

**PENGARUH SALES GROWTH, NET PROFIT MARGIN, DAN  
PLOWBACK RATIO TERHADAP EQUITY GROWTH**  
(Studi Kasus Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa  
Efek Indonesia Tahun 2011-2015)

Sri Utami (13133100070)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *sales growth*, *net profit margin*, dan *plowback ratio* terhadap *equity growth* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tersedia laporan lengkap dan tidak de-listing selama periode penelitian 2011-2015, sehingga didapatkan data pada 9 perusahaan dengan periode penelitian selama 5 tahun, dengan demikian diperoleh data sebanyak 45 data pengamatan.

Metode analisis data menggunakan regresi berganda dengan hipotesis penelitian adalah  $H_1$ : *sales growth* berpengaruh terhadap *equity growth*,  $H_2$ : *net profit margin* berpengaruh terhadap *equity growth*, dan  $H_3$ : *plowback ratio* berpengaruh terhadap *equity growth*. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan signifikansi 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap *equity growth* dengan nilai signifikansi  $0,000(<0,05)$  sehingga  $H_1$  didukung, sedangkan *net profit margin*, dan *plowback ratio* tidak berpengaruh terhadap *equity growth* dengan signifikansi masing-masing 0,414 dan 0,699 sehingga  $H_2$  dan  $H_3$  tidak didukung. Nilai F adalah 0,001 pada signifikansi 5% yang berarti bahwa *sales growth*, *net profit margin*, dan *plowback ratio* secara simultan dapat mempengaruhi *equity growth*. Adjusted  $R^2$  sebesar 0,263, sehingga dapat disimpulkan bahwa *equity growth* dapat dijelaskan sebanyak 26,3% oleh *sales growth*, *net profit margin* dan *plowback ratio* sedangkan sisanya 73,7% *equity growth* dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. *Standar Error of Estimate* (SEE) dari model sebesar 36,68239 berarti kesalahan model dalam memprediksi *equity growth* sebesar 36,68239.

**Kata kunci:** *equity growth*, *sales growth*, *net profit margin*, dan *plowback ratio*.

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the effect of sales growth, net profit margin, and plowback ratio to equity growth of food and beverages companies which are listed at Indonesian Stock Exchange (IDX) 2011-2015. The sampling technique used is purposive sampling with specific criteria that has financial report and not de-listing from the periods of 2011 to 2015, until the data is obtained at 9 companies with 5 years period of observation, thus create 45 data observation.*

*The research used multiple regression analysis with hypothesis those are  $H_1$ : sales growth influential to equity growth,  $H_2$ : net profit margin influential to equity growth, and  $H_3$ : plowback ratio influential to equity growth. The hypothesis test used t-test with 5% signification.*

*Result of research shows that sales growth influential to equity growth with signification value 0,000 (<0,05) and  $H_1$  is supported, while net profit margin and plowback ratio are not influential to equity growth with each signification 0,414 and 0,699 thus  $H_2$  and  $H_3$  are not supported. F test value is 0,001 on 5% as level of significance, it shows that sales growth, net profit margin, and plowback ratio was simultaneously significant effect on equity growth. Adjusted  $R^2$  0,263, so it can conclude that equity growth can be explained 26,3% by sales growth, net profit margin, and plowback ratio. Whereas rest of it 73,7% equity growth is explained by other variable which is not analyzed in this research. Standar Error of Estimate (SEE) from model with amount 36,68239 it means there is a problem in model of prediction equity growth is 36,68239.*

**Key words:** equity growth, sales growth, net profit margin, and plowback ratio.

## PENDAHULUAN

Barang konsumsi merupakan industri yang penting bagi perkembangan perekonomian negara. Hal ini tidak terlepas dari perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang industri barang konsumsi di Indonesia. Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu kategori sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang. Kondisi ini akan berpengaruh dengan tingkat persaingan antar perusahaan. Perusahaan dituntut untuk mampu mengembangkan inovasi, memperbaiki kinerja dan menarik investor untuk mendapatkan dana atau menambah modal usaha agar dapat bertahan dan bersaing. *Agency Teory* menyatakan bahwa terdapat hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agen) yaitu manajemen perusahaan. Investor dalam hal ini melihat pertumbuhan perusahaan

sebagai bahan pertimbangan yang penting, karena dengan melihat pertumbuhan perusahaan investor dapat memperkirakan prospek perusahaan di masa yang akan datang dalam menghasilkan laba.

Pertumbuhan perusahaan sering dipakai sebagai tolak ukur dalam menilai perkembangan suatu perusahaan (Yuhartil, 2006). Pertumbuhan perusahaan dalam dunia bisnis menunjukkan semakin meningkatnya ukuran dan aktivitas perusahaan dalam jangka panjang. Suatu perusahaan yang mempunyai laju pertumbuhan tinggi akan membutuhkan modal yang cukup untuk membiayai pertumbuhannya tersebut. Modal berasal dari dua sumber, yakni modal internal dan modal eksternal. Sumber modal yang digunakan dalam hal ini adalah modal internal atau modal sendiri perusahaan. Perusahaan lebih cenderung memilih pendanaan yang berasal dari internal daripada eksternal perusahaan. Penggunaan dana internal lebih didahulukan

daripada penggunaan dana yang bersumber dari eksternal dikarenakan pendanaan internal tidak membutuhkan biaya modal. Teori tersebut menjelaskan bahwa pelaku usaha akan memulai usahanya dengan menggunakan modal sendiri daripada modal pinjaman, karena modal pinjaman akan menjadi alternatif kedua apabila perusahaan membutuhkan dana yang lebih besar (Myers 1984 dalam Dwi R.P. 2014). Modal sendiri dalam hal ini disebut juga dengan *equity*. Pertumbuhan modal sendiri (*equity growth*) yang tinggi dapat diartikan bahwa perusahaan mampu membiayai laju pertumbuhan perusahaan tersebut, sehingga pertumbuhan modal sendiri sangat penting untuk kelangsungan perusahaan (Agustinus D.H., dan Andian A.I., 2013).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *equity growth* adalah pertumbuhan penjualan (*sales growth*). Hal ini dapat dilihat dari peningkatan penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Semakin tinggi penjualan tahun sebelumnya akan mempengaruhi laba yang dihasilkan dan menunjukkan penambahan sumber dana yang dapat diartikan sebagai sumber modal untuk tahun yang akan datang. Kekuatan sumber modal dalam perusahaan dipengaruhi dengan jumlah dana yang ada dalam menyediakan barang yang akan dijual dan sumber dana tersebut harus bisa dipengaruhi oleh jumlah modal yang ada. Pertumbuhan penjualan yang tinggi pada akhirnya dapat menghasilkan margin laba atas penjualan atau *profit margin of sales* (Agustinus D.H dan Andian A.I., 2013).

Menurut Indra B. dan Suhardjono (2006) *Net Profit Margin (NPM)* adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan atau disebut juga margin laba atas penjualan (*profit margin of sales*). NPM merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. NPM dapat diperoleh dengan membagi laba bersih setelah pajak (EAT) dengan total penjualan bersih. NPM berpengaruh terhadap pertumbuhan modal karena laba yang diperoleh setelah pajak memiliki pengaruh terhadap jumlah modal periode berikutnya. Laba yang positif setelah pajak merupakan cadangan dana yang dapat diartikan sebagai hasil kerja perusahaan dalam satu periode. Laba tersebut dapat dibagi atau digunakan oleh perusahaan untuk operasi tahun berikutnya.

*Plowback Ratio* atau *Retention Rate* merupakan rasio yang menunjukkan tingkat keuntungan yang tidak dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen (Suad H., 1995). *Retention rate* yang menunjuk angka positif berarti dari laba yang dihasilkan sebagian ditanamkan kembali ke dalam perusahaan, laba yang tidak dibagi ini menambah modal sendiri dan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan modal sendiri.

Penelitian Heri K. (2009) menyatakan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap pertumbuhan modal sendiri, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustinus D.H dan Andian A.I. (2013) yang menyatakan bahwa *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan modal sendiri.

Astuti Y.S. (2010) meneliti tentang Pertumbuhan Modal Sendiri Pada Perusahaan Manufaktur yang menyebutkan bahwa *retention rate / plowback ratio* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan modal sendiri, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ade S. dkk (2005) menyatakan bahwa *retention rate* berpengaruh terhadap pertumbuhan modal sendiri. Dua penelitian tersebut memiliki hasil yang tidak konsisten, oleh karena itu akan dilakukan pengujian ulang dengan menambahkan satu variabel independen, yaitu pertumbuhan penjualan (*sales growth*).

#### **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

##### **Hubungan antara *sales growth* dengan *equity growth***

Menurut Agus S. (2002) *sales growth* adalah total penjualan perusahaan pada aktivitasnya dalam mencari laba maksimal. *Sales growth* dapat dihitung melalui jumlah penjualan tahun ini dikurangi dengan jumlah penjualan tahun lalu dibagi dengan jumlah penjualan tahun ini. Agustinus D.H. dan Andian A.I. (2013) menyatakan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan modal sendiri. *Sales growth* yang mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan modal sendiri, artinya setiap peningkatan *sales growth* akan diikuti dengan peningkatan pertumbuhan modal sendiri. Semakin tinggi penjualan tahun sebelumnya akan mempengaruhi laba yang dihasilkan dan menunjukkan penambahan sumber dana yang dapat diartikan sebagai sumber modal sendiri perusahaan. Berdasarkan

penelitian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>1</sub>: *Sales growth* berpengaruh terhadap *equity growth*

##### **Hubungan antara *net profit margin* dengan *equity growth***

*Net Profit Margin* merupakan rasio untuk menghitung sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu (Hanafi,2000). NPM yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pula, sehingga perusahaan mempunyai kesempatan untuk menaikkan pertumbuhan modal sendiri yang tercermin pada laba yang tidak dibagikan sebagai dividen yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap keputusan pendanaan yaitu modal sendiri (*equity*). Penelitian yang dilakukan oleh Heri K. (2009) memiliki hasil bahwa *net profit margin* berpengaruh signifikan dan positif terhadap pertumbuhan modal sendiri. Hasil ini sesuai dengan teori yang mengemukakan bahwa terdapat pengaruh antara *net profit margin* terhadap pertumbuhan modal sendiri. Hal ini disebabkan karena pihak perusahaan mengambil kebijakan untuk menanamkan kembali hasil laba yang diperoleh perusahaan dan tidak membagikan dalam bentuk dividen dalam prosentase yang tinggi sehingga akan berdampak pada peningkatan jumlah modal sendiri yang semakin bertambah. Berdasarkan penelitian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>2</sub>: *Net profit margin* berpengaruh terhadap *equity growth*

### **Hubungan antara *net profit margin* dengan *equity growth***

*Plowback ratio* merupakan rasio yang menunjukkan tingkat keuntungan yang tidak dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen (Suad H., 1995). Penelitian yang dilakukan oleh Ade S. dkk (2005) menyatakan bahwa *plowback ratio* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan modal sendiri. Ratio yang menunjukkan angka positif berarti dari laba yang dihasilkan sebagian ditanamkan kembali kedalam perusahaan, laba yang tidak dibagikan ini akan menambah jumlah modal sendiri dan berpengaruh terhadap tingkat pertumbuhan modal sendiri. Berdasarkan penelitian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>3</sub>: *Plowback ratio* berpengaruh terhadap *equity growth*

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2016 sampai dengan Februari 2017 di Bursa Efek Indonesia dengan mengakses situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Lokasi penelitian dilakukan di Pojok Bursa Efek Indonesia Universitas PGRI Yogyakarta.

#### **Metode Penentuan Subjek**

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih dengan menggunakan pertimbangan (Jogiyanto, 2005). Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah:

1. Perusahaan industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada kurun waktu penelitian periode 2011-2015.
2. Tidak de-listing selama periode penelitian yaitu tahun 2011-2015.
3. Menerbitkan laporan keuangan sampai dengan tanggal 31 Desember
4. Menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama periode penelitian tahun 2011-2015.

#### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder yaitu berupa laporan keuangan perusahaan industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman periode 2011-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode dokumentasi yaitu dengan melihat dokumen laporan keuangan yang telah dipublikasikan. Metode lain yang digunakan adalah metode observasi yaitu dengan mengamati pertumbuhan perusahaan melalui perhitungan rasio keuangan dari data-data yang dipublikasikan oleh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dan dengan cara mempelajari literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian seperti buku referensi dan jurnal-jurnal.

#### **Definisi Operasional Variabel**

1. Variabel Dependen pada penelitian ini adalah *equity growth*. Variabel dependen dapat diukur dengan

membandingkan antara perubahan modal sendiri dengan modal sendiri pada periode tahun lalu (Maryati, 2001).

2. Variabel Independen pada penelitian ini adalah:
  - a. *Sales growth* adalah total penjualan perusahaan dalam aktivitasnya mencari laba maksimal. *Sales growth* dapat dihitung dengan membandingkan antara jumlah penjualan tahun sekarang dikurangi dengan jumlah penjualan t-i dibagi penjualan t-1 (Agus S., 2002).
  - b. *Net profit margin* merupakan rasio yang menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. *Net profit margin* dapat dihitung dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan (Kasmir, 2012).
  - c. *Plowback ratio* merupakan rasio yang menunjukkan tingkat keuntungan yang tidak dibagikan pada pemegang saham sebagai dividen. *Plowback Ratio* dapat dikur dengan membandingkan antara perubahan laba ditahan dengan laba bersih setelah bunga dan pajak (Suad H., 1995).

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu *dependent variable* dengan dua atau lebih *independent variable*. Pengujian regresi berganda dapat dikatakan baik apabila telah memenuhi sifat-sifat *Best Linear Unbiased Estimator*

(BLUE) (Imam G., 2011). Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan model regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 SG + \beta_2 NPM + \beta_3 PR$$

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan Diskripsi Objek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011-2015. Berdasarkan pemilihan sampel yang telah ditentukan didapatkan 9 perusahaan dengan periode penelitian selama 5 tahun, sehingga diperoleh 45 data pengamatan.

#### **A. Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menilai apakah persamaan regresi yang digunakan sudah memenuhi syarat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimates*). Uji asumsi klasik meliputi empat hal, yang terdiri dari uji multikolonieritas, uji autikorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas data.

##### **1. Uji Multikolonieritas**

Multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji adanya hubungan yang kuat diantara variabel independen dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas dengan menghitung nilai tolerance dan VIF. Batas nilai tolerance adalah  $> 0,10$  atau  $10 > 10\%$  dan VIF adalah  $< 10$ . Jika nilai tolerance dibawah  $0,10$  atau VIF di atas  $10$ , maka terjadi korelasi antar variabel independen sebesar  $90\%$ .

**Tabel 1. Uji Multikolonieritas**

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016

| Variabel          | Tolerance | VIF   |
|-------------------|-----------|-------|
| Sales Growth      | 0,868     | 1,152 |
| Net Profit Margin | 0,687     | 1,456 |
| Plowback Ratio    | 0,659     | 1,518 |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016

Berdasarkan tabel 2. terlihat bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel independen di atas 0,10 dan nilai VIF dari masing-masing variabel independen di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas.

2. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan untuk menguji adanya korelasi kesalahan pengganggu antar periode dalam model regresi. Hasil pengujian autokorelasi dapat diketahui dengan menghitung nilai Durbin-Watson.

**Tabel 1. Uji Autokorelasi (n=45)**

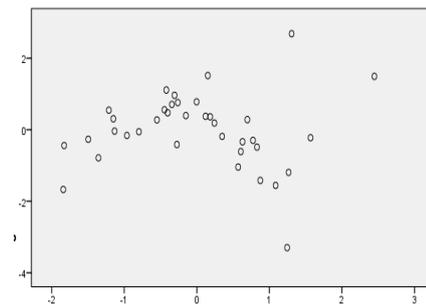
| Model | Durbin-Watson |
|-------|---------------|
| 1     | 2,220         |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016

Berdasarkan tabel 1. menunjukkan hasil Durbin-Watson dengan level signifikansi 5%,  $k(\text{regresor}) = 3$ , dan  $n$  (data pengamatan) = 45 didapatkan nilai  $dU = 1,66$ , sedangkan nilai Durbin-Watson = 2,220. Nilai tersebut memenuhi standar  $dU < dw < 4-dU$  yaitu  $1,66 < 2,220 < 2,34$  sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu dengan pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan scatterplot model, yaitu melalui diagram pancar antara nilai yang diprediksi (ZPRED) dan (SRESID).



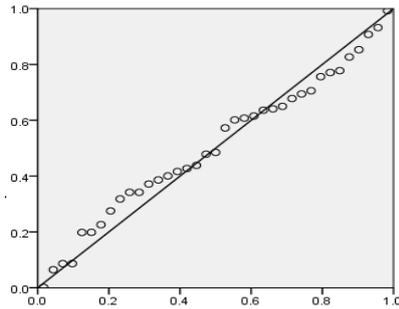
**Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas.**

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016

Berdasarkan diagram pancar diatas, maka dapat dilihat sebaran titik-titik menyebar acak berada diatas maupun dibawah angka 0 dari sumbu y, dan sebaran titik-titik dalam diagram pancar sedikit membentuk pola, sehingga perlu dilakukan pengujian lebih lanjut.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan diagram P-Plot untuk mengetahui apakah distribusi data yang di gambarkan dalam diagram tersebut normal.



**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas**

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan distribusi data normal.

## B. Analisis Data

**Tabel 2. Hasil Uji Analisis Data**

| Model                    | B      | t      | Sig   |
|--------------------------|--------|--------|-------|
| (Constant)               | 4,977  | 0,261  | 0,795 |
| <i>Sales Growth</i>      | 0,493  | 3,849  | 0,000 |
| <i>Net Profit Margin</i> | 0,589  | 0,826  | 0,414 |
| <i>Plowback Ratio</i>    | -1,139 | -0,390 | 0,699 |
| Adjusted Rsquare = 0,263 |        |        |       |
| F Hitung = 6,237         |        |        | 0,001 |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016

### 1. Uji Regresi Berganda

Pengujian regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan tabel 2. diatas di dapat nilai:

$$\alpha = 4,977 \quad \beta_1 = 0,493, \beta_2 = 0,589, \text{ dan } \beta_3 = -1,139$$

sehingga persamaan regresinya adalah:

$$Y = 4,977 + 0,493.X_1 + 0,589.X_2 -$$

$1,139.X_3$  adapun penjelasan model regresi di atas dapat dijabarkan sebagai berikut:

$\alpha = 4,977$ , jika nilai *sales growth* ( $X_1$ ), *net profit margin* ( $X_2$ ), dan *plowback ratio* ( $X_3$ ) adalah nol maka *equity growth* sebanyak 4,977%.

$\beta_1 0,493$  jika *sales growth* ( $X_1$ ) bertambah sebanyak 1% maka *equity growth* naik sebanyak 0,493.

$\beta_2 0,589$  setiap pertambahan *net profit margin* ( $X_2$ ) 1% maka *equity growth* naik sebanyak 0,589.

$\beta_3 - 1,139$  jika *plowback ratio* ( $X_3$ ) bertambah 1% maka *equity growth* menurun sebanyak 1,139.

### 2. Koefisien Determinasi.

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan koefisien determinasi adjusted R square. Berdasarkan tabel 2. diatas dapat dilihat bahwa variasi *equity growth* dapat dijelaskan sebanyak 26,3% oleh *sales growth*, *net profit margin*, dan *plowback ratio*.

### 3. Uji Statistik-F.

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen secara keseluruhan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian tabel 2. diatas dapat di lihat bahwa signifikansi dari nilai F tabel adalah 0,001 (<0.05) maka secara keseluruhan *sales growth*, *net profit margin*, dan *plowback ratio* mempunyai pengaruh

terhadap *equity growth*.

#### 4. Uji Statistik-t.

Uji statistik-t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Pengujian pertama yaitu pengaruh *sales growth* terhadap *equity growth*. Berdasarkan tabel 2 di peroleh signifikansi t sebesar 0,000 ( $X_1$ ) ( $<0,05$ ), sehingga  $H_1$  **didukung**. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan tahun sebelumnya akan menghasilkan laba yang tinggi sehingga dapat menambah sumber dana atau modal sendiri pada masa yang akan datang.

Pengujian kedua yaitu pengaruh *net profit margin* terhadap *equity growth*. Berdasarkan tabel 2. di peroleh signifikansi t sebesar 0,414 ( $X_2$ ) ( $>0,05$ ), sehingga  $H_2$  **tidak didukung**. Hal ini disebabkan karena laba bersih setelah bunga dan pajak yang cenderung kecil tidak mampu mengatasi permasalahan biaya operasi sehingga tidak dapat menambah jumlah modal sendiri perusahaan.

Pengujian ketiga yaitu pengaruh *plowback ratio* terhadap *equity growth*.

Berdasarkan tabel 2. di peroleh signifikansi t sebesar 0,699 ( $X_3$ ) ( $<0,05$ ), sehingga  $H_3$  **tidak didukung**. Tingkat laba ditahan yang cenderung kecil tidak dapat menambah modal sendiri perusahaan sehingga *plowback ratio* tidak berpengaruh terhadap *equity growth*.

#### Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa *sales growth* mempunyai pengaruh terhadap *equity growth*, sedangkan *net profit margin* dan *plowback ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap *equity growth*.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu penelitian selanjutnya dapat diperluas dengan menambah jenis perusahaan yang akan dijadikan sampel, karena apabila penelitian dilakukan pada perusahaan lain maka hasil yang didapatkan kemungkinan tidak konsisten. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan rasio keuangan lain seperti *return on asset*, karena rasio ini dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu sehingga akan mempengaruhi pertumbuhan modal perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Setiawan, Abdullah Taman, dan Ngadirin Setiawan. 2005. "Pengaruh Return On Assets, Debt to Equity Ratio, dan Retention Rate Terhadap Pertumbuhan Modal Sendiri Pada Perusahaan Food and Beverages yang

- Terdaftar di Bursa Efek Jakarta”. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*. Vol.4, No. 1
- Agus Sartono. 2002. “Manajemen Keuangan; Aplikasi dan Teori”. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Agustinus Dian Harnanto dan Andian Ari Istiningrum. 2013. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Modal Sendiri Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2008-2010”. *Jurnal Profita*. Edisi Mei
- Astuti Yuli Setyani. 2010. “Pertumbuhan Modal Sendiri Pada Industri Manufaktur: Studi Empiris di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 6, No.2 Agustus
- Dwi Ratna Prahasty. 2014. “Pengaruh Modal Terhadap Perusahaan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya”. Available at [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)
- Heri Kuswanto. 2009. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Modal Sendiri Pada Perusahaan Yang Terdaftar di *Jakarta Islamix Index* (JII) Tahun 2005-2007”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Imam Ghozali. 2011. “Aplikasi Analisis dengan program IBM SPSS 19”. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit- Universitas Diponegoro
- Indra Bastian dan Suhardjono. 2006. “Akuntansi Perbankan”. Jakarta: Salemba Empat
- Jogiyanto. 2005. “Metodologi Penelitian Bisnis”. Yogyakarta: BPFE
- Kasmir. 2002. “Analisis Laporan Keuangan”. Jakarta: Rajawali Pers
- Maryati. 2000. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Modal Sendiri Pada Industri Semen di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Telaah Bisnis*. Vol.2, No.4
- M. Hanafi. 2000. “Analisis Laporan Keuangan”. Edisi 1. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan AMP-YKPN.
- Suad Husnan. 1995. “Manajemen Keuangan: Teori Penerapan (Kaputusan Jangka Panjang)”. Buku 1. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Yuhartil. 2006. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Farmasi yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta”. *Buletin Penelitian*. No. 9. Universitas Mercu Buana