BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis harus mampu berkembang dalam iklim persaingan. Bisnis menerapkan sejumlah kebijakan strategis yang efektif dan efisien dalam upaya untuk tetap eksis. Bisnis hanya mementingkan keuntungan, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan nilainya untuk menguntungkan pemilik atau pemegang saham. (Azhar dkk., 2018).

Sebelum investor menginvestasikan uangnya, emiten harus dievaluasi. Investor harus memastikan bahwa informasi yang diperolehnya akurat dan dapat dipercaya untuk mencegah manipulasi informasi (Ayuningtias dan Kurnia, 2013). Dengan pengetahuan yang sekarang tersedia, dapat diasumsikan bahwa investor bersedia menggunakan uangnya untuk bekerja. Manajemen keuangan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan semaksimal mungkin. Keadaan pencapaian perusahaan selama proses operasinya tercermin dalam nilai perusahaannya. Prestasi yang menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham adalah meningkatnya nilai perusahaan. Kemakmuran pemegang saham tercermin dalam hasil investasi. Nilai pasar saham dapat digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari tingginya nilai saham, dan sebaliknya (Puspitaningtyas, 2017).

Informasi tentang keinginan investor dalam membeli saham perusahaan tersedia melalui pengukuran nilai perusahaan. Pengukuran ini menunjukkan nilai pasar yang ditempatkan pada saham perusahaan. Nilai perusahaan meningkat seiring dengan peningkatan kinerja yang menunjukkan bahwa perusahaan berkinerja baik. Menurut Puspitaningtyas, (2017) Dengan menggunakan data tentang nilai perusahaan itu sendiri, investor dapat mengukur minat mereka untuk berinvestasi di perusahaan tertentu. Pengukuran ini adalah salah satu jendela yang digunakan investor untuk melihat saham suatu perusahaan. Mempertimbangkan bahwa nilai perusahaan meningkat dengan peningkatan kinerja.

Tingkat profitabilitas merupakan salah satu dari beberapa elemen yang mempengaruhi nilai perusahaan. Salah satu informasi terpenting bagi investor adalah jumlah profitabilitas. Salah satu tujuan perusahaan adalah menciptakan kondisi yang menguntungkan. Kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau keuntungan diukur dengan profitabilitasnya. Nilai perusahaan yang tinggi tercermin baik dalam bisnis yang menguntungkan maupun sebaliknya. Metrik untuk mengukur profitabilitas adalah *Return On Equity* (RoE) dan *Return On Asset* (RoA) (Puspitaningtyas, 2017). *Return on equity* menjadi faktor kunci bagi investor saat ini dan calon investor untuk dipertimbangkan saat membuat keputusan investasi. Karena kenaikan laba bersih perusahaan akan menghasilkan harga saham yang lebih tinggi, yang juga menandakan peningkatan nilai perusahaan, maka peningkatan laba bersih dapat digunakan sebagai tanda bahwa nilai perusahaan meningkat. *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba

karena rasio tersebut mewakili pengembalian atas aktivitas perusahaan (Wijaya & Pancawati, 2019)

Selain tingkat profitabilitas, investor juga memfokuskan perhatian pada kebijakan dividen. Nilai perusahaan dapat juga tercermin dari kemampuan perusahaan membayar dividen kepada para pemegang sahamnya (Puspitaningtyas, 2017). Kebijakan dividen dalam suatu perusahaaan merupakan hal yang kompleks karena melibatkan kepentingan banyak pihak yang terkait. Tujuan investasi pemegang saham adalah untuk meningkatkan kesejahteraanya dengan memperoleh *return* dari dana yang di investasikan. Sedangkan bagi pihak manajemen perusahaan lebih berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan. Kreditur membutuhkan informasi mengenai kebijakan dividen ini untuk menilai dan menganalisa kemungkinan *return* yang akan diperoleh jika memberikan pinjaman kepada suatu perusahaan.

Selain itu, profitabilitas memiliki peran penting dalam kebijakan dividen, dimana kebijakan ini pada akhirnya dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan adanya keterkaitan antara profitabilitas dengan kebijakan dividen, maka dalam penelitian ini ditetapkan kebijakan dividen sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Secara teori, profitabilitas atau tingkat keuntungan yang diperoleh oleh sebuah entitas akan mempengaruhi besarnya jumlah dividen yang dibayarkan kepada para pemegang saham. Kemampuan membayar dividen erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba (Nofrita Ria, 2013).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai perusahaan dapat ditingkatkan oleh profitabilitas. Hasil penelitian (Nofrita Ria, 2013), menunjukkan bahwa profitabilitas dan kebijakan deviden berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Safiah, 2021), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan kebijakan deviden tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Astakoni et al. (2019) membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan kebijakan dividen sebagai tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya.

(Rudianto, 2009) menyatakan dividen adalah bagian dari laba yang diperoleh perusahaan dan diberikan oleh perusahaan kepada pemegang saham sebagai imbalan atas kesediaannya menanamkan hartanya di dalam perusahaan, sedangkan menurut (Mehran et al. 2011) selain dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan, pembayaran *dividend* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu memiliki posisi yang spesial bagi para pemegang saham. Besarnya dividen yang dibagikan tergantung pada kebijakan dividen masing-masing perusahaan. Proporsi *Net Incom After Tax* yang dibagikan sebagai dividen biasanya dipresentasikan dalam *Dividend Pay Out Ratio* (DPR). *Dividend Pay Out Ratio* inilah yang menentukan besarnya dividen per lembar saham (*Dividend Per Share*). Jika dividen yang dibagikan besar maka hal tersebut akan meningkatkan harga saham yang juga berakibat pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, tidak semua laba yang diperoleh perusahaan pada suatu

periode dibagikan sebagai dividen kepada para pemegang sahamnya, sebab ada bagian dari laba tersebut yang dipertimbangkan untuk diinvestasikan kembali dalam perusahaan. Bagian dari laba tersebut disebut sebagai laba ditahan (Puspitaningtyas, 2017). Oleh karena itu, manajemen perlu mempertimbangkan kebijakan dividen supaya berdampak positif bagi nilai perusahaan di masa depan. Namun masih ada beberapa perusahaan yang masih tidak membagikan dividen, berikut Tabel Perusahaan Makanan dan Minuman yang tidak membagikan dividen sejak 2019-2021.

Tabel 1.1
Perusahaan yang tidak membagikan Dividen Tahun 2019-2021

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
3	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
4	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2023

Fenomena yang terjadi mengenai penurunan nilai perusahaan yang dilihat dari turunnya harga saham perusahaan yang terjadi pada beberapa perusahaan Indeks sektor manufaktur sub sektor makanan dan minuman belum mampu menunjukkan kinerja yang prima. Gap yang terjadi dikarenakan ada variabel lain yang mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Arus kas yang dihasilkan oleh perusahaan selama ini tidak dinikmati oleh pemegang saham, dimana pemegang saham berhak untuk menikmati kas yang diterima oleh perusahan melalui dividen yang akan dibagikan perusahaan, sehingga tercapai kemakmuran pemegang saham dan tercapai nilai perusahaan. Profit yang diterima oleh perusahaan akan efektif meningkatkan nilai perusahaan

ketika profit dibagikan sebagai dividen, ketika manajemen mengumumkan untuk melakukan pembagian dividen dengan konsisten, hal ini akan dianggap sebagai sinyal positif oleh investor. Investor akan tertarik terhadap perusahaan dan menganggap bahwa perusahaan ini baik, dan membeli sahamnya, sehingga harga saham meningkat, dan nilai perusahaan meningkat.

Berdasarkan latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021?
3. Apakah kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021?

4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021.
2. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021.
3. Untuk mengetahui apakah kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021.
4. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Melalui penelitian ini diharapkan pembaca khususnya penulis dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan deviden sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

   A. Bagi perusahaan

      Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan terkait dengan masalah yang berkaitan dengan kebijakan dividen, kebijakan hutang, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

   B. Bagi Penelitian Selanjutnya

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca maupun sebagai salah satu bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai penambah wacana keilmuan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan proposal penelitian ini terdiri dari 3 bagian utama sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan pada penelitian ini. Teori-teori yang berhubungan dengan profitabilitas, nilai perusahaan dan kebijakan deviden. Bab ini juga ada kerangka konseptual, hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari ruang lingkup, populasi/sampel, jenis sumber data, teknik pengambilan data, defenisi operasional, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi hasil, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang didapat dan saran.

BAB II
LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan tujuan akhir berdasarkan banyak sekali inisiatif dan keputusan manajemen yang dibentuk oleh suatu organisasi (Vitaningrum & Mineva, 2021). Ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan adalah salah satu keunggulan kompetitif utamanya dalam menghasilkan hasil laba berkualitas tinggi dari aktivitas yang dilakukan selama dari waktu ke waktu. Profitabilitas menurut (Arifin & Fitriana, 2022) yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Investor berinvestasi di saham perusahaan dan mendapatkan pengembalian yang terdiri dari hasil dan keuntungan modal. Semakin tinggi kemampuan memperoleh keuntungan, semakin tinggi *return* yang diharapkan oleh investor, dan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba berdasarkan penjualan, keuntungan, atau pemegang saham (ekuitas).

Dalam hal ini dapat dijelaskan untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan adalah sangat penting bagi investor maupun kreditor. Menurut (Wijaya & Pancawati, 2019) ada beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan, yaitu:

1) Jenis Perusahaan

   Profitabilitas bisnis akan sangat dipengaruhi oleh jenisnya; jika menjual barang atau jasa kepada konsumen, profitabilitasnya seringkali lebih stabil daripada bisnis yang membuat barang modal.

2) Umur Perusahaan

   Sebuah bisnis yang telah ada untuk sementara waktu akan lebih stabil daripada bisnis yang baru dimulai. Umur perusahaan ini adalah rentang waktu sejak berdirinya hingga saat ini, selama masih berfungsi.

3) Skala Perusahaan

   Skala ekonomi yang lebih tinggi diterjemahkan menjadi biaya produksi yang lebih murah untuk bisnis. Memiliki pengurangan biaya memungkinkan Anda untuk membuat keuntungan yang Anda inginkan.

4) Harga Produksi

   Dibandingkan dengan bisnis dengan biaya produksi tinggi, bisnis dengan biaya produksi yang relatif lebih rendah akan memiliki profitabilitas yang lebih besar dan lebih konsisten.

5) Habitat Bisnis

   Perusahaan yang bahan produksinya dibeli atas dasar kebiasaan (habitual basis) akan memperoleh kebutuhan lebih stabil dari pada non habitual basis.

6) Produk yang Dihasilkan

Perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada perusahaan yang memproduksi barang modal.

Terdapat beberapa jenis alat ukur yang digunakan dalam mengukur rasio profitabilitas, (Azhar dkk., 2018) menyatakan bahwa terdapat 5 jenis rasio profitabilitas yang lazim digunakan, yaitu:

1. *Return On Assets* (ROA)

ROA merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar suatu kontribusi aset dalam menciptakan laba perusahaan, dan cara menghitung *Return On Assets* ialah sebagai berikut:

$$Return\ On\ Assets = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset}$$

2. *Return On Equity* (ROE)

ROE merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar konstribusi ekuitasdari perusahaan dalam menciptakan laba bersih, dan cara menghitung *Return On Equity* ialah sebagai berikut:

$$Return\ On\ Equity = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Ekuitas}$$

3. *Gross Profit Margin* (GPM)

GPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentasi laba kotor atas penjualan bersih dari perusahaan, dan cara menghitung *Gross ProfitMargin* ialah:

$$\textit{Gross Profit Margin} = \frac{Laba\ Kotor}{Penjualan\ Bersih}$$

4. *Operating Profit Margin* (OPM)

OPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional atas penjualan bersih, dan cara menghitungnya ialah sebagai berikut:

$$\textit{Operating Profit Margin} = \frac{Laba\ Operasional}{Penjualan\ Bersih}$$

5. *Net Profit Margin* (NPM)

NPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya laba bersih atas penjualan bersih, dan cara menghitungnya ialah sebagai berikut:

$$\text{Marjin Laba Bersih} = = \frac{Laba\ Bersih}{Penjualan\ Bersih}$$

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan oleh *Return On Assets* (ROA) yaitu hasil pengembalian atas aset perusahaan. Alasannya karena lebih mudah dipahami oleh peneliti dan secara umum para peneliti sebelumnya juga memilih jenis ini.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi investor tentang seberapa sukses perusahaan mengelola sumber dayanya selama periode satu tahun, sebagaimana tercermin dalam harga saham sebelumnya. Menurut Modigliana dan Miller, nilai perusahaan berhubungan erat dengan keputusan

pembiayaan, dimana perusahaan yang menggunakan hutang memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi daripada perusahaan tanpa hutang. Jika suatu perusahaan juga berjalan dengan baik, maka perusahaan tersebut dianggap memiliki nilai yang baik. Nilai suatu perusahaan dapat tercermin dari kualitas labanya. Jika kualitas laba baik maka dapat dikatakan nilai perusahaan juga baik. Karena tujuan utama suatu perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan kekayaan pemilik atau pemegang saham. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai wajar suatu perusahaan, yang menggambarkan persepsi investor terhadapemiten bersangkutan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga percaya pada prospek masa depan perusahaan. (Purwantini & Supriyono, 2018)

Beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan adalah nilai nominal, nilai pasar, nilai intrinsik, nilai buku dan nilai likuidasi (Nofrita Ria, 2013).

1. Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai pasar adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham. Nilai pasar merupakan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan yang dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara

maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

3. Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan.
4. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total aktiva dan total utang dengan jumlah saham yang beredar
5. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa merupakan bagian para pemegang saham.

Menurut (Mulyani dkk., 2017) nilai perusahaan dapat dibagi kedalam 2 bagian, yaitu:

1. Nilai buku *(book value)* adalah jumlah aktiva dari neraca dikurangi kewajiban yang ada kemudian dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Nilai buku tidak menghitung nilai pasar dari suatu perusahaan secara keseluruhan karena perhitungan nilai buku berdasarkan pada data historis dari aktiva perusahaan. Pada intinya, nilai buku menunjukkan nilai bersih kekayaan suatu perusahaan per lembar saham.
2. Nilai pasar *(market value)* adalah suatu pendekatan untuk memperkirakan nilai bersih dari suatu bisnis. Nilai pasar ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham di bursa saham. Pendekatan ini paling sering digunakan dalam menilai perusahaan besar dan nilai pasar dapat berubah dengan cepat. Untuk lebih lengkapnya, nilai pasar ini terbentuk dari

aktivitas bersama antara pembeli dan penjual di pasar modal (bursa saham).

Nilai perusahaan adalah persepsi investor tentang seberapa sukses sebuah perusahaan dan biasanya terkait dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi, yang meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospek masa yang akan datang (Irawan & Nurhadi, 2016). Menurut (Brigham & Houston 2010) terdapat beberapa pendekatan analisis rasio dalam penilaian *market value,* terdiri dari pendekatan *price earnings ratio* (PER), *price book value ratio* (PBV), *market book ratio* (MBR), *dividend yield ratio,* dan *dividend payout ratio* (DPR). Indikator-indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah:

1. PER *(Price Earnings Ratio)* yaitu rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar atau harga perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. PER yang tinggi menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi (Arifin Atwal, 2021). PER dihitung dengan rumus:

$$\text{PER} = \frac{harga\ Per\ Saham\ Laba}{Lembar\ Saham} \text{ x } 100\%$$

2. PBV *(Price Book Value)* merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham. Rasio harga pasar suatu saham terhadap nilai bukunya memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan.

Perusahaan dipandang baik oleh investor apabila perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman serta terus mengalami pertumbuhan, dijual dengan rasio nilai buku yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan pengambilan yang rendah (Arifin & Fitriana, 2022). PBV dihitung dengan rumus:

$$\text{PBV} = \frac{Nilai\ Per\ Saham}{Nilai\ Buku}$$

Penilaian perusahaan *(corporate value)* merupakan bagian penting dalam proses privatisasi perusahaan. Proses ini seringkali hanya memperhatikan aspek keuangan yang terfokus pada nilai aset fisik *(tangible asset)* yang direfleksikan dalam bentuk laporan *balance sheeets* dan *income statement*. Nilai potensial suatu perusahaan dapat dilihat atas dua hal, yaitu modal keuangan dan modal intelektual. Para CEO perusahaan seringkali hanya memperhatikan aspek modal keuangan, sementara peranan modal intelektual menjadi suatu keharusan dalam paradigma organisasi di era global (Nofrita Ria, 2013). Studi ini menggunakan proksi PBV *(Price Book Value)* untuk mengukur nilai perusahaan yaitu perbandingan harga per lembar saham dan nilai buku per saham.

$$\text{PBV} = \frac{Harga\ Per\ Lembar\ Saham}{Nilai\ Buku\ Per\ Lembar\ Saham}$$

2.1.3 Kebijakan Deviden

Dividen merupakan salah satu *return* yang paling dinanti-nantikan oleh investor sekaligus juga merupakan sinyal bahwa perusahaan berada pada tingkat profitabilitas tinggi (Nofrita, 2013). Menurut (Wiyono & Kusuma 2017),

kebijakan dividen merupakan hasil dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh manajemen yang bertujuan mencari keuntungan melalui efektivitas kegiatan yang dilakukan serta upaya efesiensi pembiayaan. Dividen menjadi salah satu bentuk tingkat pengembalian *(return)* yang diharapkan oleh investor selain *capital gain*. Kebijakan dividen dapat tercermin dari pengukuran rasio pembayaran dividen *(dividend payout ratio)* (Puspitaningtyas, 2017).

Menurut Senata (2016) dividen dapat didefinisikan sebagai pembagian laba bersih perusahaan yang didistribusikan kepada pemegang saham atas persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Oleh karena itu, dapat disimpulkan dividen adalah pembagian atas laba bersih yang diperoleh perusahaan *(retur*n) atas dana yang diinvestasikan oleh investor atas persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) serta merupakan sinyal bagi investor bahwa tingkat profitabilitas perusahaan tinggi dan mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang.

(Horne dan Wachowicz 2013) dalam bukunya mengatakan, kebijakan dividen adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam keputusan dalam pendanaan perusahaan. Kebijakan dividen *(dividend policy)* merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagi kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang (Harjito dan Martono, 2014).

Kemampuan membayar dividen begitu erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba. Jika perusahaan memperoleh laba

yang besar, maka kemampuan perusahaan membayar dividen juga besar. Pada dasarnya laba tersebut bisa dibagi sebagai dividen atau ditahan untuk diinvestaskan kembali. Menurut Sundjaja dan Barlian (2010) terdapat 3 jenis kebijakan dividen, yaitu:

1. Kebijakan dividen pembayaran rasio konstan.
2. Kebijakan dividen teratur.
3. Kebijakan dividen rendah teratur dan ditambah ekstra.

Dividen yang dibagikan oleh perusahaan kepada para pemegang saham terdiri dari beberapa jenis dividen yang berbeda-beda. Menurut (Gumanti 2013) ada sejumlah cara untuk membedakan dividen, yaitu dividen dapat dibayarkan dengan bentuk tunai *(cash dividen)* atau dalam bentuk saham *(stock dividen)*. Pembagian dividen umumnya didasarkan atas akumulasi laba (laba ditahan) atau atas beberapa pos modal lainnya seperti tambahan modal disetor. Sedangkan menurut (Wibowo & Arif, 2016) dividen dapat dibedakan menjadi lima jenis, yaitu:

1. Dividen Tunai *(Cash Dividend)* merupakan distribusi laba kepada para pemegang saham yang berbentuk tunai atau kas.
2. Dividen Properti *(Property Dividend)* merupakan distribusi laba kepada para pemegang saham bukan dalam bentuk kas melainkan *property (merchandise, real estate atau investment,* dll). Besarnya dividen dicatat sebesar nilai pasar wajar dari *property* pada saat pengumuman dividen, dan selisih antara nilai pasar wajar dengan biaya perolehan diakui sebagai laba atau rugi dari apresiasi terhadap properti tersebut.

3. Dividen Surat Wesel *(Scrip Dividend)* merupakan distribusi laba kepada para pemegang saham oleh perusahaan dengan cara menerbitkan surat wesel khusus kepada para pemegang saham yang akan dibayarkan pada waktu yang akan datang ditambah dengan bunga tertentu.
4. Dividen Likuidasi *(Liquidating Dividend)* merupakan distribusi laba kepada para pemegang saham yang didasarkan kepada modal disetor *(paid in capital)* bukan didasarkan kepada laba ditahan. Oleh sebab itu, dividen ini lebih tepat disebut sebagai pengembalian investasi kepada para pemegang saham.
5. Dividen Saham *(Stock Dividend)* merupakan distribusi laba kepada para pemegang saham dalam bentuk saham atau stock bukan aktiva.

Jika perusahaan mampu meningkatkan pembayaran dividen karena peningkatan laba, maka harga saham akan naik. Jadi, kenaikan harga saham tersebut pada dasarnya adalah sebagai akibat dari kenaikan dari laba. Menurut (Agus Sartono 2010) kebijakan dividen merupakan suatu keputusan untuk menentukan apakah laba perusahaan akan dibagikan kepada investor sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan utnuk pembiayaan investasi di masa mendatang. Menurut (Bambang 2010) ada macam-macam kebijakan dividen yang dilakukan oleh perusahaan, antara lain:

1. Kebijakan dividen yang stabil, artinya bahwa jumlah dividen perlembar yang dibayarkan setiap tahunnya relatif tetap, selama jangka waktu tertentu meskipun pendapatan per lembar saham setiap tahunnya berfluktuasi.

2. Keb=ijakan dividen dengan penetapan jumlah dividen minimal plus jumlah ekstra tertentu, artinya kebijakan ini menetapkan jumlah rupiah minimal dividen per lembar saham tiap tahunnya. Dalam keadaan keuangan yang lebih baik, perusahaan akan membayarkan dividen ekstra di atas jumlah minimal tersebut.
3. Kebijakan dividen dengan penetapan *dividend payout ratio* yang konsta, artinya perusahaan yang menjalankan kebijakan ini menetapkan *dividend payout ratio* yang konsta misalnya 50%. Ini berarti bahwa jumlah dividen per lembar saham yang dibayarkan setiap tahunnya akan berfluktuasi sesuai dengan perkembangan keuntungan netto yang diperoleh setiap tahunnya.
4. Kebijakan dividen yang fleksibel, artinya besarnya dividen setiap tahun disesuaikan dengan posisi finansial dan kebijakan finansial dari perusahaan yang bersangkutan.

Kebijakan dividen dapat dihitung dengan beberapa rasio yaitu:

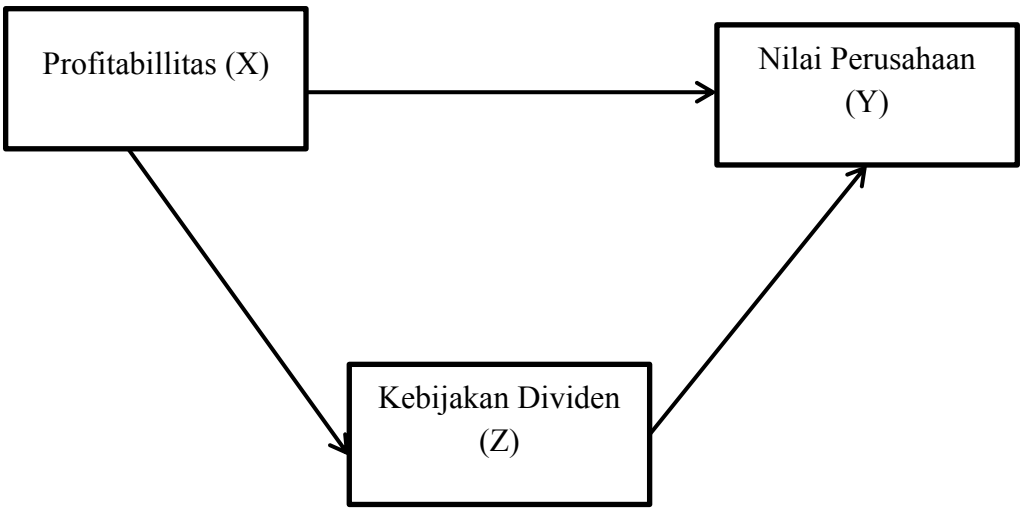
1. *Dividend payout ratio* atau rasio pembayaran dividen merupakan rasio perbandingan antara *dividend per share* dengan *earning per share*. Menurut (Harjito & Martono 2014) rasio ini menunjukkan persentase laba yang dibayarkan kepada pemegang saham biasa berupa dividen kas. Semakin tinggi dividen yang dibayarkan kepada investor, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Bagian lain yang tidak dibagikan akan diinvestasikan kembali ke perusahaan. DPR dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{DPR}=\frac{Deviden\ per\ lembar\ saham}{Earning\ per\ lembar\ saham}$$

2. *Dividend yield* merupakan rasio pasar yang membandingkan antara dividen per lembar dengan harga pasar saham per lembar. Rasio ini sangat penting jika dipandang dari sudut investor, karena *dividend yield* menunjukkan *return* yang didapat investor atas penanaman dananya ke perusahaan. Menurut (Hanafi 2013) menyatakan bahwa bagian *return* yang lain adalah *capital gain* yang diperoleh dari selisih positif antara harga jual dengan harga beli. Apabila selisih negatif terjadi *capital loss*. Biasanya perusahaan yang mempunyai prospek pertumbuhan yang tinggi akan mempunyai *dividend yield* yang rendah, karena dividen sebagian besar akan diinvestasikan kembali. *Dividend yield* dapat dihitung dengan rumus:

$$Dividend\ Yield = \frac{Deviden\ per\ Saham}{Harga\ pasar\ per\ lembar}$$

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

2.3 Dugaan

H1 : Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021

H2 : Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021

H3 : Diduga Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021

H4 : Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Kebijakan Dividen pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening (Atmikasari dkk., 2020)	Profitabilitas (X), Nilai Perusahaan (Y), Kebijakan Deviden (Z)	*Path analysis*	- profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - profitabilitas berpengaruh positif terhadap kebijakan deviden - kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Berlanjut Ke halaman 24…

……Lanjutan Tabel 2.1

				- profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan deviden.
2.	Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening. (Leang, 2018)	Profitabilitas (X), Nilai Perusahaan (Y), Kebijakan Deviden (Z)	*Path Ananlisis*	- profitabilitas berpengaruh positif terhadap kebijakan deviden - pertumbuhan penjualan *(sales growth)* pengaruh positif terhadap kebijakan deviden (DPR) - kebijakan deviden DPR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - pertumbuhan penjualan *(sales growth)* pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3.	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening (Safiah, 2021)	Profitabilitas (X), Nilai Perusahaan (Y), Kebijakan Deviden (M)	Statistik deskriptif dan analisis jalur	- profitabilitas tidak berpengaruh terhadap kebijakan deviden - profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan - kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan kebijakan deviden tidak mampu memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berlanjut ke hal 25

…..Lanjutan Tabel 2.1

4.	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening (Khomsatun Anita Laelatul, Mardani Ronny Malavia, 2018)	Profitabilitas (Y), Nilai Perusahaan (X), Variabel Intervening (X2)	analisis jalur	- profitabilitas dan kebijakan deviden berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap kebijakan deviden.
5.	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening (Nofrita, 2013)	Profitabilitas (X), Nilai Perusahaan (Y), Kebijakan Deviden (Z)	Uji asumsi klasik	- profitabilitas dan kebijakan deviden berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan - pengaruh profitabilitas terhadap kebijakan deviden tidak signifikan.
6.	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi (Arifin Atwal, 2021)	Profitabilitas (X1), Likuiditas (X2), Leverage (X3), Nilai Perusahaan (Y), Kebijakan Deviden (Z)	Regresi berganda	- Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan - Likuiditas, Laverage, Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan - Kebijakan Dividen tidak mampu memoderasi hubungan pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan - Kebijakan Dividen mampu secara signifikan memoderasi hubungan pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu jenis data yang dapat di ukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2020). Data kuantitatif berdasarkan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti. Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2021. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan februari sampai dengan bulan mei 2023.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 43 Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.

Tabel 3. 1
Data Populasi

No	Kode	Nama Perusaahaan	Tercatat	Indeks
1.	DLTA	Delta Djakarta Tbk	12/02/1984	Utama
2.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk	02/07/1990	Utama
3.	MYOR	Mayora Indah Tbk	04/07/1990	Utama
4.	SKBM	Sekar Bumi Tbk	05/01/1993	Pengembangan
5.	SKLT	Sekar Laut Tbk	08/09/1993	Pengembangan
6.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	17/01/1994	Utama
7.	ADES	Akasha Wira International Tbk	13/06/1994	Pengembangan
8.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	14/07/1994	Utama
9.	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	18/10/1994	Pengembangan
10.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	08/05/1995	Utama
11.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	09/07/1996	Utama
12.	STTP	Siantar Top Tbk	16/12/1996	Pengembangan
13.	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	11/06/1997	Utama
14.	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.	14/02/2000	Utama
15.	IIKP	Inti Agri Resources Tbk	20/10/2002	Pengembangan
16.	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	14/05/2004	Pengembangan
17.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	28/06/2010	Utama
18.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	07/10/2010	Utama
19.	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk	10/07/2012	Utama
20.	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk	07/07/2014	Pengembangan
21.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	05/05/2017	Utama
22.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	22/06/2017	Utama
23.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	19/12/2017	Utama
24.	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk	29/12/2017	Pengembangan
25.	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	18/09/2018	Pengembangan
26.	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	10/10/2018	Utama
27.	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk	08/01/2019	Pengembangan
28.	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	20/03/2019	Pengembangan
29.	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk	25/11/2019	Pengembangan
30.	PSGO	Palma Serasih Tbk	25/11/2019	Utama
31.	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk	22/01/2020	Utama
32.	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk	12/02/2020	Pengembangan
33.	ENZO	Morenzo Abadi Perkasa Tbk	14/09/2020	Pengembangan
34.	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk	18/12/2020	Utama
35.	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk	01/11/2021	Pengembangan
36.	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk	06/12/2021	Utama
37.	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk.	06/12/2021	Pengembangan
38.	IBOS	Indo Boga Sukses Tbk.	25/04/2022	Akselerasi
39.	TRGU	Cerestar Indonesia Tbk.	08/07/2022	Pengembangan

Berlanjut ke halaman 28…

Lanjutan Tabel 3.1…

40.	BUAH	Segar Kumala Indonesia Tbk.	09/09/2022	Pengembangan
41.	BEER	Jobubu Jarum Minahasa Tbk.	06/01/2023	Pengembangan
42.	SOUL	Mitra Tirta Buwana Tbk.	06/01/2023	Akselerasi
43.	WINE	Hatten Bali Tbk.	10/01/2023	Pengembangan

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2020). Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020). Dengan metode tersebut, sampel dipilih berdasarkan karakteristik yang akan ditentukan. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Penentuan Sampel

No	Kriteria Pengambilan Sampel	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Populasi)	43
2	Perusahaan Manufaktur sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut – turut periode 2019 s/d 2021	(17)
3	Perusahaan Manufaktur sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak tergolong indeks papan utama	(10)
4	Perusahaan yang tidak membagikan dividen secara berturut – turut selama periode 2019 s/d 2021	(4)
5	Perusahaan Manufaktur sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak menyajikan laporan tahunan berturut – turut periode 2019 s/d 2021	(0)
Jumlah Sampel		12

Sumber :Data Olahan, 2023

Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 12 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019 – 2021.

Tabel 3.3
Data Sampel

No	Kode	Nama Perusaahaan
1	DLTA	Delta Djakarta Tbk
2	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk
3	MYOR	Mayora Indah Tbk
4	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
6	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk
7	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
8	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
9	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
11	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
12	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk

Sumber : Data Olahan, 2023

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari *(www.idx.co.id)*.

3.4 Teknik Pengambilan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik dokumentasi yaitu data yang berasal dari dokumentasi dengan melihat laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2019 s/d 2021 yang dipublikasikan oleh perusahaan melalui situs resmi *www.idx.co.id* kemudian

mengakses laporan keuangan tahunannya dan mengumpulkan data – data yang dibutuhkan.

3.5 Defenisi Operasional

Tabel 3. 4
Defensisi Operasional

Variabel	Defenisi Operasioanal	Indikator	Jenis Pengukuran Data
Profitabilitas (X)	Profitabilitas adalah kecakapan perusahaan dalam mendapatkan profit dari penggunaan asset perusahaan. Mempertahankan atau membagikan profitnya merupakan keputusan dari perusahaan dalam menyikapi profit yang diperolehnya (Vitaningrum & Mineva, 2021)	*Return On Assets* ROA= $\frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan dapat didefenisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada suatu tahun yang tercermin pada harga saham sebelumnya (Purwantini & Supriyono, 2018)	PER = $\frac{Harga\ Per\ Saham\ Laba}{Lembar\ Saham}$	Rasio
Kebijakan Dividen (Z)	Kebijakan dividen *(dividend policy)* merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagi kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang(Vitaningrum & Mineva, 2021)	DPR= $\frac{\text{Deviden per saham}}{\text{Laba per saham}}$	Rasio

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2023

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi dengan skala pengukuran rasio. Menurut Sugiyono (2020) menyatakan bahwa uji instrument merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis *Partial Least Square* (PLS) dibantu dengan program SmartPLS 3. Langkah-langkah dalam melakukan teknik analisis data adalah :

1) Melakukan perhitungan pada data yang diperoleh dari Indonesian Stock Exchange (IDX).
2) Melakukan entri data atas hasil pengukuran variabel dan perusahaan asuransi yang dijadikan sampel dalam penelitian sehingga data siap diolah.
3) Menghitung data dan melakukan analisis data agar menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan penelitian Teknik analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif dan analisis statistik.

3.7.1. Statistika Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan

membuat kesimpulan yang berlaku umum dalam penelitian (Ferdinand, 2014). Dalam analisis deskriptif, seorang peneliti akan menjelaskan obyek penelitian, memetakan responden berdasarkan karakteristik mereka, serta memetakan kecenderungan tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan indikator-indikator variabel penelitian.

Teknik yang sering digunakan untuk memetakan responden adalah mean atau rata-rata dan analisis indeks. Nilai mean atau rerata adalah jumlah seluruh data dibagi dengan banyaknya data yang ada. Mean merupakan ukuran tendensi sentral yang paling umum digunakan karena mean merupakan cara termudah untuk mendeskripsikan data (Kuncoro, 2013)

3.7.2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah serangkaian metode yang digunakan untuk mengolah data agar dapat ditarik kesimpulan atau menguji hipotesis. Analisis inferansial terbagi menjadi menjadi teknik statistik inferensial parametrik dan teknik statistik inferensial non parametrik. Dalam melakukan Teknik statistik inferensial parametrik, seorang peneliti dibantu dengan menggunakan alat analisis yang sesuai dengan model penelitian. Misalnya analisis regresi, regresi moderasi, dan regresi dua tahap biasa menggunakan SPSS. Analisis kausalitas biasa menggunakan SEM atau *Structural Equation Modelling*. Analisis kausalitas jalur dapat dilakukan dengan menggunakan *Path Analysis* (Ferdinand, 2014).

Banyak peneliti memilih menggunakan SEM-PLS karena berbagai alasan. Abdillah dan Hartono (2015) menyebutkan bahwa SEM-PLS merupakan *variance* atau *commponent-based* SEM, di mana indikator-indikator variabel laten yang

satu tidak dikorelasikan dengan indikator-indikator dari variabel laten lain dalam satu model penelitian. Keunggulan SEM-PLS adalah bersifat non parametrik atau tidak membutuhkan berbagai asumsi. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam SEM-PLS tidak besar.

Hanya dengan 30 sampel saja aplikasi bisa dijalankan. SEM-PLS dapat menganalisis konstruk dengan indikator normatif maupun reflektif, serta dapat digunakan pada model yang dasar teorinya masih belum kuat. (Gozali, 2014) menyebutkan bahwa dalam hal menguji hubungan antar konstruk, SEM-PLS bersifat prediktif dan hanya satu arah, tidak rekursif. Abdillah dan Hartono (2015) juga menyebutkan bahwa teknik statistika *variancebased* SEM adalah pilihan yang tepat untuk riset prediksi.

Riset prediksi adalah riset yang bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel untuk memprediksi hubungan sebab akibat. Hipotesis yang diuji adalah hipotesis parsial, yaitu hipotesis yang menyatakan hubungan *relational* atau kausal antar variabel saja, bukan hubungan *relational* atau kausal satu model penelitian (hipotesis model). Kriteria kelayakan hasil penelitian mengacu pada tingkat signifikansi prediksi hubungan antar variabel atau *t-statistics.*

Analisis inferensial dalam tulisan ini dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah melakukan evaluasi model pengukuran atau *outer model* dan tahap kedua adalah melakukan evaluasi model struktural atau *inner model*. Jenis-jenis evaluasi dalam kedua tahap yang akan dibahas di tulisan ini adalah untuk model penelitian yang menggunakan indikator reflektif saja, bukan indikator formatif ataupun campuran formatif dan reflektif.

3.7.2.1 Evaluasi Model Pengukuran atau *Outer Model*

Suatu model penelitian dapat menggunakan konstruk laten dengan indikator reflektif maupun formatif. Indikator-indikator tersebut perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Berikut ini adalah uji validitas dan reliabilitas untuk model yang seluruhnya menggunakan indikator reflektif. Keempat evaluasi model pengukuran atau *Outer Model* berikut ini didapat dengan menjalankan PLS Algorithm dalam Smart PLS. Adapun caranya adalah ***Calculate*→PLS *Algorithm***. Prosedur ini sekaligus akan menghasilkan Nilai VIF, R2, f2, dan *Path Coefficients* yang digunakan dalam evaluasi *Inner Model*.

1. **Validitas Konvergen**

   Validitas konvergen ditentukan berdasarkan dari prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Gozali, 2014). Caranya dengan mengevaluasi hasil *outer loading* tiap indikator. Nilai *loading*di atas 0,70 menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya (Wong, 2013; Sarstedt dkk., 2016).

2. ***Average Variance Extracted* (AVE)**

   Average Variance Extracted (AVE) bertujuan untuk mengevaluasi *discriminant validity* untuk setiap konstruk dan variabel laten. Nilai AVE seharusnya sama dengan 0,5 atau lebih. Nilai AVE 0,5 atau lebih berarti konstruk dapat menjelaskan 50% atau lebih varians itemnya (Wong, 2013, Sarstedt dkk., 2016).

3. **Validitas Diskriminan**

   Validitas diskriminan bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukur yang baik bagi konstruknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstruknya saja. Pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Ghozali dan Latan, 2015). Dalam aplikasi *Smart* PLS uji validitas diskriminan menggunakan Nilai *Fornell-Lacker Criterion* (Henseler dkk., 2015).

4. ***Composite Reliability***

   Composite Reliability digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketetapan instrument dalam mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latennya. (Memon dkk., 2017). Nilai *composite reliability* 0,6 – 0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik (Sarstedt dkk., 2016;Gozali, 2014).

3.7.2.2 Evaluasi Model Struktural atau *Inner Model*

Langkah awal evaluasi model struktural adalah mengecek adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model (Sarstedt dkk., 2016). Kemudian dilanjutkan dengan mengukur kemampuan prediksi model menggunakan dua kriteria yaitu koefisien determinasi (R2), *cross-validated effect size* (f2), dan *path coefficients* atau koefisien jalur (Sarstedt dkk., 2016).

1. ***R - Square***

   R – Square merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien *R-Square* diharapkan antara 0 dan 1 yaitu 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model kuat, moderat, dan lemah (Sarstedt dkk., 2017). Chin memberikan kriteria Nilai *R-Square* sebesar 0,67, 0,33 dan 0,19 sebagai kuat, moderat, dan lemah (Chin, 1998 dalam Ghozali, 2014).

2. **Uji Hipotesis (Uji Signifikan)**

   Digunakan untuk menguji variabel idependent terhadap variabel dependen sekaligus variabel intervening. Untuk menguji pengaruh langsung menggunakan *Path Coefficients* atau Koefisien Jalur Dan untuk menguji pengaruh tidak langsung melalui *Specific Indirect Effect.* Nilai *path coefficients* dan *Specific Indirect Effect* dilihat dari P Value <0,05 (Sarstedt dkk., 2016).