

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Gambaran umum dari perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

4.1.1 Gambaran Umum PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

PT.Indofood Sukses Makmur Tbk, yang didirikan dengan nama PT Panganjaya Itikusuma di tahun 1990, memiliki berbagaikegiatan usaha yang telah beroperasi sejak awal tahun 80-an. Memulai kegiatan usaha di bidang makanan ringan melalui perusahaan patungan dengan Fritoly Netherland Holding B.V., perusahaan afiliasi PepsiCo Inc. Tahun 1994 mengganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur dan mencatatkan saham di BEI. Pada tahun 1995 memulai integrasi bisnis melalui akuisisi pabrik penggilingan gandum Bogasari. Tahun 1997 memperluas integrasi bisnisnya dengan mengakuisisi grup perusahaan yang bergerak di bidang perkebunana, agrabisnis dan distribusi. Tahun 2005 memulai kegiatan usaha di bidang perkapalan dengan mengakuisisi PT.Pelayaran Tahta Bahtera. Dan pada tahun 2007 mencatatkan saham Grup Agribisnis, Indofood Agri Resources Ltd. (“IndoAgri), di Singapore Stock Excsnge (“SGX’). Grup Agribisnis memperluas perkebunannya dengan mengakuisisi PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (“Lonsum”), sebuah perusahaan perkebunana yang sahamnya tercatat di BEI. PT.Indofood Sukses Makmur menghasilkan produk-produk sebagai berikut :

1. Produk Barang

Produk yang dihasilkan oleh PT.Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan produk setengah jadi (*Work in process*) karena produk yang dihasilkan berupa mie instan. Mie instan merupakan produsen teerbbesar di dunia yang berada di posisi terdepan di Indonesia. Dengan produk yang dihasilkan berkualitas dan memiliki citarasa yang tinggi dengan harga terjangkau. Merek-merek yang sudah dikenal di Indonesia seperti Indomie, Supermi, Sarimi, Pop Mie, dan Mie Telur Cap 3 Ayam, melayani konsumen dari berbagai kalangan dan usia serta memiliki

tingkat kepercayaan dan loyalitas konsumen yang tinggi. Produk Indomie yang dikenal di Indonesia seperti Indomie goreng dan Indomie kuah.

2. Produk Jasa

Produk jasa yang diberikan oleh PT.Indofood Sukses Makmur Tbk berupa penyediaan tempat penyimpanan barang dari bahan baku sampai yang sudah siap dipasarkan. Produk jasa yang lainnya adalah berdirinya anak perusahaan bernama PT.Indomrco yang fungsinya mendistribusi produk-produk yang diluncurkan oleh PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.

1. Visi dan Misi PT.Indofood Sukses Makmur Tbk

Visi Perusahaan

Perusahaan Total Food Solutions

Misi Perusahaan

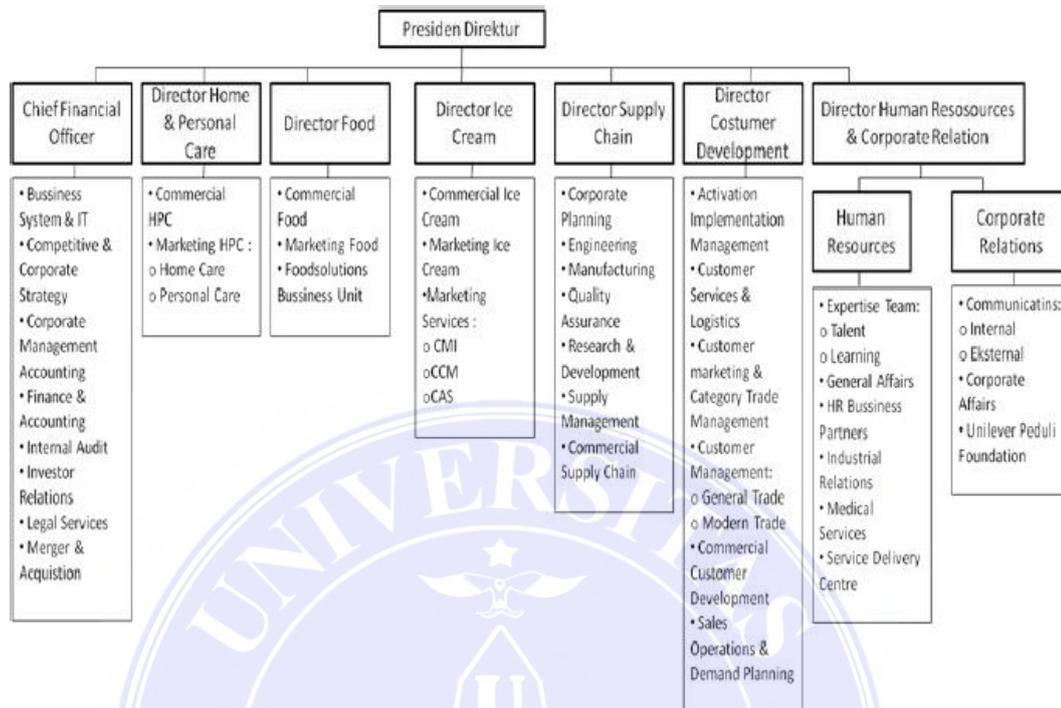
1. Memberikan solusi atas kebutuhan pangan secara berkelanjutan.
2. Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami.
3. Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.
4. Meningkatkan stakeholders' values secara berkesinambungan.

2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 1. Logo PT.Indofood Sukses Makmur, Tbk

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 2. Struktur Organisasi PT.Indofood Sukses Makmur, Tbk

4.1.2 Gambaran Umum PT. Akasha Wira International Tbk

PT.Akasha Wira Internasional Tbk (“Perseroan”) yang terletak di Jalan Letjen TB. Simatupang Kav. 88, Jakarta 12520. Phone: (021) 27545000. Facsimile: (021) 78845549. PT Akasha Wira International Tbk didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985. Nama Perseroan telah diubah beberapa kali, terakhir pada tahun 2010, ketika nama Perseroan diubah menjadi PT Akasha Wira International Tbk.

PT Akasha Wira International Tbk (ADES) bergerak di bidang pembuatan produk air minum botolan dan pembuatan dan distribusi produk kosmetik. Produksi komersial air minum dimulai pada tahun 1986, perdagangan produk kosmetik dimulai pada tahun 2010 dan pembuatan produk kosmetik dimulai pada tahun 2012. Sesuai dengan Pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah industri air minum dalam kemasan, industri roti dan

kue, kembang gula, macaroni, kosmetik, dan perdagangan besar. PT.Akasha Wira International Tbk bergerak dalam industry sebagai berikut :

1. Industri Air Kemasan

Perusahaan memulai produksi air minum dalam kemasan secara komersial pada tahun 1986 dengan merek AdeS dan Vica. Perseroan mengeluarkan produk baru yaitu produk air kemasan merek AdeS dengan kemasan baru dan Nestle Pure Life di tahun 2004 pada saat Water Partners Bottling S.A. Ditahun 2007 Perseroan mengeluarkan produk air minum baru dalam kemasan gallon dengan merek Vica Royal untuk menggantikan produk AdeS.

2. Industri Kosmetika

Perusahaan memulai produksi kosmetika perawatan rambut dengan merek Makarizo di tahun 2010 dengan melakukan pembelian mesin produksi dan perlengkapannya milik PT.Damai Sejahtera Mulia.

3. Bisnis Perseroan di Bidang Distribusi Produk Kosmetika

Pada kuartal keempat tahun 2012, Perseroan menandatangani perjanjian kerjasama dengan Procter & Gamble untuk mengimpor, mendistribusikan dan menjual produk Procter & Gamble segmen premium professional (produk yang distribusinya dilakukan melalui salon) yaitu produk Wella, Wella Professional, dan Clairol Professional.

4. Bisnis Minuman Berbahan Baku Kedelai

Tahun 2014 Perseroan mulai mengaktifkan kembali pabrik Perseroan yang tidak terpakai yang terletak di Jl.Siliwangi, Desa Benda, Kecamatan Cicurug, Sukabumi, untuk memproduksi minuman susu kedelai dengan merek Pural. Bisnis ini merupakan pilot proyek Perseroan untuk memperluas ke bisnis minuman lain.

1. Visi dan Misi PT.Akasha Wira International Tbk

Visi Perusahaan

Menyediakan solusi konsumen terbaik di dunia kepada masyarakat luas.

Misi Perusahaan

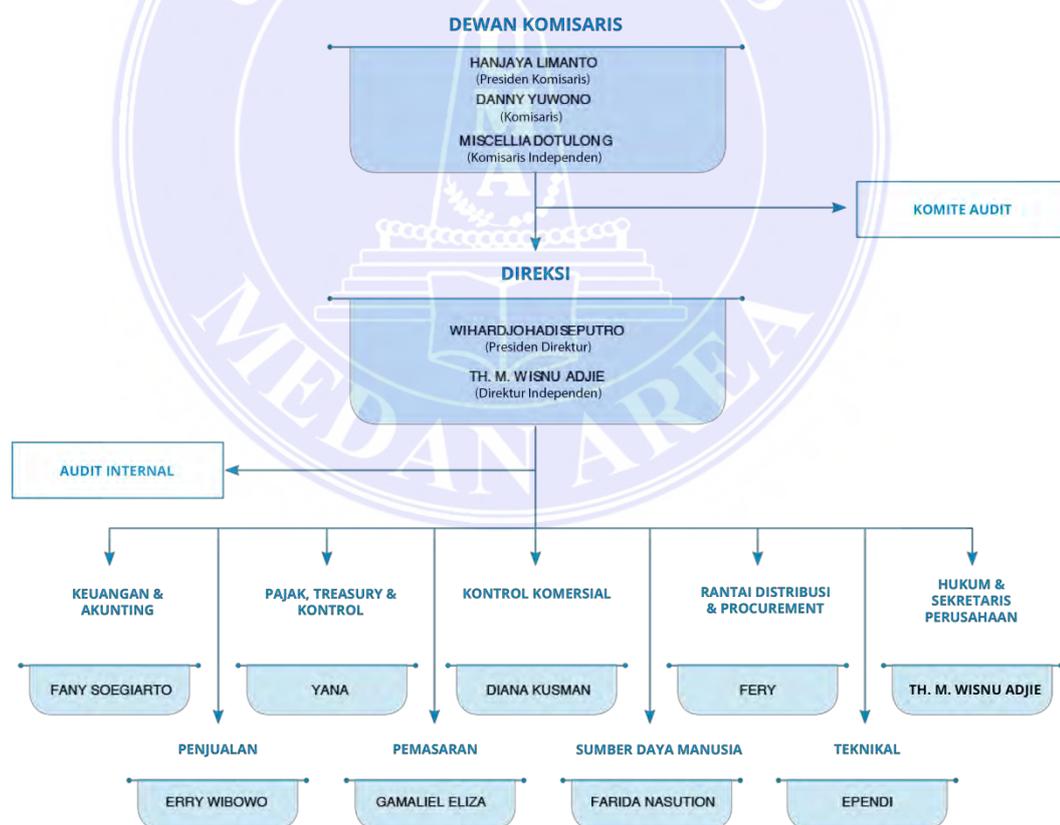
Memberikan solusi konsumen terbaik untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup berkualitas sebagai bentuk pemenuhan komitmen kami kepada pemangku kepentingan melalui orang, budaya, dan sistem terbaik yang kami miliki.

2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 3. Logo PT. Akasha Wira International, Tbk

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 4. Struktur Organisasi PT. Akasha Wira International, Tbk

4.1.3 Gambaran Umum PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company

Bermula dari usaha keluarga yang dirintis sejak tahun 1960an oleh Bapak Achmad Prawirawidjaja (alm), PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (“Perseroan”) dari tahun ke tahun terus berkembang, dan saat ini menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka di bidang industry makanan dan minuman di Indonesia.

Pada periode awal pendirian, Perseroan hanya memproduksi produk susu yang pengolahannya dilakukan secara sederhana.pada pertengahan tahun 1970an Perseroan mulai memperkenalkan teknologi pengolahan secara UHT (*Ultra High Temperature*) dan teknologi pengemasan dengan kemasan karton aseptik (*Aseptic Packaging Material*).

Pada tahun 1975 Perseroan mulai memproduksi secara komersial produk minuman susu cair UHT dengan merk dagang “Ultra Milk”, tahu 1978 memproduksi minuman sari buah UHT dengan merk dagang “buavita”, dan tahun 1981 memproduksi minuman the UHT dengan merk dagang “The Kotak”. Sampai saat ini Perseroan telah memproduksi lebih dari 60 macam jenis minuman UHT dan terus berusaha untuk senantiasa memenuhi kebutuhan dan selera konsumennya. Produk-produk yang dihasilkan perseroan adalah sebagai berikut :

1. Minuman UHT
 - 1) Produk susu cair seperti Ultra Milk, Ultra Mini dan Low Fat Hi Cal.
 - 2) Produk Teh dengan merek The Kotak
 - 3) Produk Minuman Kesehatan dengan merk dagang Sari Asam, Sari Kacang Ijo dan Coco Panda Drink.
2. Makanan
 - 1) Produk susu bubuk dengan merk Morinaga
 - 2) Produk susu kental manis dengan merk Cap Sapi, Golden Choice dan Ultra Milk

1. Visi dan Misi Perusahaan

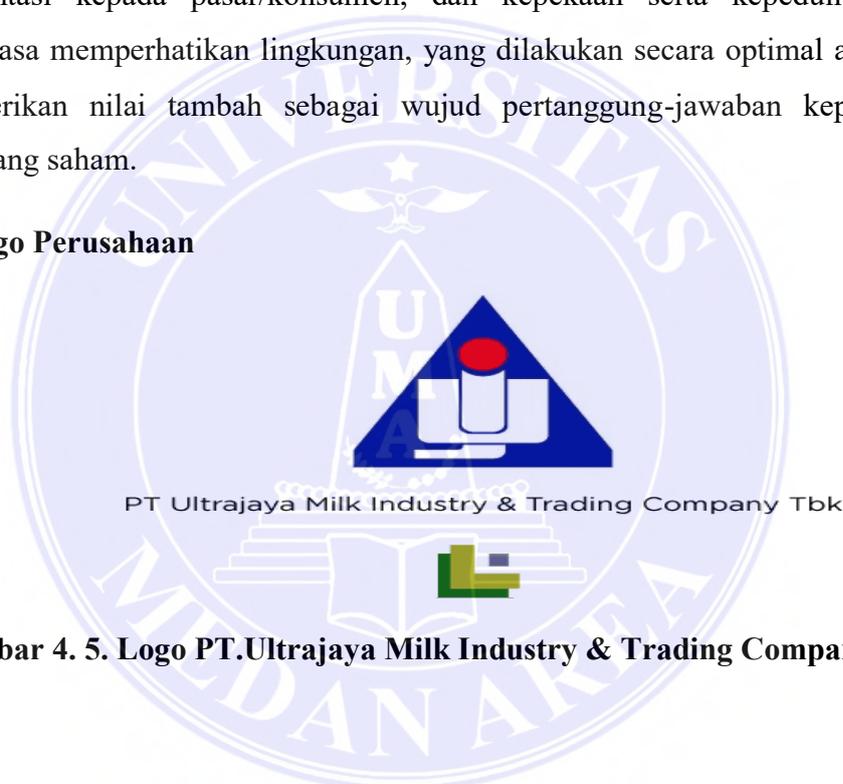
Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan industry makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia, dengan senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen, serta menjunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan.

Misi Perusahaan

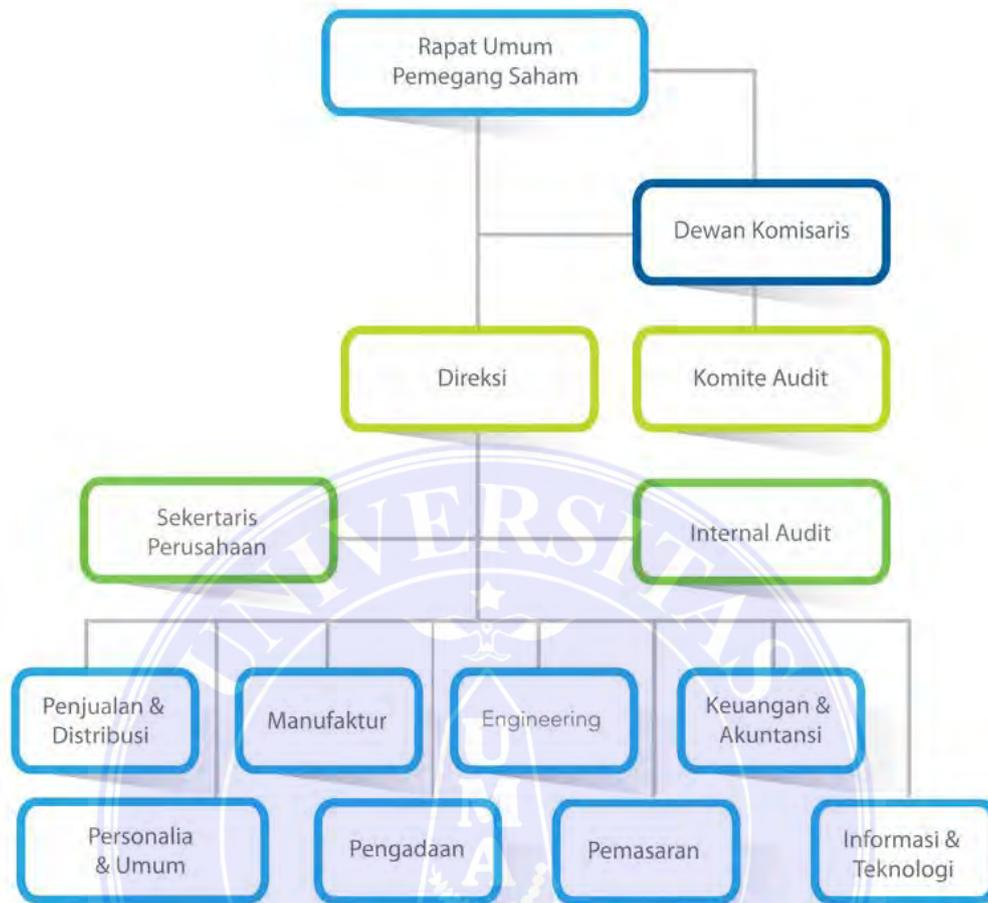
Menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar/konsumen, dan kepekaan serta kepedulian untuk senantiasa memperhatikan lingkungan, yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggung-jawaban kepada para pemegang saham.

2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 5. Logo PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 6. Struktur Organisasi PT. Ultrajaya Milk Industry Trading Company. Tbk

4.1.4 Gambaran Umum PT. Multi Bintang Indonesia Tbk

Perseroan telah membuat bir di Indonesia selama 88 tahun sejak memproduksi “Java Beer” tahun 1931. Perseroan didirikan di Medan pada 1929 dengan nama NV Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen, dan memulai operasinya secara komersial 2 (dua) tahun kemudian, yaitu pada 21 November 1931, ketika membuka brewery pertama di Surabaya. Perseroan pindah domisili secara resmi dari Medan ke Surabaya pada 1936, dan Heineken mengambil alih saham mayoritas Perseroan, yang kemudian mengganti nama menjadi N.V. Heineken’s Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen Maatschappij. tahun 1951 mengubah nama menjadi Heineken’s Indonesische Bierbrouwerijen Maatschappij

NV. Kemudian tahun 1972 berganti nama kembali menjadi PT. Perusahaan Bir Indonesia. Pada tahun 1981,

Perseroan mengakuisisi PT.Brasseries de l'Indonesia, produsen bir an minuman ringan berbasis di Medan. Perseroan merelokasi domisilnya ke Jakarta pada 2 September 1981, mengubah namanya menjadi PT Multi Bintang Indonesia. Tahun 2007 Desember saham Perseroan tercatat di Burs Efek Indonesia (BEI). PT. Multi Bintang Indonesia menghasilkan produk-produk sebagai berikut:

1. Bir Bintang, merek ikonik Indonesia dan bir pilihan di Indonesia.
2. Heineken, merek bir premium yang sangat bernilai kelas internasional
3. Bintang Radler, perusahaan antara bir Bintang dan natural citrus juice dengan kandungan alcohol 2 %, tersedia dalam 2 varian yaitu Bintang Radler Lemon dan Orange.
4. Bintang Zero 0,0%, minuman non-alkohol pertama di Indonesia
5. Bintang Radler Lemon 0,0%, minuman berkarbonasi bebas alcohol dipadukan dengan natural lemon juice
6. Strongbow, merek cider berskala global, dalam ragam Gold Apple dan Dark Fruits
7. Fayrouz, berbasis soda dengan jus buah dan sparkling water
8. Green Sands, minum ringan berkarbonasi.

Anak perusahaan, PT Multi Bintang Indonesia Niaga, sebagai distributor utama untuk produk-produk tersebut diatas, mengelola penjualan dan pemasarannya.

1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan

Indonesia melalui brand-brandnya, orang-orangnya dan kinerjanya.

Misi Perusahaan

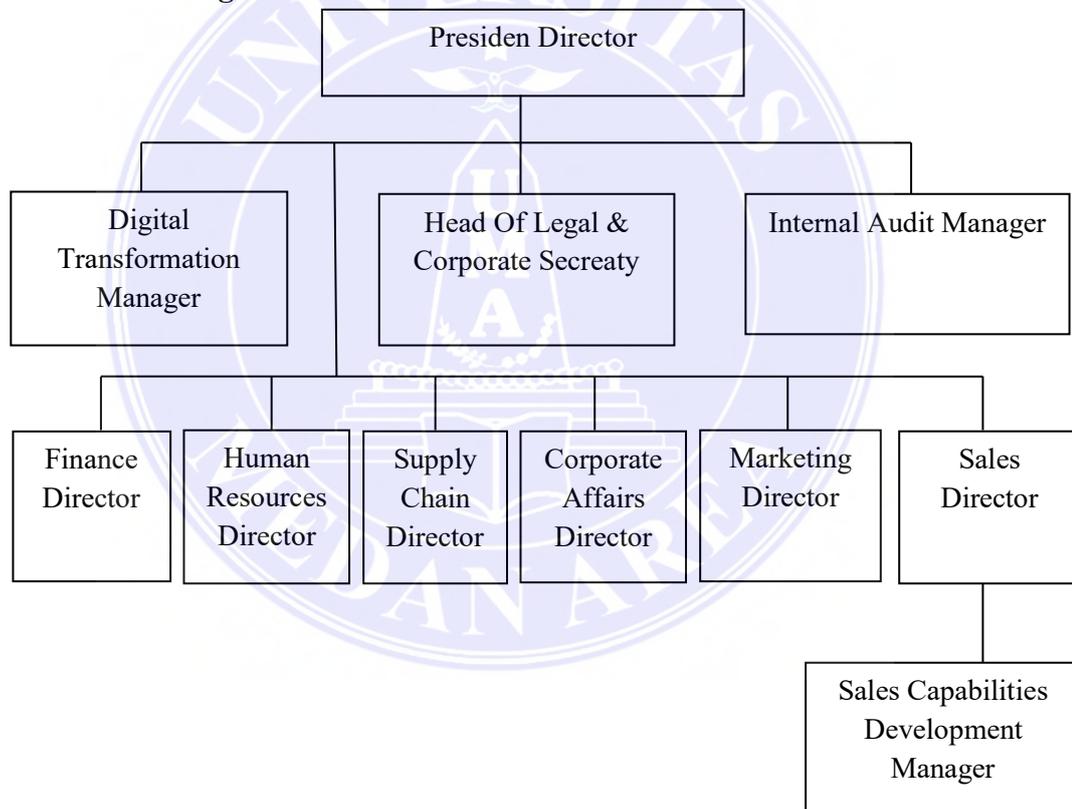
Menjadi perusahaan minuman Indonesia yang memiliki reputasi baik dan bertanggung jawab, dengan portofolio brand bir dan minuman ringan terkemuka.

2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 7. Logo PT.Multi Bintang Indonesia, Tbk

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 8. Struktur Organisasi PT.Multi Bintang Indonesia, Tbk

4.1.5 Gambaran Umum PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (“Perusahaan”) adalah suatu perseroan terbatas yang bergerak di bidang pengolahan minyak nabati dan minyak nabati spesialitas yang digunakan untuk industry makanan dan minuman. Produk yang

dihasilkan yaitu minyak kelapa sawit beserta produk-produk turunannya, biji tengkawang dan minyak nabati spesialitas. Selain itu perusahaan juga bergerak dalam bidang perdagangan local, ekspor, impor, perdangan hail bumi, hasil hutan, melakukan perdagangan barang-barang keperluan sehari-hari, bertindak sebagai grosir, distributor, leveransir, eceran, dan lainnya.

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, dahulu dikenal dengan nama CV Tjahaja Kalbar yang didirikan pada tahun 1968. Perusahaan baru disahkan menjadi Perseroan Terbatas (PT Cahaya Kalbar) pada tahun 1988. Pada tahun 1996 menjadi perusahaan public dengan nama PT Cahaya Kalbar Tbk. Pada tahun 2013 perusahaan berganti nama menjadi PT Wilmar Cahaya International Limited. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Cocoa Butter Substitute (CBS) dengan produk Sania Ultra Choco dan Fonta CK
2. Cocoa Butter Replacer (CBR) dengan produk Ceka 430 dan Willarine 800LT
3. Confectionary Fat dengan produk Fonta Extra, Fonta Mild, Sania Liko 393, Sania Piko, Fonta 38, Ceka Mesis, Willarine 420. Dan Ceka Hardener
4. Ice Cream Fat dengan produk Fonta Cream

1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan

Untuk menjadi perusahaan kelas dunia dalam industry minyak nabati dan minyak nabati spesialitas.

Misi Perusahaan

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. Mempunyai misi untuk menghasilkan produk bermutu tinggi dan memberikan layanan terbaik terhadap semua pelanggan; meningkatkan kompetensi dan keterlibatan karyawan dalam pencapaian visi tersebut; mencapai pertumbuhan usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan serta memberikan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan

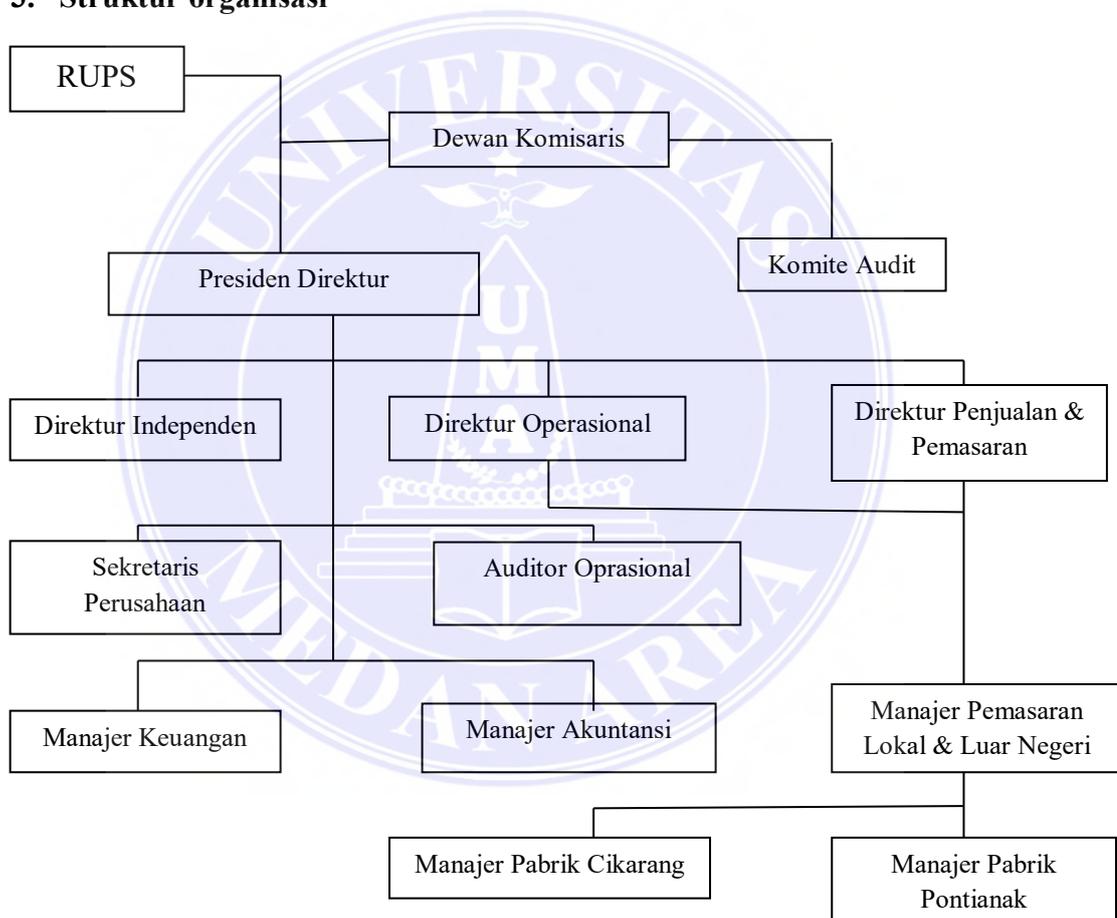
karyawan;meningkatkan kepercayaan dan membina hubungan yang baik dengan agen, pemasok, masyarakat dan pemerintah.

2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 9. Logo PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk

3. Struktur organisasi



Gambar 4. 10. Struktur Organisasi PT.Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk

4.1.6 Gambaran Umum PT. Mayora Indah Tbk

PT. Mayora Indah Tbk. (Perseroan) didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertama berlokasi di Tangerang dengan target market wilayah Jakarta dan sekitarnya. Setelah mampu memenuhi pasar Indonesia, Perseroan melakukan

Penawaran Umum Perdana dan menjadi perusahaan public pada tahun 1990 dengan target market; konsumen Asean. Kemudian melebarkan pangsa pasarnya ke negara negara di Asia. Saat ini produk Perseroan telah tersebar 5 benua di dunia. Bahkan pada tahun 2017 kembang gula kopiko telah dibawa oleh awak stasiun luar angkasa internasional saat mengorbit bumi.

Sebagai salah satu Fast Moving Consumer Goods Companies, PT. Mayora Indah Tbk telah membuktikan dirinya sebagai salah satu produsen makanan berkualitas tinggi dan telah mendapatkan banyak penghargaan, salah satunya adalah “Top Five Best Managed Companies in Indonesi” dari Asia Money. PT. Mayora Indah Tbk menghasilkan produk-produk sebagai berikut :

1. Biskuit
2. Kembang Gula
3. Wafer
4. Coklat
5. Kopi
6. Makanan kesehatan

Produk-produk hasil inovasi Perseroan tersebut di antaranya:

1. Permen kopiko, pelopor permen kopi
2. Astor, pelopor wafer stick
3. Beng-beng, pelopor wafer caramel berlapis coklat
4. Choki-choki, pelopor coklat pasta
5. Energen, pelopor minuman sereal
6. Kopi Torabika Duo dan Duo Susu, pelopor coffee mix
7. Kopiko Brown Coffee, pelopor racikan kopi dengan gula aren
8. Torabika Creamy Latte, pelopor kopi latte dengan sajian gula terpisah.

1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan

Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.

Misi Perusahaan

Dapat memperoleh laba bersih operasi diatas rata-rata industry dan memberikan value added yang baik bagi seluruh stakeholders Perseroan.

Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara dimana Perseroan berada.

2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 11. Logo PT. Mayora Indah, Tbk

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 12. Struktur Organisasi PT. Mayora Indah, Tbk

4.1.7 Gambaran Umum PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk

Perseroan didirikan dengan nama PT.Nippon Indosari Corporation berdasarkan Akta Pendirian No.11 tanggal 8 Maret 1995, yang diperbaiki dengan Akta Perubahan Anggaran Dasar No.174 tanggal 29 April 1995, yang keduanya dibuat di hadapan Benny Kristianto, SH, Notaris di Jakarta, telah mendapat pengesahan dari Menkumham melalui surat keputusan No.C2-6209 HT.01.01.Th.95 tanggal 18 Mei 1995 dan telah didaftarkan dalam buku register di kantor Pengadilan Negeri Bekasi No.264 dan 265 tanggal 14 September 1995 serta telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No.94 tanggal 24 November 1995 dan Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No.9729/1995. Dengan telah disahkannya Akta Pendirian tersebut oleh Menkumham, maka Perseroan telah sah berdiri sebagai badan hukum Indonesia.

Pada tahun 1996, Perseroan mengoperasikan pabrik pertama di Cikarang (Jawa Barat) dan meluncurkan produk komersial pertama dengan merek "Sari Roti". Selanjutnya di tahun 2003, nama Perseroan berubah dari PT Nippon Indosari Corporation menjadi PT Nippon Indosari Corpindo melakukan penawaran Umum Saham Perdana pada tanggal 28 Juni 2010 di Bursa Efek Indonesia dengan kode emiten ROTI. PT. Nippon Indosari Corpindo menghasilkan produk-produk sebagai berikut :

1. Roti tawar
2. Roti manis isi
3. Roti sobet
4. Sandroll
5. Roti kasur
6. Chiffon
7. Roti plain roll dan roti burger

1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan

Senantiasa tumbuh dan mempertahankan posisi sebagai perusahaan roti terbesar di Indonesia melalui penetrasi pasar yang lebih luas dan dalam dengan menggunakan jaringan distribusi yang luas untuk menjangkau konsumen di seluruh Indonesia.

Misi Perusahaan

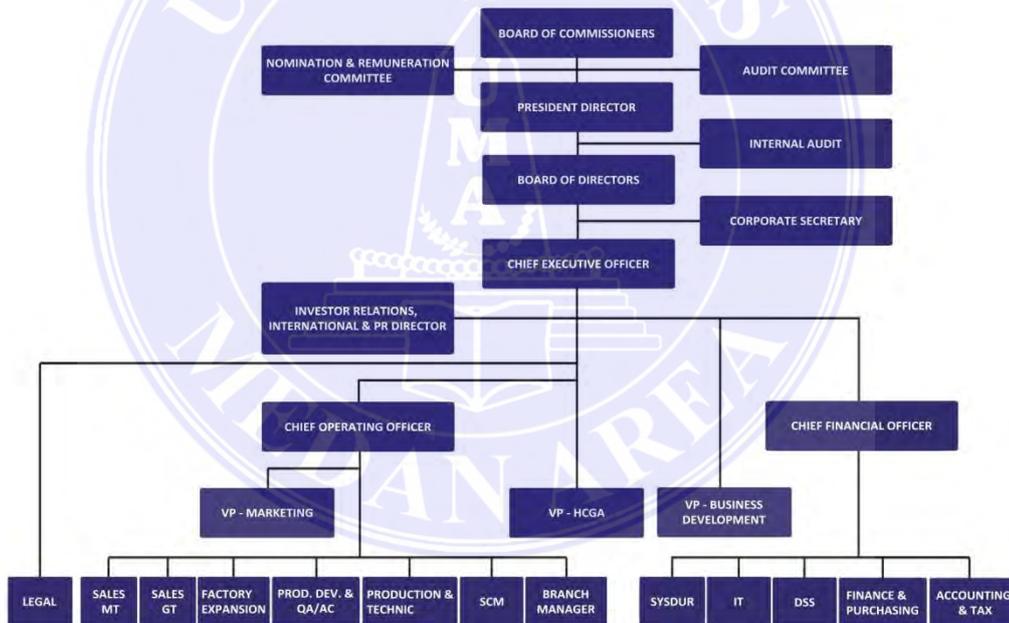
Memproduksi dan mendistribusikan beragam produk yang halal, berkualitas tinggi, higienis dan terjangkau bagi seluruh konsumen Indonesia.

2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 13. Logo PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 14. Struktur Organisasi PT. Nippon Indosari, Tbk

4.1.8 Gambaran Umum PT. Siantar Top Tbk

Pertama kali perseroan dirintis tahun 1972, dimulai dari usaha rumahan. Industri kecil inilah yang merupakan cikal bakal Perseroan. Tahun 1987 nama PT. Siantar Top Industri pertama kali digunakan selanjutnya tahun 1989 mendirikan

pabrik baru dikawasan Jalan Tambak Sawah Waru, Sidoarjo dengan menempati area seluar 25.000 m². Selain memproduksi krupuk mentah, Perseroan mulai memproduksi makanan ringan mie dan mulai memproduksi varian permen di tahun 1991. Tahun 1998 mendirikan pabrik baru sebagai cabang di Medan, Sumatera Utara dan PT. Siantar Top berganti bentuk menjadi perusahaan terbuka (Tbk) setelah tercatat dalam Bursa Efek Jakarta di tahun 1996. Pada tahun 2002 PT. Siantar Top Tbk mendirikan pabrik baru di Bekasi, Jawa Barat. Di tahun 2009 Perseroan berhasil memasarkan produk biscuit dan wafer yang sudah direncanakan sejak tahun 2007 dan perseroan mengembangkan pabrik kopi hingga mendirikan pabrik baru di Makasar di tahun 2011. PT.Siantar Top menghasilkan produk-produk sebagai berikut :

1. Produk makanan ringan kerupuk dan mie
2. Produk biscuit dan wafer

1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan terkemuka yang terus tumbuh dan berkembang demi kepuasan bersama.

Misi Perusahaan

Menjadi perusahaan pelopor produk-produk dengan TASTE SPECIALIST.

Menyediakan produk yang kompetitif harganya, terjamin mutu, halal dan legalitasnya.

Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan bersama (stakeholder's, karyawan dan masyarakat).

Mengembangkan keragaman produk/usaha sesuai perkembangan kebutuhan pasar atau konsumen.

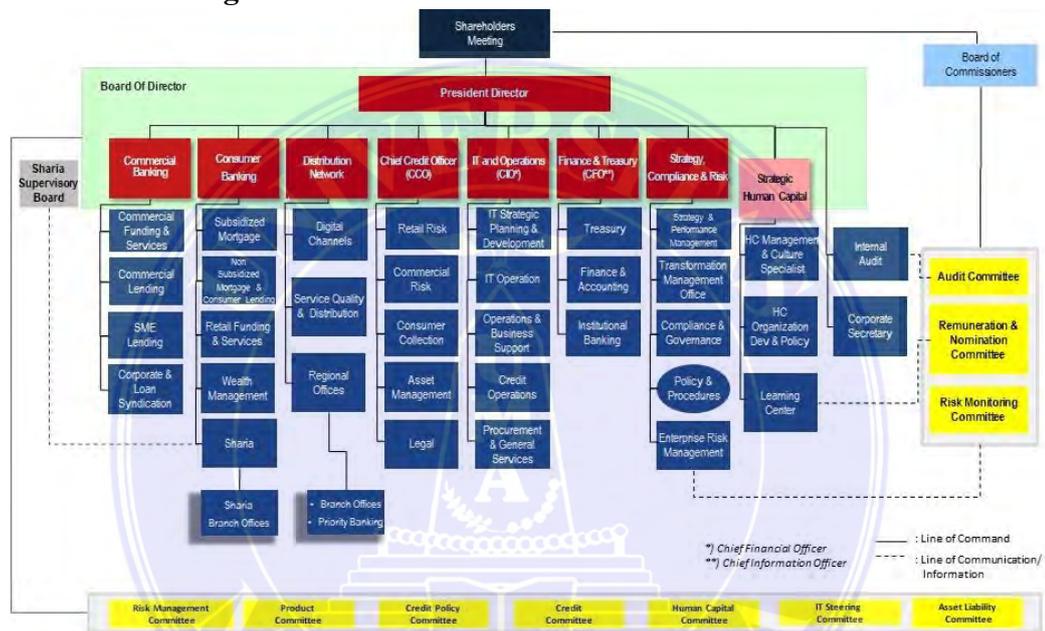
Membuka kesempatan untuk pihak lain (investor), untuk bekerja sama dengan mensinergikan kemampuan yang dimiliki untuk memperkuat dalam mengembangkan.

2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 15. Logo PT. Siantar Top, Tbk

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 16. Struktur Organisasi PT. Siantar Top Tbk

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Data

Data yang digunakan adalah annual report dan masing-masing data adalah data perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Tujuan penelitian ini untuk melihat apakah *Quick Ratio* (QR), *Total Asset Turnover* (TATO), dan *Receivable Turnover* (RTO) memiliki pengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA).

Berikut ini merupakan tabel tentang pergerakan rasio-rasio keuangan perusahaan *Food and Beverages* yang tercatat pada laporan tahunan dari periode 2015-2019 secara umum :

Tabel 4. 1

Data Rasio Keuangan QR, TATO, RTO, dan ROA Pada Perusahaan Food and Beverages Periode 2015-2019 (dalam Jutaan)

Kode	Tahun	QR	TATO	RTO	ROA
		Kali	Kali	Kali	%
INDF	2015	1,40155	0,69760	15,0528	0,04039
	2016	1,06744	0,81119	14,4383	0,06409
	2017	1,07014	0,79396	13,9267	0,05766
	2018	0,69313	0,76027	13,5867	0,05140
	2019	0,88082	0,79620	14,1681	0,06136
ADES	2015	1,55467	1,02526	5,34152	0,05027
	2016	1,14670	1,15660	5,81662	0,07290
	2017	0,76062	0,96936	5,79321	0,04551
	2018	0,97182	0,91266	6,09957	0,06009
	2019	1,55467	1,01454	6,20763	0,10200
ULTJ	2015	0,88839	1,24123	9,80506	0,14777
	2016	1,14670	1,10539	10,1336	0,16744
	2017	3,36008	0,94047	9,66960	0,13721
	2018	2,28224	0,98506	10,3165	0,12628
	2019	3,26279	0,94446	10,1777	0,15675
CEKA	2015	1,01464	2,34599	13,3968	0,07171
	2016	1,08544	2,88615	14,5756	0,17511
	2017	1,28991	3,05732	14,6866	0,07713
	2018	3,01039	3,10476	12,5173	0,07926
	2019	3,62152	2,24032	8,70642	0,15466
MLBI	2015	0,47612	1,28344	12,8536	0,23653
	2016	0,57539	1,43440	11,2691	0,43170
	2017	0,69413	1,35045	5,92200	0,52670

	2018	0,66928	1,26306	6,02602	0,42388
	2019	0,62767	1,28114	4,31232	0,41632
MYOR	2015	1,80585	1,30645	4,39930	0,11287
	2016	1,70340	1,42001	4,20458	0,01075
	2017	1,97802	1,39561	3,62400	0,10934
	2018	1,95111	1,36774	4,31749	0,10007
	2019	2,67969	1,31457	4,24039	0,10712
ROTI	2015	1,94439	0,80349	8,74449	0,09997
	2016	2,80395	0,86378	8,88465	0,09583
	2017	2,20962	0,54635	7,66688	0,02969
	2018	3,44729	0,62965	6,69948	0,02894
	2019	1,61783	0,71272	6,92948	0,05052
STTP	2015	0.65098	1,32544	9,92944	0,09674
	2016	1,15164	1,12544	8,80376	0,07455
	2017	1,80773	1,20619	7,27998	0,09222
	2018	1,38548	1,07440	6,69300	0,09695
	2019	2,08470	1,21895	6,48290	0,16748

4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018), analisis deskriptif adalah menganalisa gambaran atau mendiskripsikan data-data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, *mean*, *range*, dan standar deviasi.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel untuk menganalisa statistik deskriptif yaitu *Return On Asset* (ROA) (Y), *Quick Ratio* (QR) (X_1), *Total Asset Turnover* (TATO) (X_2), dan *Receivable Turnover* (RTO) (X_3). Berikut ini tabel dari hasil analisa deskriptif :

Tabel 4. 2
Analisis Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Mean	0.130179	1.608198	1.267805	8.784997
Median	0.096845	1.393515	1.140940	8.186650
Maximum	0.526700	3.621520	3.104760	15.05280

Minimum	0.010750	0.476120	0.546350	3.624000
Std. Dev.	0.118327	0.881103	0.619790	3.555465

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, terlihat bahwa ROA pada tingkat terendah (*minimum*) sebesar 0,010750 dan tingkat tertinggi (*maximum*) ROA sebesar 0,526700. Rata-rata (*mean*) ROA yang dimiliki 26 perusahaan sebesar 0,130179, hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1 aset perusahaan dapat menghasilkan laba 0,130179.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, terlihat bahwa QR pada tingkat terendah (*minimum*) sebesar 0,0476120 dan tingkat tertinggi (*maximum*) QR sebesar 3,1621520. Rata-rata (*mean*) QR yang dimiliki 26 perusahaan sebesar 1,608198, hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1 kewajiban lancar dapat dipenuhi dengan 1,608198 aset lancar yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa nilai terendah (*minimum*) TATO sebesar 0,546350 dan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 3,104760. Nilai rata-rata (*mean*) TATO yang dimiliki 26 perusahaan sebesar 1,267805, hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1 aset perusahaan dapat menghasilkan 1,267805 penjualan .

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa nilai terendah (*minimum*) RTO adalah 3,62400, nilai tertinggi (*maximum*) RTO sebesar 15,05280. Rata-rata (*mean*) RTO yang dimiliki 26 perusahaan sebesar 8,784997. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hasil yang positif karena rata-rata nilai yang dihasilkan cukup tinggi dari variabel lainnya, artinya perusahaan efektif dalam melakukan penagihan piutang sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan.

4.2.3 Pemilihan Model Regresi Data Panel

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji atau melihat pengaruh dari satu variabel atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Jenis data yang digunakan dalam analisis regresi yaitu data runtun waktu (*time series*), data antar ruang (*cross sectional*) dan *pooled data* yaitu gabungan antara *time series* dan *cross sectional*) (Imam Ghazali, 2017:18). Metode yang dapat digunakan dalam mengestimasi model regresi data panel yaitu *pooling least*

square (common effect model) , pendekatan efek tetap (*fixed effect model*) , pendekatan efek random (*random effect model*).

1. *Common Effect Model* atau Pooled Least Square (PLS)

Common effect model adalah yang paling sederhana untuk mengestimasi data panel hanya dengan mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Dalam pendekatan ini tidak memperhatikan dimensi individu maupun waktu. Model *common effect model* yaitu pendugaan yang menggabungkan seluruh data *time series* dan *cross section* dan menggunakan pendekatan OLS (*ordinary least square*). Metode OLS merupakan metode yang populer untuk mengestimasi model data panel tersebut.

Tabel 4.3
Common Effect Model

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 03/02/21 Time: 17:37
Sample: 2015 2019
Periods included: 5
Cross-sections included: 8
Total panel (balanced) observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.224226	0.066973	3.348011	0.0019
X1	-0.047340	0.020836	-2.272029	0.0292
X2	0.040123	0.030246	1.326578	0.1930
X3	-0.007830	0.005342	-1.465617	0.1514
R-squared	0.164212	Mean dependent var		0.130179
Adjusted R-squared	0.094563	S.D. dependent var		0.118327
S.E. of regression	0.112593	Akaike info criterion		-1.435434
Sum squared resid	0.456379	Schwarz criterion		-1.266547
Log likelihood	32.70869	Hannan-Quinn criter.		-1.374370
F-statistic	2.357708	Durbin-Watson stat		0.426303
Prob(F-statistic)	0.087904			

Sumber : Hasil Olahan Software Eviews.10

Hasil CEM (*Common Effect Model*) :

1. Variabel X1 (*Quick Ratio*) dengan nilai probabilitas = $0,0292 < 0,05$ artinya variabel X1 (*Quick Ratio*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*).

2. Variabel X2 (*Total Asset Turnover*) dengan nilai probabilitas = 0,1930 > 0,05 artinya variabel X2 (*Total Asset Turnover*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*).
3. Variabel X3 (*Receivable Turnover*) dengan nilai probabilitas = 0,1514 > 0,05 artinya variabel X3 (*Receivable turnover*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*).
4. Adjusted R-squared = 0,094563
5. F-hitung = 2,357708
6. Prob (F-statistic) = 0,087904

2. Fixed Effect Model

Fixed effect adalah teknik mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel *dummy* untuk menangkap adanya perbedaan intersep. *Fixed effect* ini didasarkan adanya perbedaan intersep antara perusahaan namun intersepnya sama antar waktu (*time invariant*). Di samping itu, model ini juga mengasumsikan bahwa koefisien regresi (*slope*) tetap antar perusahaan dan antar waktu. Model ini sering disebut dengan teknik Least Squares Dummy Variable (LSDV).

Tabel 4. 4

Fixed Effect Model

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 03/02/21 Time: 17:43
 Sample: 2015 2019
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 8
 Total panel (balanced) observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.174191	0.076026	2.291199	0.0294
X1	-0.000231	0.011939	-0.019359	0.9847
X2	0.073070	0.051127	1.429187	0.1636
X3	-0.015513	0.005232	-2.964880	0.0060

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.896580	Mean dependent var	0.130179
Adjusted R-squared	0.860918	S.D. dependent var	0.118327
S.E. of regression	0.044128	Akaike info criterion	-3.175009
Sum squared resid	0.056472	Schwarz criterion	-2.710568
Log likelihood	74.50019	Hannan-Quinn criter.	-3.007082

F-statistic	25.14095	Durbin-Watson stat	2.115877
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Hasil Olahan Software Eviews.10

Hasil FEM (*Fixed Effect Model*)

1. Variabel X1 (*Quick Ratio*) dengan nilai probabilitas = $0,9847 > 0,05$ artinya variabel X1 (*Quick Ratio*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*)
2. Variabel X2 (*Total Asset Turnover*) dengan nilai probabilitas = $0,1636 > 0,05$ artinya variabel X2 (*Total Asset Turnover*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*)
3. Variabel X3 (*Receivable Turnover*) dengan nilai probabilitas = $0,0060 < 0,05$ artinya variabel X3 (*Receivable Turnover*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*)
4. AdjustedR-squared = 0,880918
5. F-hitung = 25,14095
6. Prob (F-statistic) = 0,000000

3. *Random Effect Model*

Random Effect menggunakan variabel gangguan (*error terms*) dan model ini mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. *Random effect* penggunaan parameternya dilakukan menggunakan Generalized Least Square (GLS).

Tabel 4. 5

Random Effect Model

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 03/02/21 Time: 17:49
 Sample: 2015 2019
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 8
 Total panel (balanced) observations: 40
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.183859	0.079347	2.317156	0.0263

X1	-0.002582	0.011636	-0.221859	0.8257
X2	0.059917	0.042259	1.417860	0.1648
X3	-0.014285	0.004893	-2.919188	0.0060
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.121598	0.8836
Idiosyncratic random			0.044128	0.1164
Weighted Statistics				
R-squared	0.203151	Mean dependent var	0.020855	
Adjusted R-squared	0.136747	S.D. dependent var	0.047269	
S.E. of regression	0.043918	Sum squared resid	0.069437	
F-statistic	3.059317	Durbin-Watson stat	1.748959	
Prob(F-statistic)	0.040468			
Unweighted Statistics				
R-squared	-0.009241	Mean dependent var	0.130179	
Sum squared resid	0.551092	Durbin-Watson stat	0.220367	

Sumber : Hasil Olahan Software Eviews.10

Hasil REM (*Random Effect Model*)

1. Variabel X1 (*Quick Ratio*) dengan nilai probabilitas $0,8257 < 0,05$ artinya variabel X1 (*Quick Ratio*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*)
2. Variabel X2 (*Total Asset Turnover*) dengan nilai probabilitas $0,1648 < 0,05$ artinya variabel X2 (*Total Asset Turnover*) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*)
3. Variabel X3 (*Receivable Turnover*) dengan nilai probabilitas $0,0060 < 0,05$ artinya variabel X3 (*Receivable Turnover*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Receivable Turnover*)
4. Adjusted R-squared = 0,136747
5. F-hitung = 3,059317
6. Prob (F-statistic) = 0,040466

Setelah melakukan model *common effect*, *fixed effect*, dan *random effect* selanjutnya dilakukan pengujian yaitu ada uji chow test digunakan untuk memilih antara model *common effect* atau *fixed effect*, ada uji Hausman digunakan untuk

mimilih model *fixed effect* atau model *random effect*, dan uji *lagrange multiplier* digunakan untuk memilih model *common effect* atau model *random effect*.

1. Uji Chow

Uji chow digunakan untuk memilih salah satu model pada regresi data panel, yaitu antara model *common effect* atau model *fixed effect*. Hipotesis dalam uji hausman sebagai berikut :

H0 : Metode *Common Effect*

H1 : Metode *Fixed Effect*

Tabel 4. 6

Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	29.337556	(7,29)	0.0000
Cross-section Chi-square	83.582997	7	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:
Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 03/02/21 Time: 17:44
Sample: 2015 2019
Periods included: 5
Cross-sections included: 8
Total panel (balanced) observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.224226	0.066973	3.348011	0.0019
X1	-0.047340	0.020836	-2.272029	0.0292
X2	0.040123	0.030246	1.326578	0.1930
X3	-0.007830	0.005342	-1.465617	0.1514

R-squared	0.164212	Mean dependent var	0.130179
Adjusted R-squared	0.094563	S.D. dependent var	0.118327
S.E. of regression	0.112593	Akaike info criterion	-1.435434
Sum squared resid	0.456379	Schwarz criterion	-1.266547
Log likelihood	32.70869	Hannan-Quinn criter.	-1.374370
F-statistic	2.357708	Durbin-Watson stat	0.426303
Prob(F-statistic)	0.087904		

Sumber : Hasil Olahan Software EIEWS.10

Dari hasil uji Chow diatas dapat dilihat nilai *Prob.* Pada *Cross-section Chi-square* adalah $0,0000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak, H_1 diterima . Dapat disimpulkan bahwa model *fixed effect* adalah model yang sesuai/layak. Maka akan dilanjutkan dengan uji Hausman.

2. Uji Hausman

Uji hausman dilakukan dengan tujuan untuk menentukan model *random effect* atau *fixed effect* yang paling tepat digunakan. Hipotesis dalam uji hausman sebagai berikut :

H_0 : Metode *Random Effect*

H_1 : Metode *Fixed Effect*

Tabel 4. 7

Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.657754	3	0.4475

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X1	-0.000231	-0.002582	0.000007	0.3793
X2	0.073070	0.059917	0.000828	0.6476
X3	-0.015513	-0.014285	0.000003	0.5073

Cross-section random effects test equation:
Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 03/02/21 Time: 17:51
Sample: 2015 2019
Periods included: 5
Cross-sections included: 8
Total panel (balanced) observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.174191	0.076026	2.291199	0.0294
X1	-0.000231	0.011939	-0.019359	0.9847
X2	0.073070	0.051127	1.429187	0.1636
X3	-0.015513	0.005232	-2.964880	0.0060

Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.896580	Mean dependent var	0.130179
Adjusted R-squared	0.860918	S.D. dependent var	0.118327
S.E. of regression	0.044128	Akaike info criterion	-3.175009
Sum squared resid	0.056472	Schwarz criterion	-2.710568
Log likelihood	74.50019	Hannan-Quinn criter.	-3.007082
F-statistic	25.14095	Durbin-Watson stat	2.115877
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Hasil Olahan Software Eviews.10

Dari hasil uji Hausman diatas menunjukkan nilai *Prob.* pada *Cross-section random* adalah $0,4475 > 0,05$ yang artinya H_0 diterima H_1 ditolak sehingga model yang digunakan adalah *random effect*. maka akan dilanjutkan dengan uji *Langrange Multiplier*.

3. Uji Langrange Multiplier

Uji Lagrange Multiplier adalah metode yang dilakukan dengan tujuan untuk menentukan metode yang terbaik dalam regresi data panel, apakah *common effect* atau *random effect*. Hipotesis yang digunakan sebagai berikut :

H_0 : Metode *Common Effect*

H_1 : Metode *Random Effect*

Tabel 4. 8

Uji Langrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	41.29698 (0.0000)	1.213503 (0.2706)	42.51048 (0.0000)
Honda	6.426273 (0.0000)	-1.101591 --	3.765118 (0.0001)
King-Wu	6.426273 (0.0000)	-1.101591 --	2.996423 (0.0014)
Standardized Honda	8.743887 (0.0000)	-0.910651 --	2.052552 (0.0201)
Standardized King-Wu	8.743887 (0.0000)	-0.910651 --	1.125495 (0.1302)

Gourieriou, et al.*	--	--	41.29698 (< 0.01)
---------------------	----	----	--------------------------

*Mixed chi-square asymptotic critical values:

1%	7.289
5%	4.321
10%	2.952

Sumber : Hasil Olahan Eviews.9

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa nilai LM hitung $< chi$ -squared dimana $0,0000 < 0,05$ artinya H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa model yang cocok adalah *Common Effect Model*.

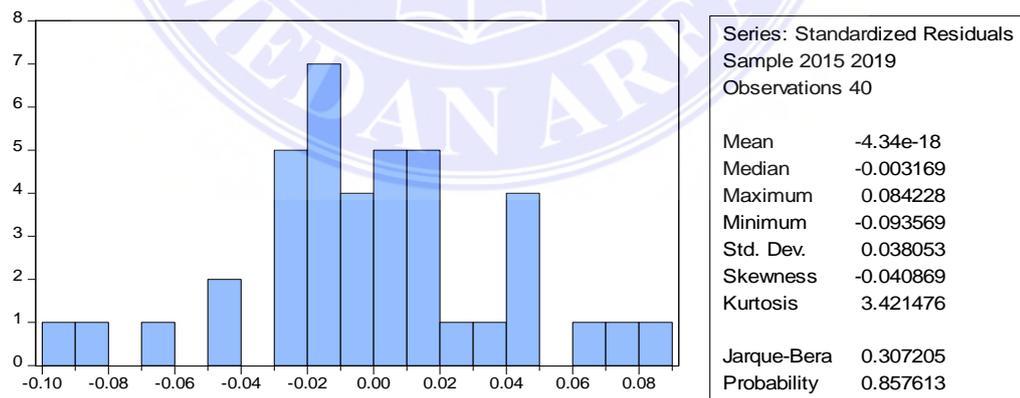
4.2.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Ada dua cara dalam mendeteksi apakah residual berdistribusi normal yaitu bisa dengan analisis grafik atau uji statistik. pengujian normalitas dengan menggunakan uji *Jarque-Bera* (JB) (Imam Ghozali, 2017:145).

Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Data berdistribusi normal apabila nilai signifikan (p) $> 0,05$
- Data tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikan (p) $< 0,05$



Gambar 4. 17. Uji Normalitas

Sumber : Hasil Olahan Software Eviews.10

Gambar 4.17 diatas menjelaskan bahwan nilai probabilitas $0,857613 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk apakah ketika menguji model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antarvariabel independen (Imam Ghozali dan Ratmono, 2017). Adapaun cara untuk melihat adanya multikolinieritas atau korelasi yang tinggi antarvariabel independen dapat dideteksi sebagai berikut :

- Jika nilai $R^2 < 0,80$ maka data tersebut terjadi multikolinieritas
- Jika nilai $R^2 > 0,80$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas

Tabel 4. 9

Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.042393	-0.166427
X2	0.042393	1.000000	0.259729
X3	-0.166427	0.259729	1.000000

Sumber : Hasil Olahan Software Eviews.10

Dari tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa nilai koefesien korelasi $< 0,80$ artinya data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 4. 10

Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS
 Method: Panel Least Squares
 Date: 03/02/21 Time: 18:03
 Sample: 2015 2019
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 8
 Total panel (balanced) observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.022589	0.014559	1.551519	0.1295

X1	-0.002460	0.004530	-0.543057	0.5904
X2	0.014682	0.006575	2.232985	0.0319
X3	-0.001030	0.001161	-0.886730	0.3811
R-squared	0.125397	Mean dependent var	0.028201	
Adjusted R-squared	0.052513	S.D. dependent var	0.025146	
S.E. of regression	0.024477	Akaike info criterion	-4.487529	
Sum squared resid	0.021568	Schwarz criterion	-4.318641	
Log likelihood	93.75059	Hannan-Quinn criter.	-4.426465	
F-statistic	1.720504	Durbin-Watson stat	1.759531	
Prob(F-statistic)	0.180113			

Sumber : Hasil Olahan Software Eviews.10

Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa terdapat variabel independen $> 0,05$ yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah ketika menguji pada suatu model regresi linear ada korelasi antarkesalahan pengganggu yang satu dengan lainnya (Imam Ghozali dan Ratmono, 2017). Adapun cara mendeteksi adanya autokorelasi yaitu dengan membandingkan nilai Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan H_0 tidak ada autokorelasi apabila DW berada di :

- Jika $0 \leq d_w \leq d_L$, maka ada autokorelasi positif
- Jika $d_L \leq d_w \leq d_U$, maka tidak ada ada keputusan
- Jika $d_U \leq d_w \leq (4-d_U)$, maka tidak ada autokorelasi
- Jika $(4-d_U) \leq d_w \leq d_L$, maka tidak ada keputusan
- Jika $(4-d_L) \leq d_w \leq 4$, maka ada autokorelasi negatif

Tabel 4. 11

Tabel Autokorelasi

R-squared	0.896580	Mean dependent var	0.130179
Adjusted R-squared	0.860918	S.D. dependent var	0.118327
S.E. of regression	0.044128	Akaike info criterion	-3.175009
Sum squared resid	0.056472	Schwarz criterion	-2.710568
Log likelihood	74.50019	Hannan-Quinn criter.	-3.007082
F-statistic	25.14095	Durbin-Watson stat	2.115877
Prob(F-statistic)	0.000000		

Pada tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Durbin-Watson stat* (DW)= 2,115877. Pada penelitian ini dimana $k=3$ dan $n=26$, maka $d_L = 1,1432$, $d_U = 1,6253$ dan $4-d_U = 2,3747$, $4-d_L = 2,8568$. Maka dapat disimpulkan $d_U \leq DW \leq (4-d_U)$ artinya tidak ada autokorelasi.

4.2.5 Uji Hipotesis

Tabel 4. 12
Uji Hipotesis

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 03/02/21 Time: 17:37
Sample: 2015 2019
Periods included: 5
Cross-sections included: 8
Total panel (balanced) observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.224226	0.066973	3.348011	0.0019
X1	-0.047340	0.020836	-2.272029	0.0292
X2	0.040123	0.030246	1.326578	0.1930
X3	-0.007830	0.005342	-1.465617	0.1514
R-squared	0.164212	Mean dependent var		0.130179
Adjusted R-squared	0.094563	S.D. dependent var		0.118327
S.E. of regression	0.112593	Akaike info criterion		-1.435434
Sum squared resid	0.456379	Schwarz criterion		-1.266547
Log likelihood	32.70869	Hannan-Quinn criter.		-1.374370
F-statistic	2.357708	Durbin-Watson stat		0.426303
Prob(F-statistic)	0.087904			

Sumber : Hasil Olahan Software Eviews.10

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji-t dikenal dengan uji parsial atau uji individu yaitu untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan pada signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Pengambilan keputusan ditentukan dengan kriteria :

- Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan bernilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak artinya secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan bernilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima artinya secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen.

Sebelum mendapatkan nilai t-tabel terlebih dahulu mencari nilai df (*degree of freedom*) dimana :

$k = \text{banyaknya variabel} = 4$

$n = \text{banyaknya observasi} = 40$

maka :

$df = n - k = 36$

Berdasarkan tabel 4.12 pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai t-hitung > t-tabel dimana $-2,272029 > 1,68830$ dan nilai probabilitas variabel X1 (*Quick Ratio*) adalah $0,0292 < 0,05$, artinya variabel X1 (*Quick Ratio*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*)
2. Nilai t-hitung < t-tabel dimana $1,326578 < 1,68830$ dan nilai probabilitas variabel X2 (*Total Asset Turnover*) adalah $0,1930 > 0,05$, artinya variabel X2 (*Total Asset Turnover*) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Y (*Return On Asset*)
3. Nilai t-hitung < t-tabel dimana $-1,465617 < 1,68830$ dan nilai probabilitas variabel X3 (*Receivable Turnover*) adalah $0,1514 > 0,05$, artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*Return On Asset*)

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji-F dikenal dengan uji serentak yaitu untuk melihat bagaimanakah pengaruh variabel *Quick Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Receivable Turnover* secara bersama-sama terhadap variabel *Return On Asset*. Pengambilan keputusan ditentukan dengan kriteria :

- a. Jika F-hitung < F-tabel dan bernilai signifikansi > 0,05, maka H0 diterima H1 ditolak artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika F-hitung > F-tabel dan bernilai signifikansi < 0,05, maka H0 ditolak

H1 diterima artinya secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Sebelum mendapatkan nilai F-tabel terlebih dahulu menghitung df (*degree of freedom*) dimana :

$$df1 \text{ (Pembilang)} = k-1 = 4-1 = 3$$

$$df2 \text{ (Penyebut)} = n-k = 40-4 = 36$$

$$n = \text{banyaknya observasi} = 40$$

$$k = \text{banyaknya variabel} = 4$$

Maka pada penelitian ini dapat diketahui jumlah df1 adalah $4-1=3$ dan df2 adalah $40-4=36$ dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 maka F-tabelnya adalah 2,87. Berdasarkan tabel 4.11 diketahui nilai F-hitung $< F\text{-tabel}$ dimana $2,357708 < 2,87$ dan nilai probabilitas sebesar $0,087904 > 0,05$, artinya secara bersama-sama tidak berpengaruh variabel *Quick Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Receivable Turnover* terhadap variabel *Return On Asset* pada perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI.

3. Regresi Linier Berganda Data Panel

Pengujian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dalam penelitian dan untuk melihat pengaruh variabel dependennya yaitu *Return On Asset* (ROA) terhadap variabel independennya yaitu *Quick Ratio* (QR), *Total Asset Turnover* (TATO) dan *Receivable Turnover* (RTO).

Pada tabel 4.12 diperoleh persamaan regresi data panel sebagai berikut :

$$Y = 0,224226 - 0,047340X_1 + 0,040123X_2 - 0,007830X_3$$

Dapat disimpulkan pada model persamaan regresi data panel diatas, dapat diinterpretasikan bahwa konstanta bernilai 0,224226 yang artinya variabel X (*Quick Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Receivable Turnover*) bernilai 0 (tidak ada) maka variabel Y (*Return On Asset*) akan bernilai 0,224226.

Koefisien regresi data panel yang bernilai negatif ada pada variabel X1 (*Quick Ratio*) sebesar -0,047340 artinya setiap kenaikan variabel X1 sebesar 1

satuan dengan beranggapan variabel lain dalam bentuk konstan, maka akan menurunkan variabel Y (*Return On Asset*)

Koefesien regresi data panel yang bernilai positif ada pada variabel X2 (*Total Asset Turnover*) sebesar 0,040123 artinya setiap terjadi penambahan variabel X2 sebesar 1 satuan dengan beranggapan variabel lain dalam bentuk konstan, maka akan meningkatkan variabel Y (*Return On Asset*).

Pada model persamaan regresi data panel yang bernilai negatif terdapat di variabel X3 (*Receivable Turnover*) sebesar -0,007830 artinya setiap penambahan variabel X3 sebesar 1 satuan maka akan menurunkan variabel Y (*Return On Asset*), dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

4. Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menampilkan variasi variabel terikatnya. Nilai koefesien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel bebasnya dalam menjelaskan variabel dependen terbatas dan jika nilai R^2 mendekati satu artinya variabel-variabel bebasnya memberikan informasi yang dibutuhkan jelas untuk memprediksi variasi variabel terikatnya.

Berdasarkan hasil uji R^2 pada tabel 4.12 menunjukkan hasil penelitian bahwa nilai Adjusted R-squared sebesar 0,094563 yang berarti bahwa variabel *Quick Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Receivable Turnover* mempengaruhi variabel *Return On Asset* sebesar 9,4% sedangkan sisanya sebesar 90,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Quick Ratio Terhadap Return On Asset

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *Quick Ratio* memiliki nilai koefesien regresi sebesar -0,047340 dan diperoleh nilai korelasi yaitu nilai t-hitung $>$ t-tabel dimana $-2,272029 > 1,68830$ dan nilai probabilitas sebesar $0,0292 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa *Quick Ratio* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* dengan arah negatif yang

menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi tidak searah, artinya semakin besar *Quick Ratio* maka akan semakin kecil *Return On Asset* begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian Utami dkk (2016) dengan judul “Pengaruh Likuiditas (*Quick Ratio*) dan Perputaran Modal Kerja terhadap *Return On Asset*.” Bahwa *Quick Ratio* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return On Asset* tetapi tidak sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Untung dan Yuliani (2015) dengan judul “Pengaruh WTC, QR, dan DER terhadap ROA pada industri makanan dan minuman”, yang menyatakan bahwa QR berpengaruh signifikan positif terhadap ROA.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Syamsuddin (2012:209) mengungkapkan bahwa jika nilai rasio *Quick Ratio* meningkat maka rasio *Return On Asset* menurun dalam arti lain resiko yang dihadapi juga menurun.

Hasil penelitian ini menjawab hipotesis penelitian yaitu *Quick Ratio* (QR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Dari hasil penelitian yang saya peroleh bahwa *Quick Ratio* (QR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA)

2. Pengaruh Total Asset Turnover terhadap Return On Asset

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *Total Asset Turnover* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,040123 dan diperoleh nilai t-hitung < t-tabel dimana $1,326578 < 1,68830$ dengan nilai probabilitas adalah $0,1930 > 0,05$, dengan arah positif. maka dapat disimpulkan bahwa *Total Asset Turnover* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap *Return On Asset*.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian Roni dan surya (2019) dengan judul “Pengaruh CR dan TATO terhadap ROA pada perusahaan restoran, hotel, pariwisata yang terdaftar di BEI”, bahwa secara parsial TATO ada pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap ROA. Tetapi pada penelitian lainnya yang dikemukakan oleh Rilla (2018) dengan judul “Pengaruh *Receivable Turnover*, *Inventory Turnover*, *Working Capital Turnover* dan *Total Asset Turnover* terhadap probabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic

Index periode 2011-2017 bahwa variabel *Total Asset Turnover* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset*.

Menurut Sartono (2010), *Total asset turnover* (TATO) adalah untuk menentukan seberapa besar efisiensi investasi pada berbagai aktiva. Rasio ini mengetahui perihal kinerja manajemen yang sesungguhnya dalam mengelola aktivitas perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak menjawab sepenuhnya hipotesis penelitian yaitu *Total Asset Turnover* (TATO) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Dari hasil penelitian yang saya peroleh bahwa TATO berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap ROA

3. Pengaruh *Receivable Turnover* terhadap *Return On Asset*

Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini, diperoleh variabel *Receivable Turnover* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,007830 hal ini berarti bahwa berpengaruh negatif terhadap ROA sehingga jika perputaran piutang pada perusahaan semakin besar maka ROA semakin kecil. Dan nilai t-hitung < t-tabel dimana $-1,465617 < 1,68830$ dengan nilai probabilitas adalah $0,1514 > 0,05$ jadi dapat disimpulkan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *Return on Asset*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lucky (2019) dengan judul “Analisa Pengaruh Perputaran Kas dan Perputaran Piutang terhadap ROA pada perusahaan LQ 45 yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017”, bahwa perputaran piutang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ROA. Tetapi tidak sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Rilla (2018) dengan judul “Pengaruh RTO, ITO, WCTO, dan TATO terhadap probabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2011-2017, bahwa RTO berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA .

Menurut Santono (2013), semakin cepat perputaran piutang artinya semakin pendek waktu terikatnya modal dalam piutang untuk mempertahankan penjualan kredit dalam jumlah tertentu, sedangkan semakin lama perputaran piutang, maka akan membutuhkan tambahan jumlah modal untuk diinvestasikan dalam bentuk piutang.

Hasil penelitian ini tidak menjawab hipotesis penelitian *Receivable Turnover* (RTO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Dari hasil penelitian yang saya peroleh bahwa RTO tidak berpengaruh signifikan.

4. Pengaruh Quick Ratio, Total Asset Turnover dan Receivable turnover terhadap Return On Asset

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini bahwa diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dimana $2,357708 < 2,87$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,087904 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Quick Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Receivable Turnover* tidak berpengaruh terhadap variabel *Return On Asset*.

