

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Jakarta Islamic Index (JII)

Penelitian ini menggunakan objek *Jakarta Islamic Index (JII)*, dimana JII merupakan salah satu indeks saham syariah yang dibuat oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerjasama dengan PT Danareksa Investment Management dan merupakan indeks saham syariah yang pertama kali diluncurkan di pasar modal Indonesia pada tanggal 3 Juli 2000. *Review* saham syariah JII dilakukan sebanyak dua kali dalam setahun setiap Mei dan November mengikuti jadwal *review* DES oleh OJK.

BEI menentukan dan melakukan seleksi saham syariah yang menjadi konstituen JII. Adapun kriteria likuiditas yang digunakan dalam menyeleksi 30 saham syariah yang menjadi konstituen JII adalah sebagai berikut:

- a. Saham syariah yang masuk dalam konstituen Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) telah tercatat selama 6 bulan terakhir.
- b. Dipilih 60 saham berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar tertinggi selama 1 tahun terakhir.
- c. Dari 60 saham tersebut, kemudian dipilih 30 saham berdasarkan rata-rata nilai transaksi harian dipasar regular tertinggi.
- d. 30 saham yang tersisa merupakan saham terpilih.

Jadi dengan kata lain JII adalah saham-saham terbaik anggota ISSI yang terdaftar pada BEI dan DES.

2. Adaro Energy Tbk (ADRO)

Adaro Energy adalah perusahaan energi yang terintegrasi secara vertikal di Indonesia dengan bisnis di sektor batu bara, energi, utilitas dan infrastruktur pendukung. Adaro Energy memiliki model bisnis terintegrasi yang terdiri dari delapan pilar: Adaro *Mining*, Adaro *Services*, Adaro *Logistics*, Adaro *Power*, Adaro *Land*, Adaro *Water*, Adaro *Capital* dan Adaro *Foundation*. Lokasi utama tambang Adaro Energy terletak di Kalimantan Selatan, tempat ditambangnya Envirocoal, batu bara termal dengan kadar polutan yang rendah.

Adaro Energy juga memiliki aset batu bara metalurgi yang beragam mulai dari batu bara kokas semi lunak sampai batu bara kokas keras premium di Indonesia dan Australia. Adaro Energy terus mengembangkan bisnis non batu bara untuk mendapatkan dasar penghasilan yang lebih stabil dan mengimbangi volatilitas sektor batu bara.

Adapun visi dan misi Adaro adalah :

Visi: Menjadi perusahaan tambang dan energi Indonesia yang terkemuka.

Misi: a. Memuaskan kebutuhan pelanggan.

b. Mengembangkan karyawan.

c. Menjalin kemitraan dengan pemasok.

d. Mendukung pembangunan masyarakat dan negara.

e. Mengutamakan keselamatan dan kelestarian lingkungan.

f. Memaksimalkan nilai bagi pemegang saham.

1. AKR Corporindo Tbk (AKRA)

PT AKR Corporindo Tbk, selanjutnya disebut “AKR” atau “perseroan” didirikan di Surabaya pada tanggal 28 November 1977 dengan nama PT Aneka Kimia Raya, berdasarkan Akta No. 46 tanggal 28 November 1977 yang dibuat di hadapan Notaris Sastra Kosasih, AKR merupakan bisnis perdagangan – distribusi BBM dan kimia dasar penyediaan rantai pasokan yang efisien dan pengendalian operasional di seluruh Indonesia.

AKR mendistribusikan komoditas BBM dan produk-produk yang dibutuhkan oleh industri penghasil barang sehari-hari, seperti rayon, gelas, kimia, obat-obatan, sabun, detergent, dll. AKR juga mengembangkan usaha baru berbasis logistik bersama dalam bidang kawasan industri terintegrasi, BBM ritel dan bahan bakar penerbangan. Jaringan logistik AKR hadir di 15 pelabuhan laut dan sungai, tangki penyimpanan di 20 titik di nusantara yaitu Sumatera, Jawa dan Bali, Kalimantan dan Sulawesi.

Adapun visi dan misi AKR adalah sebagai berikut :

Visi : Menjadi pemain utama di bidang penyedia jasa logistik dan solusi pengadaan untuk bahan kimia dan energi di Indonesia.

Misi : Mengoptimalkan potensi untuk meningkatkan nilai pemegang saham dan pihak-pihak terkait secara berkesinambungan.

2. Bumi Serpong Damai Tbk (BSDE)

PT Bumi Serpong Damai Tbk menjadi pengembang kota mandiri terdepan sejak 1984. Sebagai grup bisnis di bawah Sinar Mas Land, proyek andalan Perusahaan di Indonesia, BSD City, banyak diakui sebagai rancangan kota paling ambisius di Indonesia, yang mengkombinasikan properti perumahan, bisnis, komersial dan menawarkan konsep-konsep unik dan kualitas teratas. Pembangunan berupa perumahan, perkantoran dan pusat niaga, perhotelan, sertakawasan perindustrian, pusat sarana olahraga, beserta fasilitas-fasilitasnya.

Perusahaan berkomitmen menawarkan keunggulan terbaik bagi seluruh segmen konsumen, di bidang rancang bangun, material dan lokasi properti. Perusahaan menjadi perusahaan publik tahun 2008, melalui pencatatan saham di Bursa Efek Indonesia (Kode Saham: BSDE). Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Menjadi pengembang kota mandiri terkemuka yang menawarkan dan memberikan lingkungan yang nyaman, dinamis dan sehat.

Misi :

- a. Membangun kota baru yang menyediakan produk pemukiman yang melayani semua segment, produk komersial yang mengakomodasi kebutuhan usaha kecil, menengah hingga perusahaan besar.
- b. Meningkatkan nilai tambah kepada para pemangku kepentingan.

3. Astra International Tbk (ASII)

PT Astra International Tbk didirikan di Jakarta pada tahun 1957 sebagai sebuah perusahaan perdagangan umum dengan nama Astra International Inc. Seiring dengan kemajuan usaha perseroan melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan kode saham ASII pada tahun 1990, sekaligus mengubah namanya menjadi PT Astra International Tbk. Nilai kapitalisasi pasar Astra pada akhir tahun 2019 adalah sebesar Rp280,3 triliun. Hingga tahun 2019, Grup Astra telah mengembangkan bisnisnya dengan menerapkan model bisnis yang berbasis sinergi dan terdiversifikasi pada tujuh segmen usaha, terdiri dari: Otomotif, Jasa Keuangan, Alat Berat, Pertambangan, Konstruksi dan Energi, Agribisnis, Infrastruktur dan Logistik, Teknologi Informasi dan Properti.

Dengan bisnis yang beragam, Grup telah menyentuh berbagai aspek kehidupan bangsa melalui produk dan layanan yang dihasilkan. Berbagai produk yang dihasilkan, antara lain minyak kelapa sawit, batu bara dan kendaraan bermotor, senantiasa diekspor sehingga Grup dapat berkontribusi dalam menyumbangkan devisa bagi negara. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : “Menjadi salah satu perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan penekanan pada pertumbuhan yang berkelanjutan dengan pembangunan kompetensi melalui pengembangan sumber daya manusia, struktur keuangan yang solid, kepuasan pelanggan dan efisiensi serta

menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial serta peduli lingkungan”.

Misi : Sejahtera bersama bangsa dengan memberikan nilai terbaik kepada para pemangku kepentingan.

4. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)

Cikal bakal ICBP berawal dari Grup Produk Konsumen Bermerek (Consumer Branded Product atau “CBP”) perusahaan induknya, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (“Indofood”). Kegiatan usaha Grup CBP ini dimulai dengan bisnis di bidang mi instan pada tahun 1982. Di tahun 1985, Grup CBP memulai kegiatan usaha di bidang nutrisi dan makanan khusus, dan di tahun 1990 mengembangkan kegiatan usahanya ke bidang makanan ringan melalui kerja sama dengan Fritolay Netherlands Holding B.V., afiliasi dari PepsiCo serta kegiatan usaha di bidang penyedap makanan dibentuk pada tahun 1991. ICBP sebagai entitas terpisah, Perseroan terus mengembangkan usahanya dan memperkuat kepemimpinannya di berbagai segmen pasar. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Produsen barang-barang konsumsi yang terkemuka.

Misi :

- a. Senantiasa melakukan inovasi, fokus pada kebutuhan pelanggan, menawarkan merek-merek unggulan dengan kinerja yang tidak tertandingi.
- b. Menyediakan produk berkualitas yang merupakan pilihan pelanggan.

- c. Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami.
- d. Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.
- e. Meningkatkan stakeholders' values secara berkesinambungan.

5. Vale Indonesia Tbk (INCO)

PT Vale yang kala itu bernama PT International Nickel Indonesia (“Inco”) didirikan berdasarkan Akta No. 49 tanggal 25 Juli 1968. Inco memulai kegiatan eksplorasi bijih nikel di bumi Celebes pada tanggal 25 Juli 1968. Sejak saat itu, perseroan tumbuh menjadi salah satu perusahaan tambang mineral terkemuka di Indonesia dan salah satu penghasil nikel terbesar di dunia.

Tahun 1988, Inco Limited menjual kepemilikan 20% saham PT Inco kepada Sumitomo Metal Mining Co., Ltd. (“SMM”). Dua tahun berselang Inco Limited melepas kepemilikan 20% saham PT Inco kepada publik dan mencatatkan saham Perseroan di Bursa Efek Indonesia (“BEI” - dahulu Bursa Efek Jakarta), dengan kode saham INCO. Sejak dicatatkan di BEI, perseroan memperlihatkan fluktuasi kinerja mengikuti pergerakan harga nikel dunia. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Menjadi perusahaan sumber daya alam nomor satu di Indonesia yang menggunakan standar global dalam menciptakan nilai jangka panjang, melalui keunggulan kinerja dan kepedulian terhadap manusia dan alam.

Misi :Mengubah sumber daya alam menjadi kemakmuran dan pembangunan yang berkelanjutan.

6. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (“Indofood” atau “Perseroan”), yang didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma di tahun 1990, memiliki berbagai kegiatan usaha yang telah beroperasi sejak awal tahun 1980an. Memulai kegiatan usaha di bidang makanan ringan melalui perusahaan patungan dengan Fritolay Netherlands Holding B.V., perusahaan afiliasi PepsiCo Inc. pada tahun 1994 Mengganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur dan pada tahun ini mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia (“BEI”). Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Perusahaan *Total Food Solutions*

Misi :

- a. Memberikan solusi atas kebutuhan pangan secara berkelanjutan
Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami.
- b. Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.
- c. Meningkatkan *stakeholders’ values* secara berkesinambungan.

7. Kalbe Farma Tbk (KLBF)

Kalbe Farma (Kalbe) telah berkembang dari awal yang sederhana di sebuah garasi menjadi perusahaan farmasi terdepan di Indonesia, yang terus

berkembang kehadirannya di pasar internasional. Berdiri pada tahun 1966 kalbe farma membangun posisi di pasar internasional dengan hadir di negara-negara ASEAN serta Afrika, dan menjadi perusahaan produk kesehatan nasional yang mampu bersaing di pasar ekspor. Didukung oleh tenaga kerja sebesar 16.628 karyawan, kini Kalbe memiliki kemampuan di bidang pemasaran, branding, distribusi, keuangan serta riset & pengembangan yang unggul di Indonesia. Saat ini, Kalbe berada dalam posisi yang baik di pasar sebagai perusahaan produk kesehatan publik terbesar di Asia Tenggara, dengan nilai kapitalisasi pasar Rp76 triliun dan nilai penjualan 22.633 miliar per akhir 2019. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Menjadi perusahaan produk kesehatan Indonesia terbaik dengan skala internasional yang didukung oleh inovasi, merek yang kuat, dan manajemen yang prima.

Misi : Meningkatkan kesehatan untuk kehidupan yang lebih baik.

8. Matahari Department Store Tbk (LPPF)

Matahari mulai beroperasi pada 24 Oktober 1958 ketika gerai pertama yang mengkhususkan diri dalam pakaian anak-anak, dibuka di Pasar Baru, Jakarta. Perseroan kemudian mengubah lanskap ritel dengan membuka department store modern pertama di Indonesia pada tahun 1972. Pendirian PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) pada tahun 1986 diikuti oleh penawaran umum perdana Perseroan pada tahun 1992. Pada tanggal 30 Oktober 2009, Matahari dilepas dari MPP untuk menjadi entitas baru, PT

Matahari Department Store Tbk. Menawarkan perpaduan mode, aksesoris, produk kecantikan, dan peralatan rumah tangga melalui gerai-gerai yang modern dan ramah serta omnichannel platform yang berkembang, Matahari sebagai peritel nasional nomor satu didukung oleh merek-merek eksklusif yang dimilikinya. Ragam produk bermerek yang hanya dijual di gerai-gerai Perseroan dan Matahari.com ini secara konsisten unggul di antara label busana favorit Indonesia, yang mencerminkan kemampuan untuk tetap pada tren. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Semua orang Indonesia dapat tampil menarik dan nyaman.

Misi : Menyediakan berbagai kebutuhan fashion berkualitas dan terjangkau bagi para pelanggan dengan suasana yang ramah, sehingga dapat memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

9. PP (Persero) Tbk (PTPP)

PT PP (Persero) Tbk, adalah badan usaha yang dibentuk dari hasil peleburan Perusahaan bangunan bekas milik Bank Industri Negara yang didirikan berdasarkan Akta Notaris Raden Mr. Soewandi di Jakarta, No. 48 tanggal 26 Agustus 1953. PTPP berdiri pada tanggal 26 Agustus 1953 dengan nama NV Pembangunan Perumahan. Proyek pertama NV Pembangunan Perumahan adalah membangun kompleks perumahan pejabat PT Semen Gresik Tbk, anak Perusahaan BAPINDO yang berlokasi di Gresik.

Sesuai Undang-Undang No. 19 Prp Tahun 1960, NV Pembangunan Perumahan dilebur menjadi Perusahaan Negara (PN) Pembangunan Perumahan, yaitu Perusahaan Negara yang didirikan pada tanggal 29 Maret 1961 berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 63. PN Pembangunan Perumahan kemudian mengalami perubahan badan hukum pada tahun 1971, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 39 tentang pengalihan bentuk PN Pembangunan Perumahan menjadi Perusahaan Perseroan (Persero), yang disebut PT Pembangunan Perumahan (Persero) dan/atau PT PP (Persero) dan/atau PTPP. PT PP melakukan penawaran umum perdana saham atau Initial Public Offering (IPO) dan melakukan pencatatan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 9 Februari 2010. Adapun visi dan misi PTPP adalah sebagai berikut :

Visi : Menjadi Perusahaan Konstruksi, EPC dan Investasi yang Unggul, Bersinergi dan Berkelanjutan di Kawasan Asia Tenggara.

Misi :

- a. Menyediakan jasa konstruksi dan EPC serta melakukan investasi berbasis tata kelola Perusahaan yang baik, manajemen QHSE, manajemen risiko dan konsep ramah lingkungan.
- b. Mengembangkan strategi sinergi bisnis untuk menciptakan daya saing yang tinggi dan nilai tambah yang optimal kepada pemangku kepentingan.
- c. Mewujudkan sumber daya manusia unggul dengan proses pemenuhan, pengembangan dan penilaian yang berbasis pada budaya Perusahaan.

- d. Mengoptimalkan inovasi, teknologi informasi dan manajemen pengetahuan untuk mencapai kinerja unggul yang berkelanjutan.
- e. Mengembangkan strategi korporasi untuk meningkatkan kapasitas keuangan Perusahaan.

10. Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR)

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, sebelumnya bernama PT Semen Gresik (Persero) Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri semen. Diresmikan di Gresik pada tanggal 7 Agustus 1957 oleh Presiden RI pertama dengan kapasitas terpasang 250.000 ton semen per tahun. Pada tanggal 8 Juli 1991 saham Semen Gresik tercatat di Bursa Efek Indonesia serta merupakan BUMN pertama yang go public dengan menjual 40 juta lembar saham kepada masyarakat. Komposisi pemegang saham pada saat itu: Negara RI 73% dan masyarakat 27%. PT Semen Indonesia Industri Bangunan merupakan upaya dalam menangkap peluang pertumbuhan industri bahan bangunan, yang dapat menjadi sumber pertumbuhan baru sekaligus meningkatkan sinergi antar anak perusahaan. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Menjadi perusahaan persemenan internasional yang terkemuka di asia tenggara.

Misi :

- a. Mengembangkan usaha persemenan dan industri terkait yang berorientasikan kepuasan konsumen.

- b. Mewujudkan perusahaan berstandar internasional dengan keunggulan daya saing dan sinergi untuk meningkatkan nilai tambah secara berkesinambungan.
- c. Mewujudkan tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan.
- d. Memberikan nilai tambah terbaik untuk seluruh (*stakeholders*).
- e. Membangun kompetensi melalui pengembangan sumber daya manusia.

11. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (TLKM)

Telkom berdiri pada tahun 1965 saat Pemerintah memisahkan layanan Pos dan Telekomunikasi dengan membagi PN Postel menjadi Perusahaan Negara Pos Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Dalam perjalanannya, Perusahaan mengalami beberapa kali perubahan hingga pada tahun 1995, Telkom menjadi Perusahaan Terbuka yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan New York Stock Exchange (NYSE).

Sepanjang tahun 2000-an, seiring dengan berkembangnya Over the Top Application (OTT) atau aplikasi digital berbasis internet, Telkom bertransformasi untuk mengubah portofolio produk, membangun customer centric organization dan mengembangkan jaringan infrastruktur yang mendukung bisnis digital. Selanjutnya, Telkom melakukan ekspansi bisnis untuk mencari sumber pertumbuhan baru. Transformasi dan ekspansi yang dilakukan saat ini menunjukkan komitmen Telkom menghadapi disruptive competitive growth dan menjadi salah satu digital telecommunication

company terbesar di Asia Pasifik. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : *Be the King of Digital in the Region*

Misi : *“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”* pelopor inovasi di Indonesia untuk menjadi pemain global terkemuka.

12. United Tractors Tbk (UNTR)

PT United Tractors didirikan pada tahun 1972 dengan fokus usaha pada distribusi alat-alat berat. Sebelumnya Perseroan bernama PT Inter-Astra Motor Works dan berganti nama menjadi PT United Tractors Tbk pada tanggal 28 November 1972. Saat ini dikenal sebagai distributor alat berat terbesar di Indonesia dan menjadi pemimpin di pasar alat berat melalui produk-produk Komatsu yang didistribusikan Perseroan. PT United Tractors merupakan anak usaha dari PT Astra International Tbk (“Astra”).

Sejak 19 September 1989 telah menjadi perusahaan publik dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Dalam kurun waktu 47 tahun, Perseroan telah mengembangkan usahanya ke sektor kontraktor penambangan, pertambangan, jasa kontraktor umum dan pembangkit listrik. Saat ini Perseroan telah berkembang menjadi salah satu pemain utama di sektor dan industri dalam negeri, melalui enam pilar bisnis, yaitu Mesin Konstruksi, Kontraktor Penambangan, Pertambangan Batu Bara, Pertambangan Emas, Industri Konstruksi, dan Energi. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Menjadi perusahaan kelas dunia berbasis solusi di bidang alat berat, pertambangan dan energi, untuk menciptakan manfaat bagi para pemangku kepentingan.

Misi :

- a. Bertekad membantu pelanggan meraih keberhasilan melalui pemahaman usaha yang komprehensif dan interaksi berkelanjutan.
- b. Menciptakan peluang bagi insan perusahaan untuk dapat meningkatkan status sosial dan aktualisasi diri melalui kinerjanya.
- c. Menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan melalui tiga aspek berimbang dalam hal ekonomi, sosial dan lingkungan.
- d. Memberi sumbangan yang bermakna bagi kesejahteraan bangsa.

13. Unilever Indonesia Tbk (UNVR)

Unilever Indonesia Tbk pertama kali didirikan dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. pada tanggal 5 Desember 1933. Di tahun 1980, nama Perseroan diubah menjadi PT Unilever Indonesia yang tercatat dalam akta No. 171 dari notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H. tertanggal 22 Juli 1980. Perseroan mengalami perubahan nama lebih lanjut menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk" pada 30 Juni 1997 yang tercatat oleh akta No. 92 dari notaris publik Tn. Mudofir Hadi, SH. Akta tersebut disahkan oleh Menteri Kehakiman melalui Surat Keputusan No.C2-1.049HT.01.04-Th.1998 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 39 tertanggal 15 Mei 1998, Suplemen No. 2620.

Setelah menjadi perusahaan publik di tahun 1981, Unilever Indonesia menawarkan sahamnya pada masyarakat melalui Bursa Efek di Jakarta dan Surabaya pada tanggal 11 Januari 1982, dan sejak saat itu pula tercatat di Bursa Efek Indonesia. Pada akhir tahun 2018, saham Perseroan menempati peringkat ke-5 kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia. Rangkaian brand Perseroan meliputi Sunlight, Royco, Wall's, Bango, Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto dan masih banyak lagi. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

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

Misi :

- a. Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
- b. Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
- c. Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
- d. Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami untuk terus bertumbuh seraya mengurangi dampak terhadap lingkungan.

14. Wijaya Karya (Persero) Tbk (WIKA)

PT Wijaya Karya (Persero) Tbk didirikan berdasarkan Undang-Undang No.19 tahun 1960 juncto Peraturan Pemerintah Nomor 64 tahun 1961 tanggal 29 Maret 1961 tentang Pendirian Perusahaan Negara/ PN “Wijaya Karya”. Pada awal pendiriannya, kegiatan usaha yang dijalankan WIKA adalah pekerjaan instalasi listrik dan pipa air, sebelum menjadi perusahaan kontraktor sipil dan bangunan di tahun ‘70-an. Pada 27 Oktober 2007 WIKA melakukan Penawaran Saham Perdana (Initial Public Offering/IPO) di Bursa Efek Indonesia dengan melepas 28,46 persen saham ke publik. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

Visi : Terdepan dalam investasi dan EPC berkelanjutan untuk kualitas kehidupan yang lebih baik.

Misi :

- a. Menyediakan jasa dan produk EPC yang terintegrasi berlandaskan pada prinsip kualitas, keselamatan, kesehatan dan lingkungan.
- b. Memastikan pertumbuhan berkelanjutan dengan Portofolio Investasi Strategis.
- c. Melakukan pengembangan kawasan terpadu demi kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat.
- d. Memberikan pelayanan kolaboratif yang melampaui ekspektasi/harapan pemangku kepentingan.
- e. Menciptakan rekam jejak di kancah global melalui inovasi dan teknologi termutakhir.

- f. Mengimplementasikan budaya belajar dan berinovasi untuk memenuhi kompetensi global.
- g. Menumbuhkembangkan kearifan lokal melalui praktik kepemimpinan untuk membangun kesejahteraan yang menyeluruh.

B. Deskripsi Data

Berikut ini akan dibahas mengenai analisis statistik deskriptif variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu inflasi, nilai tukar rupiah, suku bunga, harga saham dan profitabilitas dari JII.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari indeks saham JII dengan variabel independen inflasi, nilai tukar rupiah, dan suku bunga sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah harga saham dan variabel intervening profitabilitas. Selanjutnya dilakukan analisis deskriptif menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) 21.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka diketahui nilai rata-rata besarnya harga saham, inflasi, nilai tukar rupiah, suku bunga dan profitabilitas pada tahun 2016-2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Analisis Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore: Inflasi	60	-1.19359	1.37223	.0000000	1.0000000
Zscore: Nilai Tukar Rupiah	60	-1.07514	1.10523	.0000000	1.0000000
Zscore: Suku Bunga	60	-1.40238	.93492	.0000000	1.0000000
Zscore: Harga Saham	60	-.92988	2.39506	.0000000	1.0000000
Zscore: Profitabilitas	60	-1.64195	2.3712	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	60				

Dari tabel 4.1 diketahui bahwa inflasi mempunyai nilai maksimum sebesar 1,37223 dan nilai minimum sebesar -1,19359. Nilai tukar rupiah mempunyai nilai maksimum sebesar 1,10523 dan nilai minimum sebesar -1,07514. Suku bunga mempunyai nilai maksimum sebesar 0,93492 dan nilai minimum sebesar -1,40238. Nilai maksimum harga saham sebesar 2,39506 dan nilai minimum sebesar -0,92988. Profitabilitas mempunyai nilai maksimum sebesar 2,3712 dan nilai minimum sebesar -1,64195. Jumlah data yang diamati sebanyak 60 data dengan besarnya nilai rata-rata sebesar 0,0000000 sedangkan standar deviasi sebesar 1,00000000.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Adapun kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov berdasarkan asumsi berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ distribusi data adalah normal

Tabel 4.2
Output Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Zscore: Inflasi	Zscore: Nilai Tukar Rupiah	Zscore: Suku Bunga	Zscore: Harga Saham	Zscore: Profitabilitas
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	60	60	60	60	60
	Std. Deviation	.0000000	.0000000	.0000000	.0000000	.0000000
Most Extreme Differences	Absolute	.239	.315	.348	.259	.173
	Positive	.239	.315	.236	.259	.167
	Negative	-.178	-.307	-.348	-.251	-.173
Kolmogorov-Smirnov Z		1.854	2.442	2.693	2.004	1.341
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052	.070	.061	.051	.055

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Inflasi

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa hasil dari uji *Kolmogorov-SmirnovZ* sebesar 1,854 dan nilai *Asymp.Sig.* sebesar 0,052 dan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,052 > 0,05$ yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

2) Nilai Tukar Rupiah

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa hasil dari uji *Kolmogorov-SmirnovZ* sebesar 2,442 dan nilai *Asymp.Sig.* sebesar 0,070 dan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,070 > 0,05$ yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

3) Suku bunga

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa hasil dari uji *Kolmogorov-SmirnovZ* sebesar 2,693 dan nilai *Asymp.Sig.* sebesar 0,061 dan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,061 > 0,05$ yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

4) Harga Saham

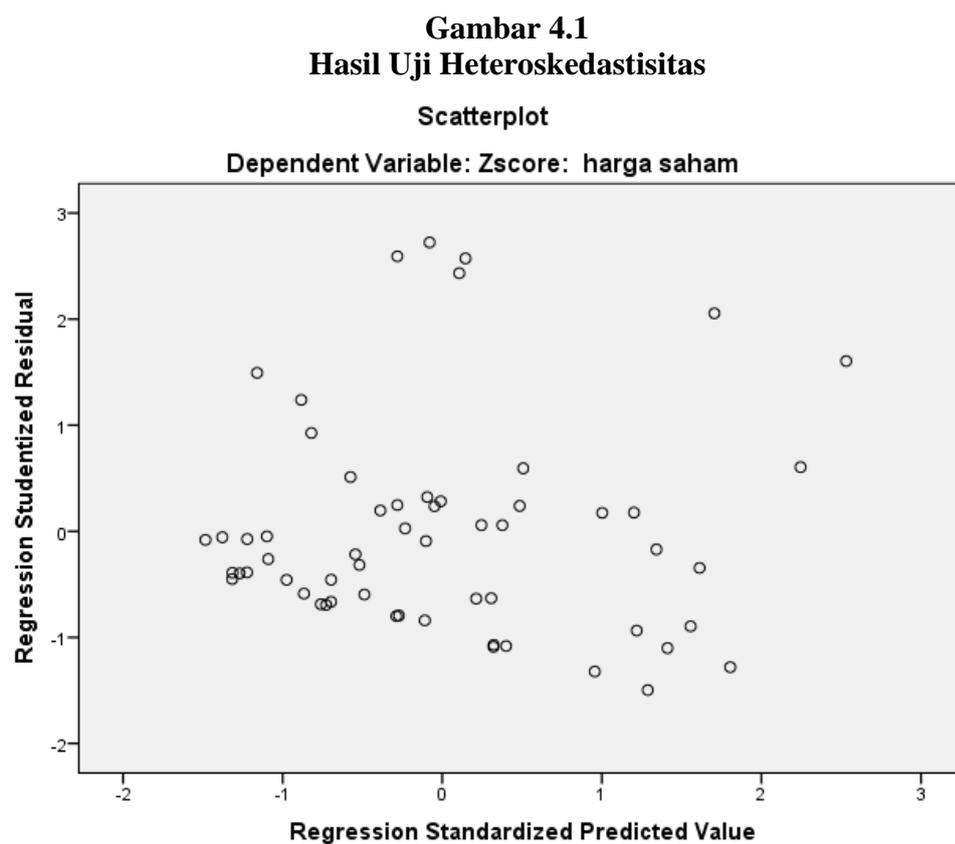
Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa hasil dari uji *Kolmogorov-SmirnovZ* sebesar 2,004 dan nilai *Asymp.Sig.* sebesar 0,051 dan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,051 > 0,05$ yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

5) Profitabilitas

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa hasil dari uji *Kolmogorov-SmirnovZ* sebesar 1,341 dan nilai *Asymp.Sig.* sebesar 0,055 dan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,055 > 0,05$ yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* berikut :



Berdasarkan gambar diatas menunjukkan hasil output SPSS yang didapatkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan tidak

mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Deteksi multikolonieritas dalam SPSS yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dan *tolerance*. Jika angka *tolerance* di atas 0,10 dan $VIF < 10$ dikatakan tidak terdapat gejala multikolonieritas. Namun jika angka *tolerance* di bawah 0,10 dan $VIF > 10$ dikatakan terdapat gejala multikolonieritas.

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Zscore: Inflasi	.109	9.153
Zscore: Nilai Tukar Rupiah	.178	2.849
Zscore: Suku Bunga	.334	2.994
Zscore: Profitabilitas	.989	1.011

a. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji multikolonieritas untuk variabel inflasi dengan VIF sebesar 9,153 dan *tolerance* sebesar 0,109. Variabel nilai tukar rupiah dengan VIF sebesar 2,849 dan *tolerance* sebesar 0,178. Variabel suku bunga dengan VIF sebesar 2,994 dan *tolerance* sebesar 0,334. Variabel profitabilitas dengan VIF sebesar 1,011 dan *tolerance* sebesar 0,989. artinya bahwa data tersebut tidak terdapat gejala multikolonieritas karena angka *tolerance* diatas 0,10 dan $VIF < 10$.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi terdapat korelasi atau residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang baik adalah regresi yang didalamnya tidak terjadi autokorelasi yang diuji dengan *Durbin-Watson*.

Pedoman pengujiannya adalah :

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negative.

Hasil uji autokorelasi menggunakan *Durbin Watson* disajikan dalam tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Hasil uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.437 ^a	.654	.633	.93138795	.580

a. Predictors: (Constant), Zscore: Nilai Tukar Rupiah, Zscore: Suku Bunga, Zscore: Profitabilitas, Zscore: Inflasi

b. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Dari tabel diatas diperoleh hasil nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,580 yang berarti nilai DW berada diantara -2 atau +2, yaitu $-2 < 0,580 < +2$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diolah tidak terjadi autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel satu dengan lainnya. Hasil dari analisis regresi linier berganda dapat dilihat dalam tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Tahap 1

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.009013	.120		.000	1.000
Zscore: Inflasi	.499	.367	.259	3.105	.041
1 Zscore: Nilai Tukar Rupiah	.625	.435	.259	3.595	.004
Zscore: Suku Bunga	.071	.210	.101	1.480	.633
Zscore: Profitabilitas	.813	.122	.434	3.560	.001

a. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Dari tabel diatas digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1,009013 + 0,499X_1 + 0,625X_2 + 0,071X_3 + 0,813X_4 + 0,346$$

Keterangan :

$$a = 1,009013$$

Konstanta sebesar 1,009013 memiliki arti jika variabel inflasi, nilai tukar rupiah, suku bunga dan profitabilitas dalam keadaan tetap (konstan) maka nilai rasio harga saham akan naik sebesar 1,009013.

$$\beta_1 = 0,499$$

Koefisien regresi X_1 sebesar 0,499 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan unit inflasi maka akan menambahkan harga saham sebesar 0,499

atau 49,9% dan penurunan satu satuan inflasi menurunkan harga saham sebesar 49,9%.

$$\beta_2 = 0,625$$

Koefisien regresi X_2 sebesar 0,625 menyatakan setiap penambahan satu satuan nilai tukar rupiah akan menambahkan harga saham sebesar 0,625 atau 62,5% dan penurunan satu satuan nilai tukar rupiah akan menurunkan harga saham sebesar 62,5%.

$$\beta_3 = 0,071$$

Koefisien regresi X_3 sebesar 0,071 menyatakan setiap penambahan satu suku bunga maka menambahkan harga saham sebesar 0,071 atau 7,1% dan penurunan satu satuan suku bunga menurunkan harga saham sebesar 7,1%.

$$\beta_4 = 0,813$$

Koefisien regresi X_4 sebesar 0,813, setiap penambahan satu satuan unit profitabilitas maka akan menambahkan harga saham sebesar 0,813 atau 81,3% dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan profitabilitas maka akan menurunkan harga saham sebesar 81,3%.

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Tahap 2

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.007013	.132		.000	1.000
1 Zscore: Inflasi	-.866	.401	-.244	3.408	.046
Zscore: Nilai Tukar Rupiah	-.001	.474	-.341	3.520	.020
Zscore: Suku Bunga	-.887	.229	-.172	1.752	.455

a. Dependent Variable: Zscore: Profitabilitas

Dari tabel diatas digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Z = 1,007013 + (-0,866)X_1 + (-0,001)X_2 + (-0,887)X_3 + 0,539$$

Keterangan :

$$a = 1,007013$$

Konstanta sebesar 1,007013 memiliki arti jika variabel inflasi, nilai tukar rupiah dan suku bunga dalam keadaan tetap (konstan) atau nilainya 0 maka nilai rasio profitabilitas sebesar 1,007013.

$$\beta_1 = -0,866$$

Koefisien regresi X_1 sebesar -0,866 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan unit (1%) inflasi maka akan menambahkan profitabilitas sebesar -0,866 satuan atau 86,6% dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan inflasi maka akan menurunkan profitabilitas sebesar -0,866.

$$\beta_2 = -0,001$$

Koefisien regresi X_2 sebesar -0,001 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan unit nilai tukar rupiah maka akan menambahkan profitabilitas sebesar -0,001 satuan dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan nilai tukar rupiah maka akan menurunkan profitabilitas sebesar -0,001.

$$\beta_3 = -0,887$$

Koefisien regresi X_3 sebesar -0,887 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan unit suku bunga maka akan menambahkan profitabilitas sebesar -0,887, penurunan satu inflasi menurunkan profitabilitas sebesar -0,887.

Tanda (+) menandakan hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel dependen dan independen.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria penerimaan hipotesis dengan asumsi tingkat signifikan 5% (0,05) yaitu :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Atau pengambilan keputusan dilihat dari probabilitas yaitu :

- 1) Jika probabilitas > 0.05 , maka H_0 diterima.
- 2) Jika probabilitas < 0.05 , maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

Tabel 4.7
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.009013	.120		.000	1.000
1 Zscore: Inflasi	.499	.367	.259	3.105	.041
Zscore: Nilai Tukar Rupiah	.625	.435	.259	3.595	.004
Zscore: Suku Bunga	.071	.210	.101	1.480	.633
Zscore: Profitabilitas	.813	.122	.434	3.560	.001

a. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Keterangan :

1) Pengaruh inflasi terhadap harga saham

Nilai t_{hitung} pada variabel inflasi sebesar 3,105. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,00404. Hasil uji ini menunjukkan nilai $3,105 > 2,00404$. Selain itu jika di lihat nilai sig antara inflasi dengan harga saham sebesar 0,041 lebih kecil dari pada 0,05 maka diperoleh gambaran $0,041 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel inflasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

2) Pengaruh nilai tukar rupiah terhadap harga saham

Nilai t_{hitung} pada variabel nilai tukar rupiah sebesar 3,595. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,00404. Hasil uji ini menunjukkan nilai $3,595 > 2,00404$. Selain itu jika di lihat nilai sig antara nilai tukar rupiah dengan harga saham sebesar 0,004 lebih kecil dari pada 0,05 maka diperoleh gambaran $0,004 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel nilai tukar rupiah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

3) Pengaruh suku bunga terhadap harga saham

Nilai t_{hitung} pada variabel suku bunga sebesar 1,480. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,00404. Hasil uji ini menunjukkan nilai t $1,480 < 2,00404$. Selain itu jika di lihat nilai sig antara suku bunga dengan harga saham sebesar 0,633 lebih besar dari pada 0,05 maka diperoleh gambaran $0,633 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa variabel suku bunga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

4) Pengaruh profitabilitas terhadap harga saham

Nilai t_{hitung} pada variabel profitabilitas sebesar 3,560 Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,00404. Hasil uji ini menunjukkan nilai $3,560 > 2,00404$. Selain itu jika di lihat nilai sig antara profitabilitas dengan harga saham sebesar 0,001 lebih kecil dari pada 0,05 maka diperoleh gambaran $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

Tabel 4.8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	1.007013	.132			
1	Zscore: Inflasi	-.866	.401	-.244	3.408	.046
	Zscore: Nilai Tukar Rupiah	-.001	.474	-.341	3.520	.020
	Zscore: Suku Bunga	-.887	.229	-.172	1.752	.455

a. Dependent Variable: Zscore: Profitabilitas

5) Pengaruh inflasi terhadap profitabilitas

Nilai t_{hitung} pada variabel inflasi sebesar 3,408 Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,00404. Hasil uji ini menunjukkan nilai $3,408 > 2,00404$. Selain itu jika di lihat nilai sig antara inflasi dengan profitabilitas sebesar 0,046 lebih kecil dari pada 0,05 maka diperoleh

gambaran $0,046 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel inflasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

6) Pengaruh nilai tukar rupiah terhadap profitabilitas

Nilai t_{hitung} pada variabel nilai tukar rupiah sebesar 3,520 Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,00404. Hasil uji ini menunjukkan nilai $3,520 > 2,00404$. Selain itu jika di lihat nilai sig antara nilai tukar rupiah dengan profitabilitas sebesar 0,020 lebih kecil dari pada 0,05 maka diperoleh gambaran $0,020 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel nilai tukar rupiah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

7) Pengaruh suku bunga terhadap profitabilitas

Nilai t_{hitung} pada variabel suku bunga sebesar 1,752 Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,00404. Hasil uji ini menunjukkan nilai $1,752 < 2,00404$. Selain itu jika di lihat nilai sig antara suku bunga dengan profitabilitas sebesar 0,455 lebih besar dari pada 0,05 maka diperoleh gambaran $0,455 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel suku bunga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

b. Uji F

Pengujian ini untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} berdasarkan probabilitas :

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

Hasil uji F disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11.288	4	2.822	3.253	.018 ^b
Residual	47.712	55	.867		
Total	59.000	59			

a. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

b. Predictors: (Constant), Zscore: Nilai Tukar Rupiah, Zscore: Suku Bunga, Zscore: Profitabilitas, Zscore: Inflasi

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} dari semua variabel independen secara bersama-sama sebesar 3,253 dengan probabilitas 0,018. Nilai F_{hitung} tersebut akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka besarnya nilai F_{tabel} ($\alpha ; df1 ; df2$) atau (0,05; 4; 55) adalah 2,539689. Hasil pengujian hipotesis melalui uji f adalah $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($3.253 > 2,539689$) maka H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel inflasi, nilai tukar rupiah, suku bunga dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan nilai probabilitas $0,018 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan terdapat hubungan secara bersama-sama yang signifikan.

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (inflasi, nilai tukar rupiah, suku bunga) terhadap variabel dependen (harga saham) dan variabel intervening

(profitabilitas). Hasil dari pengujian koefisien determinasi disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi tahap 1

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.105 ^a	.461	.442	1.02077529	1.220

a. Predictors : (Constant), Zscore: Nilai Tukar Rupiah, Zscore: Suku Bunga, Zscore: Inflasi

b. Dependent Variable: Zscore: Profitabilitas

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,461 artinya besarnya pengaruh inflasi, nilai tukar rupiah, suku bunga terhadap profitabilitas adalah sebesar 46,1% dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi tahap 2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.437 ^a	.654	.633	.93138795	.580

a. Predictors: (Constant), Zscore: Nilai Tukar Rupiah, Zscore: Suku Bunga, Zscore: Profitabilitas, Zscore: Inflasi

b. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,654 artinya besarnya pengaruh inflasi, nilai tukar rupiah, suku bunga dan profitabilitas terhadap harga saham sebesar 65,4% dan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

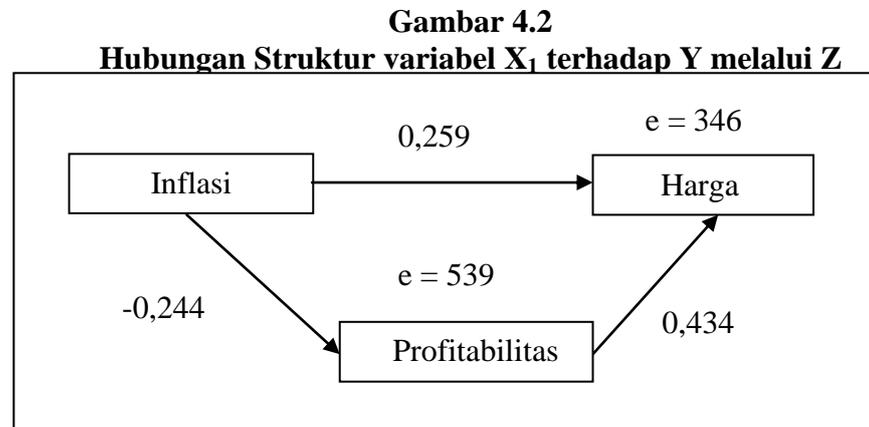
6. Analisis Jalur (*Path analysis*)

Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak

langsung variabel independen, variabel dependen dan variabel intervening. Dalam analisis ini akan dijelaskan terkait dengan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, yang akan dijabarkan barikut ini :

a. Pengaruh X_1 terhadap Y melalui Z

Berdasarkan hasil uji statistik, maka pengaruh langsung X_1 terhadap Y dan tidak langsung melalui Z adalah sebagai berikut:

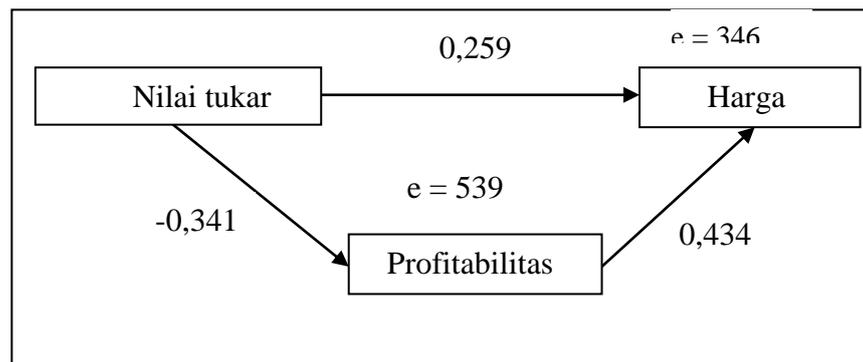


Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa X_1 berpengaruh terhadap Y (beta 0,259), yang artinya apabila inflasi mengalami penambahan 1% maka meningkatkan harga saham sebesar 25,9%. X_1 berpengaruh terhadap Z (beta -0,244) artinya apabila inflasi mengalami penambahan 1% maka akan meningkatkan profitabilitas 24,4%. Dengan demikian X_1 berpengaruh tidak langsung terhadap Y melalui Z dengan beta $0,259 + (-0,244 \times 0,434) = 0,364$. Jadi, Z berstatus sebagai variabel intervening. Pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung sehingga hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X_1 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y.

b. Pengaruh X_2 terhadap Y melalui Z

Berdasarkan hasil uji statistik, maka pengaruh langsung X_2 terhadap Y dan tidak langsung melalui Z adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Hubungan Struktur variabel X_2 terhadap Y melalui Z

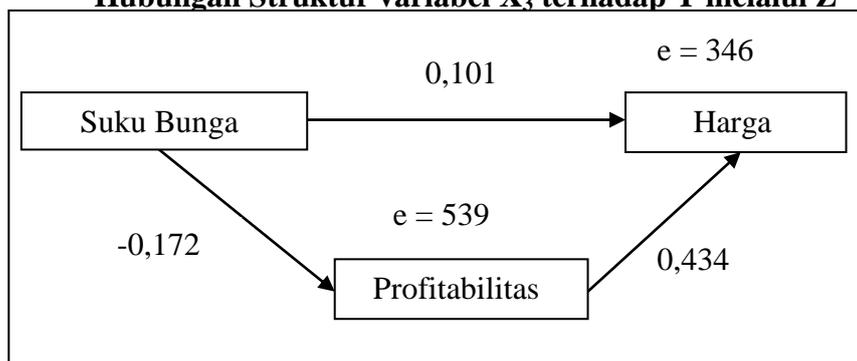


Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa X_2 berpengaruh terhadap Y (beta 0,259), yang artinya apabila nilai tukar rupiah mengalami penambahan 1% maka meningkatkan harga saham sebesar 25,9%. X_2 berpengaruh terhadap Z (beta -0,341) artinya apabila nilai tukar rupiah mengalami penambahan 1% maka akan meningkatkan profitabilitas 34,1%. Dengan demikian X_2 berpengaruh tidak langsung terhadap Y melalui Z dengan beta $0,259 + (-0,341 \times 0,434) = 0,406$. Pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung sehingga hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X_2 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y. Jadi, Z sebagai variabel intervening.

c. Pengaruh X_3 terhadap Y melalui Z

Pengaruh langsung X_3 terhadap Y dan Z sebagai berikut:

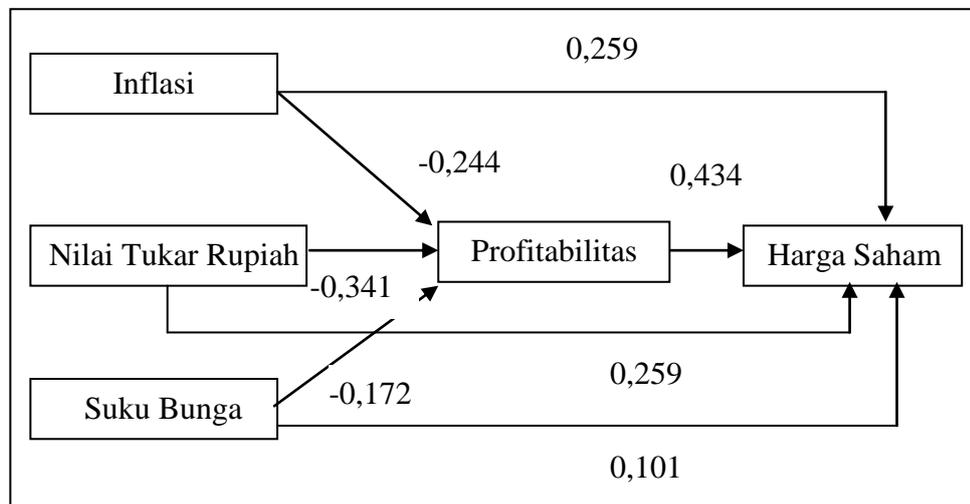
Gambar 4.4
Hubungan Struktur variabel X_3 terhadap Y melalui Z



Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan bahwa X_3 berpengaruh terhadap Y (beta 0,101), yang artinya apabila suku bunga mengalami penambahan 1% maka meningkatkan harga saham sebesar 10,1%. X_3 berpengaruh terhadap Z (beta -0,172) artinya apabila suku bunga mengalami penambahan 1% maka akan meningkatkan profitabilitas 17,2%. Dengan demikian X_3 berpengaruh tidak langsung terhadap Y melalui Z dengan beta $0,101 + (-0,172 \times 0,434) = 0,175$. Pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung sehingga hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X_3 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y. Jadi, Z berstatus sebagai variabel intervening.

Berdasarkan hasil dari koefisien jalur diatas maka dapat digambarkan secara keseluruhan hubungan struktur variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap Y Melalui Z adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5
Diagram Jalur



Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan rangkuman pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12
Rangkuman Analisis Jalur

Pengaruh Variabel	Pngaruh Kausal		Total
	Tidak langsung		
	Langsung	Melalui Z	
X ₁ terhadap Y	0,259	-	0,259
	-	$0,259 + (-0,244 \times 0,434)$	0,364
X ₂ terhadap Y	0,259	-	0,259
	-	$0,259 + (-0,341 \times 0,434)$	0,406
X ₃ terhadap Y	0,101	-	0,101
	-	$0,101 + (-0,172 \times 0,434)$	0,175
Z terhadap Y	0,434		0,434
X ₁ terhadap Z	-0,244		-0,244
X ₂ terhadap Z	-0,341		-0,341
X ₃ terhadap Z	-0,172		-0,172