namun Unilever masih bisa menjaga kestabilan keuangannya, seperti yang diketahui bahwa penjualan unilever merupakan penjualan yang mampu menjangkau semua golongan masyarakat. Dari hasil peneletian ini juga dapat disimpulkan bahwa Perusahaan Unilever mampu bertumbuh dan mampu memberikan *Dividen Payout Ratio*.

Dengan hasil tersebut, maka hipotesis yang pertama dinyatakan diterima. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio*. Penelitian ini sejalan dengan

hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Akhyar Adnan, Barbara Gunawan, Ratri Candrasari ( 2014) hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio*. Menurut Suryani (2015) peluang bertambah besarnya suatu perusahaan di masa depan dikatakan dengan *Growth Opportunity* atau pertumbuhan perusahaan. Biasanya, perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang cepat mampu menghasilkan hasil yang positif maksudnya adalah pemantapan kedudukan di kondisi persaingan yang semakin kompetitif, menaksir penjualan yang bertambah secara signifikan dan diikuti dengan adanya kenaikan pangsa pasar.

#### 4.11.2. Pengaruh *Return On Asset* terhadap *Dividen Payout Ratio*

Variabel *Return On Asset* dengan nilai t-hitung 2,741 lebih besar dibandingkan dengan t-tabel sebesar 1,694 dengan *Beta Standardized* 0,887. Dari data tersebut tampak bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel (  $3,502 > 1,694$  ) yang berarti bahwa *Return On Asset* mempunyai pengaruh yang positif, terhadap variabel *Dividen Payout Ratio*. Kemudian dari hasil t-hitung variabel *Return On Asset* pada table diatas menunjukkan angka 3,502 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,01 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan 5% (  $\alpha = 0,05$  ) yaitu (  $0,01 < 0,05$  ). Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio*. Artinya *Return On Asset* menentukan besarnya Dividen yang akan dibagikan perusahaan terhadap investor, jika perusahaan memiliki *Return On Asset* yang bagus maka *Dividen Payout Ratio* yang dibagikan juga akan meningkat.

Perusahaan yang memiliki *Return On Asset* ( ROA) yang semakin besar menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, karena tingkat pengembalian investasi ( return ) juga semakin besar. Dividen yang di ambilkan dari keuntungan bersih akan mempengaruhi *Dividen Payout Ratio*. Perusahaan yang semakin besar keuntungannya akan membayar dividen yang semakin tinggi juga.

Dengan hasil tersebut, maka disimpulkan hipotesis kedua diterima. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Muammar Hanif dan Bustamam (2017) hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa *Return On Asset* (ROA) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *dividen payout ratio*. Diikuti dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lanawati dan Amilin (2015) hasil penelitian mereka menyatakan bahwa *Return On Asset* ( ROA ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Dividen Payout Ratio*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggit Satria Pribadi, R. Djoko Sampurno (2012), hasil penelitian mereka mengatakan bahwa adanya pengaruh *Return On Asset* terhadap *Dividen Payout Ratio*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Jossie Basten Janifairus Rustam Hidayat Achmad Husaini ( 2013 ) hasil penelitian mereka menyatakan bahwa *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Dividen Payout Ratio*.

Berkaitan dengan laba, perlu diingat bahwa tidak semua laba akan ditahan dan digunakan untuk membiayai operasi perusahaan. Sebagian laba harus dibagikan sebagai dividen kepada para pemegang saham, sehingga semakin tinggi laba, maka semakin tinggi dividen yang harus dibagikan.

#### **4.11.3. Pengaruh *Growth Opportunity* dan *Return On Asset* terhadap *Dividen Payout Ratio***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa *Growth Opportunity* dan *Return On Asset* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *Dividen Payout Ratio* pada PT Unilever Indonesia Tbk. Periode 2012-2019. *Growth Opportunity* merupakan peluang pertumbuhan perusahaan dimasa depan, biasanya, perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang cepat mampu menghasilkan hasil yang positif maksudnya adalah pemantapan kedudukan di situasi persaingan yang semakin kompetitif, mampu menaksir penjualan yang bertambah secara signifikan dan diikuti dengan peningkatan pangsa pasar. Dengan begitu secara garis besar apabila *Growth Opportunity* pada suatu perusahaan bagus maka akan menghasilkan laba dan mampu memberikan persentase Dividen yang cukup besar terhadap para investornya dan para investor juga akan semakin melirik dan berminat untuk berinvestasi pada perusahaan Unilever yang memiliki *Growth Opportunity* yang cukup menjanjikan.

*Return On Asset* juga memiliki peranan penting dalam mempengaruhi *Dividen Payout Ratio* dikarenakan apabila *Return On Asset* yang semakin besar menunjukkan bahwa kinerja perusahaan Unilever juga semakin baik, karena tingkat pengembalian investasi (return) juga semakin besar dan mampu memberikan dividen yang tinggi terhadap para investor.

Kedua variabel yang telah dijelaskan diatas yaitu *Growth Opportunity* dan *Return On Asset* secara bersama-sama memiliki hubungan yang erat dengan *Dividen Payout Ratio* dimana kedua variabel bebas diatas mampu menjelaskan

seberapa besar pengaruh yang diberikan terhadap besarnya persentase *Dividen Payout Ratio* yang akan dibagikan kepada investor.

