



**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP HARGA SAHAM
PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN
BARANG KEPERLUAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019**

Skripsi

Diajukan Oleh :

Yuniar Anggraeni

022115234

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

Januari 2022

ABSTRAK

Yuniar Anggraeni 022115234, Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. Di bawah Bimbingan: MONANG SITUMORANG dan AMELIA RAHMI. 2021.

Harga saham merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dan indikator digunakan untuk mengukur kesejahteraan pemegang saham. Untuk menilai apakah kinerja suatu perusahaan baik atau tidak, dapat menggunakan alat ukur kinerja perusahaan yaitu rasio profitabilitas. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *Net Profit Margin*, *Return On Asset* dan *Return On Equity* terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif *explanatory* dengan teknik penelitian regresi. Penelitian ini akan dibuktikan dengan melakukan pengujian hipotesis menggunakan metode analisis statistik yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Net Profit Margin*, *Return On Asset* dan *Return On Equity* baik secara parsial maupun secara simultan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

Kata Kunci: Harga Saham, *Net Profit Margin*, *Return on Asset*, *Return On Equity*



**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP HARGA SAHAM PADA
PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG KEPERLUAN
RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2015-2019**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi
Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)



Ketua Program Studi Akuntansi
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak.,
MBA, CMA, CCSA, CA, CSEP, QIA)

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP HARGA SAHAM
PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN
BARANG KEPERLUAN RUMAH TANGGA YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2015-2019**

Skripsi

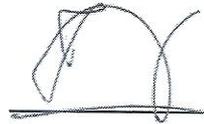
Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari : Senin, 31 Januari 2022

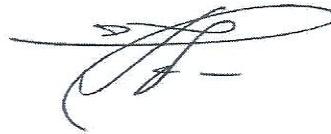
Yuniar Anggraeni
022115234

Disetujui

Ketua Penguji Sidang
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA)



Ketua Komisi Pembimbing
(Drs. Monang Situmorang, Ak.,M.M.,CA)



Anggota Komisi Pembimbing
(Amelia Rahmi,S.E.,M.Ak.AWP)



HAK CIPTA

Nama : Yuniar Anggraeni

NPM : 022115234

Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, Januari 2022



Yuniar Anggraeni

022115234

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang memberikan nikmat iman islam serta memberikan kemampuan yang sangat luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Materi yang diajukan penulis pada kesempatan ini dengan judul “**Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019**”.

Selesainya skripsi ini tidak lepas juga dari beberapa pihak yang langsung maupun tidak langsung terlibat memberikan sumbangsuhnya sehingga pada kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang selalu memberi kekuatan dan keyakinan dalam masa penyusunan skripsi.
2. Kedua orangtua tercinta, Bapak Abdul Muthalib dan Ibu Ani yang selalu mendoakan, mendukung penuh dengan kesabaran, dan selalu menyemangati.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Martanti Endah L. SE., M.Si, CMA, C selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto., Ak., MBA., CMA., CCSA., C.A., CSEP., QIA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
6. Bapak Monang Situmorang, Ak., MM., CA selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Ibu Amelia Rahmi, S.E.,M.Ak selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Dosen-dosen Strata 1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah banyak memberi ilmunya kepada penulis selama belajar di bangku perkuliahan.
9. Seluruh staf tata usaha dan pelaksana Universitas Pakuan yang telah memberikan bantuan dan informasi dalam menunjang kegiatan perkuliahan.
10. Keluargaku Murni Apriani, Ria Andayani, Martriani dan seluruh anggota keluarga yang selalu mendukung dan menyemangati.
11. Seluruh karyawan di Club Golf Bogor Raya yang selalu memotivasi dan memberikan izin keperluan kuliah disaat jam kerja.
12. Sahabatku yang dari awal semester hingga sampai saat ini selalu menjadi penyemangat, membantu menemani dan selalu mendoakan supaya skripsi ini selesai.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, dorongan, pertolongan, serta kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Bogor, Januari 2022

Yuniar Anggraeni

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HAK CIPTA.	v
KATA PENGANTAR.	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	7
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Maksud Penelitian	8
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Analisis Laporan Keuangan.....	10
2.1.1. Pengertian Laporan Keuangan.....	10
2.1.2. Tujuan Laporan Keuangan.....	10
2.1.3. Analisis Rasio Keuangan	11
2.2. Profitabilitas.....	17
2.2.1. Pengertian Profitabilitas.....	17
2.2.2. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas	18
2.2.3. Tujuan Rasio Profitabilitas	20
2.3. Harga Saham.....	21
2.3.1. Pengertian Harga Saham	21
2.3.2. Metode Penilaian Saham.....	22
2.3.3. Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham	23
2.4. Kerangka Pemikiran dan Penelitian Sebelumnya	26
2.5. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Objek Penelitian, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian	34
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	34
3.4. Operasionalisasi Variabel	35
3.5. Metode Penarikan Sampel	35
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7. Metode Analisis Data.....	37

BAB IV	HASIL PENELITIAN	
4.1.	Hasil Pengumpulan Data.	40
4.1.1	Perkembangan <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2019.....	42
4.1.2	Perkembangan <i>Return On Assets</i> (ROA) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2019.....	43
4.1.3	Perkembangan <i>Return On Equity</i> (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2019.....	44
4.1.4	Perkembangan Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2019.	45
4.2.	Analisis Data.....	46
4.3.	Pembahasan	54
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Simpulan.	60
5.2.	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.		62
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.		65
LAMPIRAN		67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Rata-rata Harga Saham, <i>Net Profit Margin</i> (NPM), <i>Return On Assets</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE) Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019	4
Tabel 2.1	Peneliti Sebelumnya	28
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019.....	34
Tabel 3.2	Daftar Populasi Perusahaan.	35
Tabel 3.3	Kriteria Perusahaan yang Menjadi Sampel.....	35
Tabel 3.4	Pengambilan Keputusan Autokorelasi.....	38
Tabel 4.1	Daftar Sampel yang Memenuhi Kriteria.	42
Tabel 4.2	Perkembangan <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019.	44
Tabel 4.3	Perkembangan <i>Return On Assets</i> (ROA) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019.....	45
Tabel 4.4	Perkembangan <i>Return On Equity</i> (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019.....	46
Tabel 4.5	Perkembangan Harga Saham Pada Perusahaan Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019.....	48
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif.	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas.	51
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi.	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.10	Hasil Uji heterokedastisitas.....	53
Tabel 4.11	Hasil Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.12	Hasil Uji Parsial (Uji t)	55
Tabel 4.13	Hasil Simultan (Uji F).....	57
Tabel 4.14	Koefisien Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4.15	Rekapitulasi Uji Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1	Rata-rata Harga Saham dan <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019.....	4
Grafik 1.2	Rata-rata Harga Saham dan <i>Return on Assets</i> (ROA) Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019.	4
Grafik 1.2	Rata-rata Harga Saham dan <i>Return on Equity</i> (ROE) Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019.	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.	31
Grafik 4.1	NPM Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019.	44
Grafik 4.2	Pertumbuhan <i>Return On Assets</i> (ROA) pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2015-2019.	46
Grafik 4.3	<i>Return On Equity</i> (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019.....	47
Grafik 4.4	Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga tahun 2015-2019.	48
Gambar 4.5	Scatterplot Heteroskedastisitas	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pasar modal memiliki peran bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Pasar modal memiliki fungsi ekonomi karena pasar modal menyediakan fasilitas yang mempertemukan dua kepentingan yaitu pihak yang kelebihan dana dan pihak yang memerlukan dana. Pasar modal memiliki fungsi keuangan karena pasar modal memberikan kemungkinan dan kesempatan memperoleh imbalan bagi pemilik dana, sesuai dengan karakteristik investasi yang dipilih (Darmadji, 2015:2).

Pasar modal merupakan salah satu sarana alternatif yang dapat digunakan oleh para pemilik modal/investor/perusahaan untuk meningkatkan kebutuhan dana jangka panjang. Hal ini terkait erat dengan dua fungsi yang dijalankan, yaitu fungsi ekonomi dalam menjembatani hubungan antara investor dan perusahaan *go public*. Perusahaan besar maupun kecil membutuhkan dana untuk menjalankan kegiatan usahanya. Dana yang dibutuhkan bisa diperoleh baik melalui pembiayaan dari dalam perusahaan (*internal financing*) maupun pembiayaan dari luar perusahaan (*external financing*) (Gitosudarmo, 2014: 247).

Analisis terhadap nilai saham merupakan langkah mendasar yang harus dilakukan oleh investor sebelum melakukan investasi. Dalam menganalisis saham digunakan analisis fundamental dan analisis teknikal. Analisis fundamental merupakan analisis yang digunakan untuk mencoba memperkirakan harga saham dimasa yang akan datang dengan : (1) Mengestimasi nilai faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi harga saham dimasa yang akan datang; dan (2) Mengharapkan hubungan variabel-variabel tersebut sehingga diperoleh taksiran harga saham. Model ini sering disebut sebagai *Share Price Forecasting Model*. Dalam model peramalan ini langkah yang penting adalah mengidentifikasi faktor-faktor (seperti penjualan, pertumbuhan penjualan, laba per saham dan sebagainya) yang diperkirakan akan mempengaruhi harga saham. Analisis teknikal yaitu suatu analisis yang menggunakan data atau catatan mengenai pasar itu sendiri untuk berusaha mengakses permintaan dan penawaran suatu saham tertentu atau pasar secara keseluruhan (Stella, 2014).

Harga saham merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dan indikator digunakan untuk mengukur kesejahteraan pemegang saham. Hartono (2016: 180) menyatakan nilai perusahaan ditunjukkan dengan harga saham dan sebagai pengukur efektivitas perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut dan begitu pula sebaliknya. Saham yang rendah dapat diartikan bahwa kinerja perusahaan tidak maksimal, namun bila

harga saham tinggi dapat mengurangi kemampuan para investor untuk membeli saham tersebut.

Kinerja keuangan merupakan sebagai penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Prospek perusahaan yang bagus di masa yang akan datang dapat meningkatkan kepercayaan investor dalam melakukan investasi. Dengan demikian Harga saham merupakan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh investor dalam melakukan investasi karena harga saham menunjukkan prestasi emiten.

Untuk menilai apakah kinerja suatu perusahaan baik atau tidak, dapat menggunakan alat ukur kinerja perusahaan, salah satunya adalah laporan keuangan perusahaan tersebut. Ada beberapa rasio-rasio keuangan yang dapat menganalisis laporan keuangan suatu perusahaan yaitu Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas, Rasio Aktivitas, dan Rasio Profitabilitas.

Dari keempat rasio keuangan tersebut, rasio profitabilitas merupakan rasio keuangan yang dipakai peneliti untuk dijadikan sebagai informasi dalam penelitian yang berkaitan dengan dampak atau pengaruh yang diberikan terhadap harga saham. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba (keuntungan) dalam waktu tertentu. Profitabilitas sebagai salah satu acuan dalam mengukur besarnya laba menjadi begitu penting untuk mengetahui apakah perusahaan telah menjalankan usahanya secara efisien. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin tinggi juga permintaan sahamnya. Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada didalam laporan laba rugi dan/atau laporan posisi keuangan. Tujuannya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu (Hery, 2016: 192).

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan posisi keuangan dan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Ada beberapa alat ukur yang dipergunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas, antara lain *Net Profit Margin* (NPM). *Net profit Margin* atau Margin Laba Bersih merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Margin ini menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak (EAT) dengan penjualan (Martono dan Harjito, 2015 : 59). Rasio selanjutnya yaitu *Return on assets* (ROA). *Return on assets* (ROA) merupakan salah satu rasio

profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang digunakan. *Return on asset* merupakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Sedangkan *Return On Equity* (ROE) menggambarkan sejauhmana kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang bisa diperoleh pemegang saham (Sambelay, 2017).

Adapun rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net Profit Margin* (NPM), *Return on assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE).

Obyek penelitan ini adalah perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga. Pertumbuhan perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangg Indonesia dari tahun ke tahun sangat diperhitungkan. Hal tersebut dikarenakan jumlah penduduk Indonesia diprediksi akan menembus angka 271 jutaan pada akhir tahun 2020. Jumlah tersebut meningkat sekitar 4,8% dibandingkan dengan total populasi penduduk Indonesia tahun 2016. Dengan angka pertumbuhan yang cukup besar tersebut, maka Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035, industri kosmetik menjadi salah satu Industri Andalan, yaitu industri prioritas yang berperan besar sebagai penggerak utama (prime mover) perekonomian. Oleh karena itu, perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dituntut untuk dapat bersaing dan mengembangkan kinerjanya. (www.marsindonesia.com).

Perkembangan industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga di Indonesia yang terus meningkat menyebabkan perusahaan ini bisa dibidang memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan dan memiliki peluang investasi yang bagus. Hal ini juga didukung dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia, sehingga permintaan akan produk kosmetik dan barang keperluan rumah tangga juga semakin meningkat serta peluang tren kosmetik halal yang mulai berkembang pesat di Indonesia.

Adapun perusahaan sub Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terapat 7 (tujuh) perusahaan, namun yang menjadi sampel penelitian ini yang memenuhi kriteria sebanyak 4 (empat perusahaan).

Berikut perkembangan rata-rata Harga saham, *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) yang ditunjukkan pada Tabel 1.1 dan grafik 1.1.

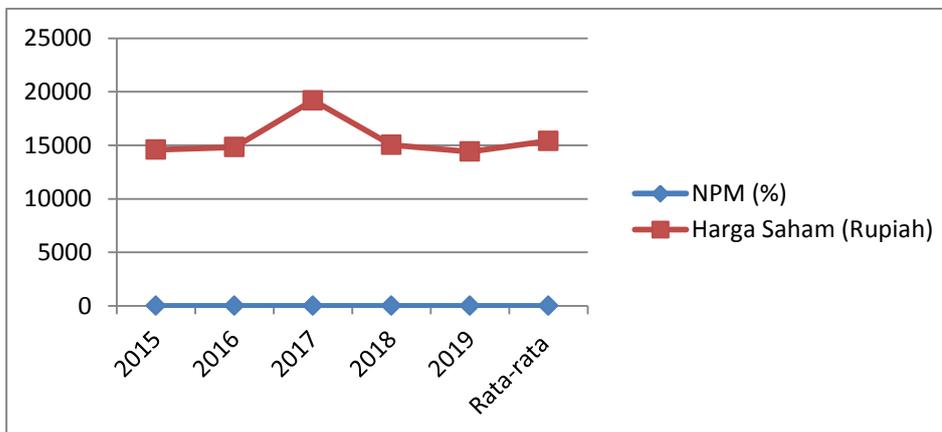
Tabel 1.1.
Rata-rata Harga Saham, *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019

Variabel	2015	2016	2017	2018	2019	Rata-rata
NPM (%)	12.94	8.46	7.95	9.95	9.97	9.85
ROA (%)	19.14	14.60	13.14	14.98	15.77	15.77
ROE (%)	44.44	42.20	39.86	37.74	45.42	41.93
Harga Saham (Rupiah)	14589	14833	19201	15030	14409	15412.4

Sumber : BEI, data diolah, 2020

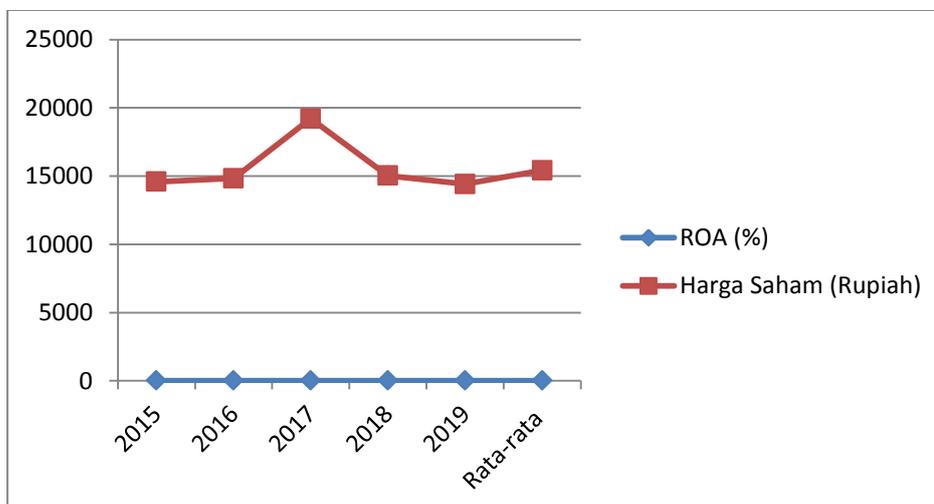
Grafik 1.1.

Rata-rata Harga Saham dan *Net Profit Margin* (NPM) Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019



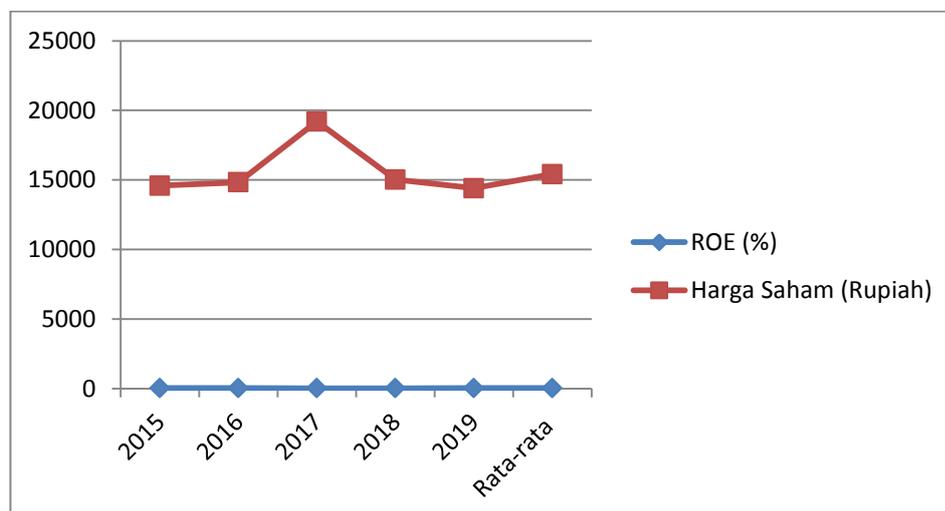
Grafik 1.2.

Rata-rata Harga Saham dan *Return on Assets* (ROA) Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019



Grafik 1.3.

Rata-rata Harga Saham dan *Return on Equity* (ROE) Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019



Dari Tabel 1.1 dan grafik di atas dapat dilihat bahwa perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga menunjukkan *net profit margin*, *return on asset* dan *return on equity* dari tahun ke tahun periode 2015-2019 mengalami perubahan kondisi yang tidak konsisten dan fluktuasi.

Dari Tabel 1.1 dan grafik 1.1 di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2015-2017 nilai rata-rata *net profit margin* mengalami penurunan yaitu pada tahun 2015 sebesar 12.94 persen, pada 2016 mengalami penurunan menjadi 8.46 persen, pada tahun 2017 mengalami penurunan kembali sebesar 7.95 persen, tetapi harga saham pada tahun 2015-2017 justru mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 harga saham sebesar Rp14.589, pada tahun 2016, harga saham mengalami peningkatan menjadi Rp.14.833 dan pada tahun 2017, harga saham meningkat kembali menjadi Rp.19.201. Hal ini tidak sesuai dengan teori Jogiyanti (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan *net income* maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, semakin tinggi pula keuntungan yang dihasilkan perusahaan yang berdampak pada peningkatan harga saham. Begitupun sebaliknya, semakin rendah kemampuan perusahaan menghasilkan *net income*, semakin rendah pula harga sahamnya. Begitupun adanya ketidak konsistenan yang terjadi dalam hasil akhir yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Menurut penelitian Ambarwati (2019) menyimpulkan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap harga saham, semakin tinggi *net profit margin* semakin meningkat harga saham di suatu perusahaan.

Dari Tabel 1.1 dan grafik 1.2 di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2015-2017 nilai rata-rata *return on asset* mengalami penurunan. Pada tahun 2015 *return on asset* sebesar 19.14 persen, pada 2016 mengalami penurunan menjadi 14.60 persen, pada tahun 2017 mengalami penurunan kembali sebesar 13.14 persen, tetapi harga saham pada tahun 2015-2017 justru mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 harga saham sebesar Rp14.589, pada tahun 2016, harga saham mengalami peningkatan menjadi Rp.14.833 dan pada tahun 2017, harga saham meningkat kembali menjadi Rp.19.201. Hal ini tidak sesuai dengan teori Herry (2016) semakin tinggi ROA maka semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut makin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Hal ini juga akan berdampak bahwa harga saham dari perusahaan tersebut. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Rinati (2016) menyatakan variabel ROA berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham. Semakin tinggi ROA suatu perusahaan semakin meningkat pula harga saham.

Dari Tabel 1.1 dan grafik 1.3 di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2015-2018 nilai rata-rata *return on equity* mengalami penurunan. Pada tahun 2015 *return on equity* sebesar 44.44 persen, pada 2016 mengalami penurunan menjadi 42.20 persen, pada tahun 2017 mengalami penurunan kembali sebesar 39.86 persen, pada tahun 2018 mengalami penurunan kembali menjadi 35.16 persen, tetapi harga saham pada tahun 2015-2017 justru mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 harga saham sebesar Rp14.589, pada tahun 2016, harga saham mengalami peningkatan menjadi Rp.14.833 dan pada tahun 2017, harga saham meningkat kembali menjadi Rp.19.201. Hal ini tidak sesuai dengan teori Herry (2016) angka ROE yang semakin tinggi memberikan indikasi bagi para pemegang saham bahwa tingkat pengembalian investasi makin tinggi. Berdasarkan penelitian dari Murtiningsih (2013) menyatakan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2019) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap harga saham pada perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap harga saham, sedangkan *Return On Asset* berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham. Kenaikan ROE dan NPM akan diikuti dengan kenaikan harga saham.

Penelitian Rizkiana (2018) menyimpulkan bahwa *Net Profit Margin*, *Return On Assets* dan *Return On Equity* berpengaruh terhadap Harga Saham (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016).

Penelitian Wulandari (2019) dan Rizkiana (2018) tentu berbeda dengan peneliti, perbedaan ini terletak pada obyek dan periode penelitian, penelitian Wulandari (2019) periode penelitian 2015-2018 dengan obyek penelitian semua

perusahaan yang terdaftar di LQ 45, begitu juga penelitian Rizkiana (2018) berbeda, periode penelitian 2014-2016 dan obyek penelitian yaitu Perusahaan Manufaktur Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan peneliti periode penelitian 2014-2018 dengan obyek penelitian perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga sehingga data dan hasil penelitian akan berbeda.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa rasio profitabilitas sangat penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan untuk mengetahui prestasi emiten dengan memperhatikan harga saham. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada masalah tersebut dengan mengambil judul: **“Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019”**.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi dalam penelitian ini yaitu adanya perubahan kondisi yang tidak konsisten dan fluktuasi pada Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga periode 2015-2019. Pada tahun 2015-2017 nilai rata-rata *net profit margin* mengalami penurunan yaitu pada tahun 2015 sebesar 12.94 persen, pada 2016 mengalami penurunan menjadi 8.46 persen, pada tahun 2017 mengalami penurunan kembali sebesar 7.95 persen, tetapi harga saham pada tahun 2015-2017 justru mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 harga saham sebesar Rp14.589, pada tahun 2016, harga saham mengalami peningkatan menjadi Rp.14.833 dan pada tahun 2017, harga saham meningkat kembali menjadi Rp.19.201 Hal ini tidak sesuai dengan teori Jogiyanti (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan *net income* maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, semakin tinggi pula keuntungan yang dihasilkan perusahaan yang berdampak pada peningkatan harga saham.

Pada tahun 2015 *return on asset* sebesar 19.14 persen, pada 2016 mengalami penurunan menjadi 14.60 persen, pada tahun 2017 mengalami penurunan kembali sebesar 13.14 persen, tetapi harga saham pada tahun 2015-2017 justru mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 harga saham sebesar Rp14.589, pada tahun 2016, harga saham mengalami peningkatan menjadi Rp.14.833 dan pada tahun 2017, harga saham meningkat kembali menjadi Rp.19.201. Hal ini tidak sesuai dengan teori Herry (2016) semakin tinggi ROA maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih.

Pada tahun 2015 *return on equity* sebesar 44.45 persen, pada 2016 mengalami penurunan menjadi 42.20 persen, pada tahun 2017 mengalami penurunan kembali sebesar 39.86 persen, tetapi harga saham pada tahun 2015-2017 justru mengalami

peningkatan. Pada tahun 2015 harga saham sebesar Rp14.589, pada tahun 2016, harga saham mengalami peningkatan menjadi Rp.14.833 dan pada tahun 2017, harga saham meningkat kembali menjadi Rp.19.201. Hal ini tidak sesuai dengan teori Herry (2016) angka ROE yang semakin tinggi memberikan indikasi bagi para pemegang saham bahwa tingkat pengembalian investasi makin tinggi.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Net Profit Margin* secara parsial terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019?
2. Apakah *Return On Asset* secara parsial terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019?
3. Apakah *Return On Equity* secara parsial terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019?
4. Apakah *Net Profit Margin*, *Return On Asset* dan *Return On Equity* secara simultan terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dan relevan agar dapat dipelajari dan diolah menjadi data yang akurat. Untuk menganalisis keterkaitan atau hubungan di antara variabel-variabel penelitian *Net Profit Margin*, *Return On Asset*, dan *Return On Equity*, menyimpulkan hasil penelitian, serta memberikan saran yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya permasalahan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menjawab perumusan masalah yang telah dibangun. Banyaknya tujuan penelitian disesuaikan dengan banyaknya perumusan masalah yang telah dibangun. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *Net Profit Margin* secara parsial terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

2. Untuk menguji pengaruh *Return On Asset* secara parsial terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.
3. Untuk menguji pengaruh *Return On Equity* secara parsial terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.
4. Untuk menguji pengaruh *Net Profit Margin*, *Return On Asset* dan *Return On Equity* secara simultan terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik langsung maupun tidak langsung pada pihak yang berkepentingan, seperti dijabarkan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman dalam bidang keuangan dan menerapkan teori-teori yang telah dipelajari khususnya mengenai profitabilitas dan harga saham.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbang saran bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian untuk memperbaiki atau meningkatkan usaha atau cara terhadap laporan keuangan sehingga laporan keuangan tersebut dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan relevan bagi pihak yang berkepentingan.

1.4.2 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran, memberikan bahan kajian bagi pembaca, khususnya rekan-rekan mahasiswa yang terkait pada bidang ini dan akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Analisis Laporan Keuangan

2.1.1. Pengertian Laporan Keuangan

Setiap perusahaan harus menyusun laporan keuangan untuk memberikan informasi kepada pihak yang berkompeten mengenai posisi keuangan dari masing-masing akun dalam perusahaan untuk suatu periode tertentu. Menurut PSAK No. 1 (2018), “Laporan keuangan adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas”. Laporan ini menampilkan sejarah entitas yang dikuantifikasi dalam nilai moneter. Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Di samping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya, informasi keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga (PSAK No. 1, 2018).

Menurut Wahyudiono (2014: 13) laporan keuangan adalah “laporan tentang aktivitas dan hasil dari suatu perusahaan”. Sedangkan menurut Fahmi (2014: 2) laporan keuangan “merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Penyajian laporan keuangan disusun dengan maksud untuk menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi. Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap posisi keuangan dan perkembangan perusahaan menurut Munawir (2011:2) adalah para pemilik perusahaan, manager perusahaan yang bersangkutan, para kreditur, bankers, para investor dan pemerintah di mana perusahaan berdomisili, buruh serta pihak-pihak lainnya.

Berdasarkan pendapat di atas, analisis laporan keuangan merupakan suatu proses untuk mengetahui seberapa baik kinerja perusahaan dan sebagai informasi yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan yang dilihat dari unsur- unsur yang ada dalam laporan keuangan, sehingga hasil analisis itu dapat digunakan untuk menentukan keputusan yang akan diambil oleh perusahaan di masa yang akan datang.

2.1.2. Tujuan Laporan Keuangan

Menurut PSAK No. 1 (2018) tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban

manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Dalam rangka mencapai tujuan laporan keuangan, laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas yang meliputi: “asset, liabilitas, ekuitas, pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian, kontribusi dari dan distribusi kepada pemilik dalam kapasitasnya sebagai pemilik dan arus kas”. Informasi tersebut, beserta informasi lainnya yang terdapat dalam catatan atas laporan keuangan, membantu pengguna laporan dalam memprediksi arus kas masa depan dan khususnya, dalam hal waktu dan kepastian diperolehnya kas dan setara kas.

Menurut Kasmir (2016:11), tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan adalah:

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan.
8. Informasi keuangan lainnya.

Fahmi (2014) menyatakan tujuan utama dari laporan keuangan adalah memberikan informasi keuangan yang mencakup perubahan dari unsur-unsur laporan keuangan yang ditujukan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam menilai kinerja keuangan terhadap perusahaan. Para pemakai laporan akan menggunakan untuk meramalkan, membandingkan dan menilai dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambilnya.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang diandalkan mengenai kekayaan perusahaan, kewajiban perusahaan, laba perusahaan serta menyangkut posisi keuangan, kinerja keuangan, dan laporan arus kas entitas yang bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan.

2.1.3. Analisis Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan (Kasmir, 2014: 132). Rasio keuangan ini hanya menyederhanakan informasi yang menggambarkan hubungan antara pos tertentu

dengan pos lainnya. Dengan penyederhanaan ini kita dapat menilai secara cepat hubungan antara pos tadi dan dapat membandingkannya dengan rasio lain sehingga dapat memperoleh informasi dan memberikan penilaian. Berikut beberapa jenis rasio untuk memahami suatu perusahaan:

1. Rasio likuiditas

“Rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek” (Kasmir, 2014: 129). Rasio likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan (likuiditas badan usaha) maupun di dalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Sehingga dapat dikatakan bahwa kegunaan rasio likuiditas adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban (utang) pada saat ditagih.

a. Rasio lancar (*current Ratio*)

Rasio lancar atau (*current Ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rasio lancar juga sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan (Kasmir, 2014: 135).

Rumus untuk mencari rasio lancar atau *current ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar (current asset)}}{\text{Utang lancar (current liabilitas)}}$$

Suatu perusahaan dengan current ratio yang tinggi belum tentu menjamin akan dibayarnya hutang perusahaan yang sudah jatuh tempo karena *proporsi* atau distribusi dari aktiva lancar yang tidak menguntungkan. Rasio yang rendah menunjukkan risiko likuiditas yang tinggi, sedangkan rasio lancar yang tinggi menunjukkan adanya kelebihan aset lancar, yang akan mempunyai pengaruh yang tidak baik terhadap profitabilitas perusahaan.

b. Rasio cepat (*Quick Ratio*)

Rasio cepat (*Quick Ratio*) atau rasio sangat lancar atau *acid test ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aset lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*).

Rumus untuk mencari rasio cepat (*Quick Ratio*) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio (Acid Test Ratio)} = \frac{\text{Current Asset} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilitas}}$$

c. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio Kas (*Cash Ratio*) merupakan alat untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro, atau tabungan di bank. Rumus untuk mencari Rasio Kas (*Cash Ratio*) adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash equivalent}}{\text{Current Liabilitas}}$$

Atau

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Current Liabilitas}}$$

d. Rasio perputaran Kas

Menurut James O Gill, rasio perputaran kas (*cash turn over*) berfungsi untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya-biaya yang berkaitan dengan penjualan.

Rumus yang digunakan untuk mencari rasio perputaran kas adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio perputaran kas} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Modal kerja bersih}}$$

e. *Inventory to Net Working Capital*

Inventory to Net Working Capital merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Modal kerja tersebut pengurangan antara aset lancar dengan utang lancar.

Rumusan untuk mencari *Inventory to Net Working Capital* dapat digunakan sebagai berikut (Kasmir, 2014: 134-142):

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Asset} - \text{Current Liabilitas}}$$

2. Rasio solvabilitas

Solvabilitas merupakan gambaran kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi dan menjaga kemampuannya untuk selalu mampu memenuhi kewajibannya dalam membayar utang secara tepat waktu (Fahmi, 2014: 174). Rasio solvabilitas merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali hutangnya.

1) *Debt to Asset Ratio (Debt Rasio)*

Debt ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset. Seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aset.

Rumus untuk mencari *Debt Ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

2) *Debt to Equity Ratio*

Debt to Equity merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas.

Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas}}$$

3) *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

LTDtER merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Rumusan untuk mencari LTDtER dengan menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu:

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}}$$

4) *Times Interest Earned*

Menurut J. Fred Weston *Times Interest Earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga, sama seperti *coverage ratio*.

Rumus untuk mencari *Times Interest Earned* dapat digunakan dengan dua cara sebagai berikut:

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya Bunga (Interest)}}$$

Atau

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya Bunga}}{\text{Biaya Bunga (Interest)}}$$

5) *Fixed Charge Coverage* (FCC)

Fixed Charge Coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

Rumus untuk mencari *Fixed Charge Coverage* (FCC) adalah sebagai berikut:

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}$$

3. Rasio rentabilitas /Profitabilitas

Rasio rentabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Harahap, 2010: 304). Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan atau investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

a. Profit Margin on Sales

Profit Margin on Sales atau *Ratio Profit Margin* atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Terdapat dua rumus untuk mencari *profit margin*, yaitu sebagai berikut:

1) Untuk Margin laba kotor dengan rumus

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Sales}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan.

2) Untuk margin laba bersih dengan rumus

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest And Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan.

b. Hasil Pembelian Investasi (*Return on Investment/ROI*)

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment* (ROI) atau *return on total assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.

Rumus untuk mencari *Return on Investment* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Earning After Interest And Tax}}{\text{Total Assets}}$$

c. Hasil pengembalian Investasi (ROI) dengan pendekatan Du Pont

Untuk mencari hasil pengembalian investasi, selain dengan cara yang sudah dikemukakan di atas, dapat pula kita menggunakan pendekatan Du Pont. Berikut ini adalah cara mencari hasil pengembalian investasi dengan pendekatan Du Pont.

$$\text{ROI} = \text{Margin Laba Bersih} \times \text{Perputaran Total Aktiva}$$

d. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity/ROE*)

Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Rumus untuk mencari *Return On Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Interest And Tax}}{\text{Equity}}$$

e. Hasil Pengembalian Ekuitas dengan Pendekatan *Du Pont*

Sama dengan ROI, untuk mencari hasil pengembalian ekuitas, selain dengan cara yang sudah dikemukakan di atas, juga dapat pula digunakan

pendekatan Du Pont. Hasil yang diperoleh antara cara seperti rumus di atas dengan pendekatan Du Pont adalah sama.

$$\text{ROI} = \text{Margin Laba Bersih} \times \text{Perputaran Total Aktiva} \times \text{Pengganda Ekuitas}$$

f. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share of Common Stock*)

Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat (Kasmir, 2014: 199-207). Rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang beredar}}$$

2.2. Profitabilitas

2.2.1. Pengertian Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya, besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

Rasio Profitabilitas menurut Fahmi (2013:135) adalah : Rasio profitabilitas ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Sedangkan Kasmir (2014: 196) menjelaskan rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Sudana (2015: 25) mengungkapkan bahwa “*profitability ratio* mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan”.

Sugiono dan Untung (2014:70) menyatakan rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur efektivitas manajemen yang mencerminkan pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal. Rasio kemampulabaan (profitabilitas) adalah merupakan hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan dan rasio ini akan memberikan jawaban akhir tentang efektifitas manajemen perusahaan. Rasio ini juga mengukur keuntungan yang diperoleh dari modal-modal yang digunakan untuk menyebarkan operasional baik modal yang berasal dari pemilik atau modal asing. (Hermanto dan Agung, 2015: 118)

Berdasarkan pengertian rasio profitabilitas yang telah dikemukakan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan tingkat efektifitas manajemen dalam menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aset, modal atau penjualan perusahaan.

2.2.2. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Kasmir (2014: 198) berpendapat bahwa “penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen. Semakin lengkap jenis rasio yang digunakan maka pengetahuan tentang kondisi dan posisi profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna”.

Tiga jenis rasio profitabilitas yang digunakan penulis, antara lain:

1. *Net Profit Margin* (NPM) / Margin Laba bersih

NPM adalah rasio antar laba setelah pajak dengan penjualan yang mengukur laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah penjualan. Disamping itu rasio ini juga digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Jadi semakin tinggi NPM, maka akan semakin baik kinerja operasional perusahaan (Kasmir, 2014: 213).

NPM ini menggambarkan efisiensi kerja perusahaan. Dari *NPM* ini dapat diketahui berapa keuntungan yang didapatkan dari setiap rupiah yang didapatkan pada penjualan yang dilakukan. *NPM* digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan (Kasmir, 2014: 213).

Menurut Harahap (2014:304), semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi. Seperti yang dikatakan oleh Syamsuddin dalam bukunya *Manajemen Keuangan* (2015:62) menyatakan bahwa “*Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expenses* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi *NPM*, maka semakin baik operasi

suatu perusahaan. Suatu NPM yang dikatakan baik akan sangat tergantung dari jenis industri di mana perusahaan berusaha.” NPM dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Rasio ini merupakan ukuran presentase dari setiap hasil penjualan setelah dikurangi semua biaya dan pengeluaran termasuk bunga dan pajak. Rasio ini menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Standar umum rata-rata industri untuk net profit margin adalah 20%, jika berada di atas rata-rata industri maka margin laba suatu perusahaan baik, begitu pun sebaliknya (Kasmir, 2014: 201).

2. Return On Assets (ROA)

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas. Rasio ini paling sering disoroti dalam analisis laporan keuangan karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. *Assets* atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aset perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan (Hanafi dan Halim, 2016: 327).

ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. ROA juga sering disebut sebagai *Return on Investment* (ROI) (Hanafi dan Halim, 2016: 327). ROA merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aset yang tersedia dalam perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset (Syamsuddin, 2015: 63).

Berdasarkan pengertian di atas ROA adalah rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang dimiliki perusahaan. ROA atau ROI diperoleh dengan cara membandingkan antara *net income after tax* (laba bersih setelah pajak) terhadap *total asset*. Apabila dilihat dari sudut pandang pemegang saham ROA merupakan ukuran efisiensi atas pengelolaan investasi apabila terdapat peningkatan ROA. Maka pengelolaan yang dilakukan manajemen aset perusahaan dianggap semakin efisien (Gitman, 2015: 68). ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Semakin besar nilai ROA berarti suatu perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aset yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap harga saham, yaitu harga saham akan naik. Standar rata-rata industri untuk ROA ini adalah 30% (Kasmir, 2014:203). Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aset perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aset perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aset yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya.

3. Return On Equity (ROE)

ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan dalam perusahaan (Syamsuddin, 2015: 64). ROE digunakan untuk mengukur tingkat kembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa ROE adalah rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham yang dimiliki perusahaan. ROE diperoleh dengan membandingkan antara *net income after tax* (laba bersih setelah pajak) dengan *total equity* (total modal saham). ROE merupakan ukuran efisiensi atas pengelolaan investasi apabila terdapat peningkatan ROE maka pengelolaan yang dilakukan manajemen perusahaan dianggap semakin efisien (Syamsuddin, 2015: 64). ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

Standar umum rata-rata industri untuk ROE adalah 40% (Kasmir, 2014: 205). Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan karena memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar kepada pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

2.2.3. Tujuan Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Kasmir (2014: 197) mengungkapkan beberapa tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.

2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sama halnya dengan rasio-rasio lain, rasio profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Hanafi (2013: 42) mengatakan tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri serta tujuan lainnya.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan posisi keuangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus sebagai evaluasi terhadap kinerja manajemen sehingga dapat diketahui penyebab dari perubahan kondisi keuangan perusahaan tersebut. Semakin lengkap jenis rasio yang digunakan, semakin sempurna hasil yang akan dicapai, sehingga posisi dan kondisi tingkat profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna.

2.3. Harga Saham

2.3.1. Pengertian Harga Saham

Harga saham mencerminkan juga nilai dari suatu perusahaan. Jika perusahaan mencapai prestasi yang baik, maka saham perusahaan tersebut akan banyak diminati oleh para investor.

Menurut Agus dan Martono (2015), saham adalah surat bukti atau tanda kepemilikan bagian modal pada suatu perusahaan. Harga saham merupakan harga yang terbentuk dari permintaan dan penawaran terhadap saham tersebut di pasar modal. Harga saham dapat dipengaruhi kekuatan eksternal yaitu suku bunga, fluktuasi nilai tukar valuta asing, kondisi keseluruhan pasar modal dan rumor serta

dapat dipengaruhi oleh keakuratan internal berupa keputusan-keputusan perusahaan yang meliputi keputusan investasi, keputusan penundaan, dan keputusan dividen.

Menurut Jogiyanto (2016:167) saham adalah harga suatu saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal”.

Sedangkan menurut Darmadji (2015:102) harga saham adalah harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu. Harga saham bisa berubah naik ataupun turun dalam hitungan waktu yang begitu cepat. Harga saham dapat berubah dalam hitungan menit bahkan dapat berubah dalam hitungan detik. Hal tersebut dimungkinkan karena tergantung dengan permintaan dan penawaran antara pembeli saham dengan penjual saham.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga saham yang terbentuk di pasar saham sangat ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Jika penawaran saham tinggi, maka harga saham tersebut akan naik. Harga saham mengalami perubahan naik atau turun dari satu waktu ke waktu lain. Perubahan tersebut tergantung pada kekuatan permintaan dan penawaran. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Sebaliknya, jika terjadi kelebihan penawaran, harga saham cenderung turun.

2.3.2. Metode Penilaian Saham

Nilai saham yang akan dibayar oleh investor tergantung dari hasil yang diharapkan untuk diterima dan resiko yang terkandung dalam transaksi pembelian itu. Penilaian (evaluasi) dimasukan untuk dapat menentukan nilai suatu saham sehingga perlu diperoleh standar prestasi (*standard and performance*) yang dapat digunakan untuk menilai manfaat investasi saham yang bersangkutan. Standar prestasi ini berupa nilai intrinsik yang menunjukkan prestasi (hasil dan resiko) mendatang dari suatu sekuritas.

Menurut Sunariyah (2016:166) menyatakan terdapat dua pendekatan di dalam menilai suatu harga saham, yaitu

1. Pendekatan Fundamental

Analisis fundamental merupakan analisis yang mencoba memperkirakan saham di masa yang akan datang dengan mengestimasi nilai faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi harga saham di masa yang akan datang dan menerapkan hubungan variabel-variabel tersebut sehingga diperoleh taksiran harga saham. Analisis fundamental umumnya dilakukan dengan tahapan melakukan analisis ekonomi terlebih dahulu, diikuti dengan analisis industri dan akhirnya analisis perusahaan yang menerbitkan saham tersebut.

Pengertian analisis fundamental menurut Darmadji dan Fakhruddin (2015:149) adalah:

“Analisis fundamental merupakan salah satu cara untuk melakukan penilaian saham dengan mempelajari atau mengamati berbagai indikator yang terkait dengan kondisi makro ekonomi dan kondisi industri suatu perusahaan hingga berbagai indikator keuangan dan manajemen perusahaan”.

Sedangkan menurut Husnan (2015:307), bahwa analisis fundamental mencoba memperkirakan harga saham di masa yang akan datang dengan (i) mengestimasi nilai faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi harga saham di masa yang akan datang, dan (ii) menerapkan hubungan variabel-variabel tersebut sehingga memperoleh taksiran harga saham.

Analisis ini dimulai dari kondisi perusahaan secara umum karena analisis ini didasarkan pada informasi-informasi yang diterbitkan oleh emiten maupun administrasi bursa efek. Kinerja emiten dipengaruhi oleh kondisi sektor industri dan perekonomian secara makro sehingga dalam memperkirakan harga saham dimasa mendatang harus dikaitkan dengan faktor-faktor fundamental yang mempengaruhinya (Halim, 2015).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa analisis fundamental digunakan untuk mengevaluasi prospek masa mendatang, pertumbuhan dan profit perusahaan dalam kaitannya dengan perekonomian secara makna ekonomi nasional, pertimbangan perusahaan dan kondisi perusahaan itu sendiri. Analisis fundamental akan membandingkan nilai intrinsik suatu saham dengan harga pasarnya guna menentukan apakah harga pasar saham sudah benar-benar mencerminkan nilai yang seharusnya.

2. Pendekatan Teknikal

Analisis Teknikal (*technical analysis*) merupakan suatu analisis yang menggunakan data atau catatan mengenai pasar itu sendiri untuk berusaha mengakses permintaan dan penawaran suatu saham tertentu atau pasar secara keseluruhan. Pendekatan analisis ini menggunakan data pasar yang dipublikasikan, seperti harga saham, volume perdagangan, serta faktor lain yang bersifat teknis. Dengan demikian analisis teknikal merupakan analisis yang merupakan data pasar yang dipublikasikan. Fokus analisis teknikal adalah ketepatan waktu, penekanannya hanya pada perubahan harga.

Menurut Sunariyah (2016:168) analisis teknikal (*technical analyze*) merupakan suatu teknik analisis yang menggunakan data atau catatan mengenai pasar itu sendiri untuk berusaha mengakses permintaan dan penawaran suatu saham tertentu atas pasar secara keseluruhan. Teknikal analisis berfokus pada faktor internal melalui analisis pergerakan di dalam pasar atau suatu saham. Para analisis teknikal cenderung lebih berkonsentrasi pada jangka pendek.

2.3.3. Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Menurut Weston dan Brigham (2014:26) faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham adalah :

1. Laba per lembar saham

Seorang investor yang melakukan investasi pada perusahaan akan menerima laba atas saham yang dimilikinya. Semakin tinggi laba per lembar saham (EPS) yang diberikan perusahaan akan mendorong investor untuk melakukan investasi yang lebih besar lagi sehingga harga saham perusahaan akan meningkat.

2. Tingkat Suku Bunga

Tingkat suku bunga dapat mempengaruhi harga saham dengan cara:

- a. Mempengaruhi persaingan di pasar modal antara saham dengan obligasi, apabila suku bunga naik maka investor akan menjual sahamnya untuk ditukarkan dengan obligasi. Hal ini akan menurunkan harga saham. Hal sebaliknya juga akan terjadi apabila tingkat bunga mengalami penurunan.
- b. Mempengaruhi laba perusahaan, hal ini terjadi karena bunga adalah biaya, semakin tinggi suku bunga maka semakin rendah laba perusahaan. Suku bunga juga mempengaruhi kegiatan ekonomi yang juga akan mempengaruhi laba perusahaan.

3. Jumlah Kas Dividen yang Diberikan

Kebijakan pembagian dividen dapat dibagi menjadi dua, yaitu sebagian dibagikan dalam bentuk dividen dan sebagian lagi disisihkan sebagai laba ditahan. Sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham, maka peningkatan pembagian dividen merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dari pemegang saham karena jumlah kas dividen yang besar sangat diinginkan oleh investor sehingga harga saham naik.

4. Jumlah laba yang didapat perusahaan

Pada umumnya, investor melakukan investasi pada perusahaan yang mempunyai profit yang cukup baik karena menunjukkan prospek yang cerah sehingga investor tertarik untuk berinvestasi, yang nantinya akan mempengaruhi harga saham.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi fluktuasi harga saham di pasar modal, hal ini terjadi karena harga saham dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal dari perusahaan maupun faktor internal perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2014:33) harga saham dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu:

1. Faktor internal

- a. Pengumuman tentang pemasaran produksi penjualan seperti pengiklanan, rincian kontrak, perubahan harga, penarikan produk baru, laporan produksi, laporan keamanan, dan laporan penjualan.
- b. Pengumuman pendanaan, seperti pengumuman yang berhubungan dengan ekuitas dan hutang.
- c. Pengumuman badan direksi manajemen (*management board of director and nouncements*) seperti perubahan dan pergantian direktur, manajemen dan struktur organisasi.
- d. Pengumuman pengambilalihan diverifikasi seperti laporan merger investasi, investasi ekuitas, laporan *take over* oleh pengakuisisian dan diakuisisi, laporan investasi dan lainnya.
- e. Pengumuman investasi seperti melakukan ekspansi pabrik pengembangan riset dan penutupan usah lainnya.
- f. Pengumuman ketenagakerjaan (*labour announcements*), seperti negosiasi baru, kontrak baru, pemogokan dan lainnya.

- g. Pengumuman laporan keuangan perusahaan, seperti per laba sebelum akhir tahun fiskal dan setelah akhir tahun fiskal laba per saham (LPS), *dividen per share* (DPS), *price earning ratio* (PER), *net profit margin* (NPM), *return on assets* (ROA) dan lain-lain.
2. Faktor eksternal
 - a. Pengumuman dari pemerintah seperti perubahan suku bunga tabungan dan deposito kurs valuta asing, inflasi, serta berbagai regulasi dan regulasi ekonomi yang dikeluarkan oleh pemerintah.
 - b. Pengumuman hukum seperti tuntutan terhadap perusahaan atau terhadap manajernya dan tuntutan perusahaan terhadap manajernya.
 - c. Pengumuman industri sekuritas, seperti laporan pertemuan tahunan insider trading, volume atau harga saham perdagangan pembatasan atau penundaan trading.

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2015:10) harga saham bisa berubah-ubah dengan cepat, ada beberapa faktor yang menyebabkan perubahan harga yaitu sebagai berikut :

1. Harapan dan perilaku investor

Harga saham dapat dipengaruhi oleh harapan investor, atau perkiraan investor mengenai keputusan manajemen terhadap kebijakan dividennya. Harapan tersebut didasarkan pada sejumlah faktor internal perusahaan seperti jumlah dividen sebelumnya, pendapatan yang ada, dan perkiraan pendapatan di masa yang akan datang.

2. Kondisi keuangan perusahaan

Kondisi perusahaan yang baik biasanya meningkatkan minat investor untuk membeli saham sehingga saham naik. Dan sebaliknya kondisi perusahaan yang buruk akan menurunkan harga saham.

3. Permintaan dan penawaran

Harga saham biasanya berfluktuasi mengikuti kekuatan permintaan dan penawaran di pasar modal. Fluktuasi harga saham mencerminkan seberapa besar minat investor terhadap saham suatu perusahaan. Oleh karena itu, harga saham setiap saat bisa berubah seiring dengan minat investor untuk menempatkan modalnya pada saham.

4. Tingkat efisiensi pasar modal

Perubahan harga saham pada pasar modal yang efisien (pasar yang harga sekuritasnya telah mencerminkan semua informasi yang relevan) adalah acak. Apabila harga-harga selalu mencerminkan semua informasi baru muncul (informasi yang tidak bisa diperkirakan sebelumnya). Dengan demikian, perubahan harga tidak dapat diperkirakan sebelumnya.

2.4. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran dan

2.4.1. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang berhubungan dengan harga saham telah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya sehingga hasil penelitian mereka dapat dijadikan landasan untuk penelitian ini. Berikut beberapa hasil penelitian sebelumnya.

Tabel 2.1
Peneliti Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1	Musdalipah (2019) Analisis Pengaruh Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI	Net Profit Margin (NPM) Harga Saham	Penelitian ini metode pengumpulan data bersifat dokumenter yaitu dengan cara mengunduh data laporan keuangan dan harga saham historis dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis regresi sederhana menggunakan spss 23.0	Hasil pengujian menggunakan <i>software</i> SPSS, menunjukkan hasil bahwa variabel Net Profit Margin berpengaruh signifikan terhadap harga saham.
2	Dinda Alfianti A (2017) Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<i>Gross Profit Margin</i> (GPM), <i>Operating Profit Margin</i> (OPM), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Earning Per Share</i> (EPS) Harga Saham	Metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Secara simultan (uji F) variabel <i>Gross Profit Margin</i> (GPM), <i>Operating Profit Margin</i> (OPM), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Earning Per Share</i> (EPS) berpengaruh signifikan terhadap harga saham, 2. Secara parsial (uji t) variabel <i>Gross Profit Margin</i> (GPM), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Earning Per Share</i> (EPS) berpengaruh signifikan terhadap harga saham 3. Variabel <i>Operating Profit Margin</i> (OPM) tidak berpengaruh signifikan terhadap

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				harga saham
3	Ade Indah Wulandari (2019) Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI)	<i>Return On Assets, Return On Equity, Net Profit Margin</i> dan harga saham	Analisis data dilakukan dengan teknik analisis model regresi linier berganda	Hasil analisis ditemukan bahwa 1. <i>Return On Equity</i> dan <i>Net Profit Margin</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap harga saham, 2. <i>Return On Assets</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham. Kenaikan ROE dan NPM akan diikuti dengan kenaikan harga saham
4	Anita Suwandani (2017) Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur SEKTOR Makanan dan Minuman di BEI Tahun 2014 – 2015	ROA, ROE, EPS, NPM, harga saham	Analisis data dilakukan dengan teknik analisis model regresi linier berganda	Hasil analisis regresi 1. EPS pengaruhnya positif terhadap harga saham 2. ROA, ROE dan NPM berpengaruh negatif terhadap harga saham. 3. ROE berpengaruh terhadap harga saham. 4. ROA, EPS dan NPM berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham. 5. Variabel profitabilitas dari rasio ROA, ROE, EPS dan NPM berpengaruh tidak signifikan.
5	Jestry J. Sambelay (2017) Analisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar di LQ45 Periode 2012-2016	ROE, NPM, harga saham	Analisis data dilakukan dengan teknik analisis model regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Secara parsial Return on Assets berpengaruh signifikan terhadap harga saham 2. Secara parsial Net Profit Margin tidak berpengaruh signifikan terhadap harga 3. Secara simultan <i>Return on Assets</i> dan <i>Net Profit Margin</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham
6	Yunita Rusmana Putri (2017) Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri	EPS, NPM, ROA, Harga saham	Analisis data dilakukan dengan teknik analisis model regresi linier berganda	Hasil penelitian membuktikan bahwa 1. Profitabilitas EPS tidak mampu mempengaruhi harga saham 2. Variabel NPM tidak berpengaruh signifikan

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
	Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).			terhadap kebijakan dividen yang diprosikan dengan harga saham 3. Variabel ROA tidak berpengaruh terhadap harga saham
7	Irma Ismawati (2019) Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017	NPM, GPM, ROE, harga saham	Analisis data dilakukan dengan teknik analisis model regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. <i>Net profit margin</i> dan <i>return on equity</i> berpengaruh terhadap harga saham 2. <i>Gross profit margin</i> tidak berpengaruh terhadap harga saham 3. Secara simultan rasio profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham

2.4.2. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Harga Saham

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan (Sudana, 2015). *Net Profit Margin* (NPM) yang tinggi dapat menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut bagus karena dapat menghasilkan laba bersih yang tinggi melalui aktivitas penjualan. Akibatnya harga saham perusahaan tersebut akan banyak diminati oleh para investor dan akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut di pasar modal. Semakin besar *Net Profit Margin* (NPM), maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Bastian dan Suhardjono, 2016).

Hal ini sejalan dengan penelitian Musdalipah (2019) bahwa variabel *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Variabel *Net Profit Margin* (NPM) memberikan pengaruh sebesar 67% terhadap harga saham, sedangkan sisanya sebesar 33% merupakan kontribusi variabel lain harga saham.

Penelitian yang dilakukan Wulandari (2019) juga menyimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap Harga Saham

ROA adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Semakin besar ROA, maka semakin baik karena

tingkat keuntungan yang dihasilkan perusahaan dari pengelolaan asetnya semakin besar, dengan pengelolaan aset yang semakin efisien maka tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan akan meningkat yang nantinya akan meningkatkan harga saham (Abigael K dan Ika S, 2012 : 78).

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2012) yang menyimpulkan bahwa ROE berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

3. Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap Harga Saham

Return on Equity (ROE) merupakan salah satu alat utama investor yang paling sering digunakan dalam menilai suatu saham. Kenaikan *Return on Equity* biasanya diikuti oleh kenaikan harga saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi ROE berarti semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola modalnya untuk menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut dapat menggunakan modal dari pemegang saham secara efektif dan efisien untuk memperoleh laba. Dengan adanya peningkatan laba bersih maka nilai ROE akan meningkat pula sehingga para investor tertarik untuk membeli saham tersebut yang akhirnya harga saham perusahaan tersebut mengalami kenaikan (Hendriawati (2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muliadi dan Fahmi (2016) yang berjudul *Pengaruh Pengaruh Return On Equity Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia* menyatakan bahwa ROE mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

Penelitian yang dilakukan Suwandani (2017) juga menyimpulkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh terhadap Harga Saham.

4. Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) terhadap Harga Saham

Pemain saham atau investor perlu memiliki sejumlah informasi yang berkaitan dengan dinamika harga saham agar dapat mengambil keputusan tentang saham perusahaan yang layak untuk dipilih. Para emiten, melihat bahwa pencarian dana melalui pasar modal merupakan pilihan pembiayaan yang lain, kemudian mereka memanfaatkan kesempatan ini dengan mengeluarkan saham dan atau obligasi. Semakin efisien dan efektif pengelolaan pasar modal, maka semakin banyak pula para calon emiten yang berdatangan ke pasar modal, berarti hal ini sekaligus pula memperbaiki posisi quitas-nya dan pada akhirnya akan memperkuat daya saing di industri dimana ia terlibat (Pakarti dan Anoraga, 2014 : 6).

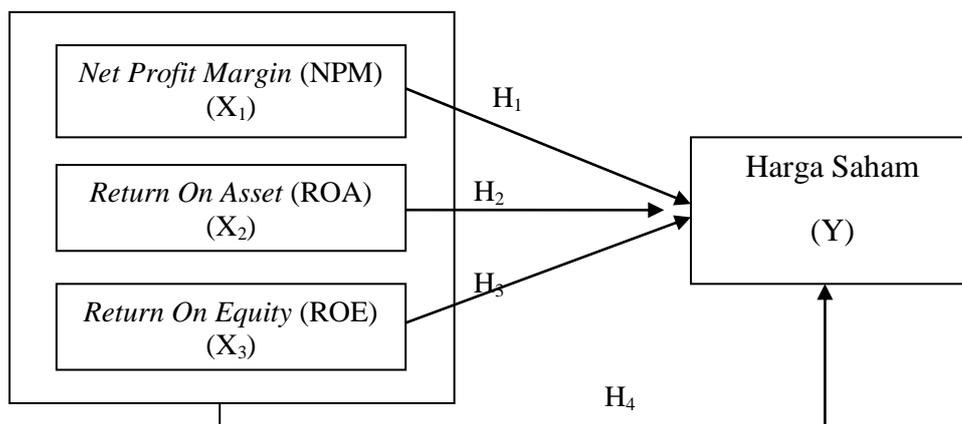
Sebelum melakukan investasi, para investor perlu mengetahui dan memilih saham – saham mana yang dapat memberikan keuntungan paling optimal bagi dana yang diinvestasikan. Harga saham juga mencerminkan nilai dari suatu perusahaan. Jika perusahaan mencapai prestasi yang baik, maka saham tersebut akan banyak

diminati oleh para investor. Prestasi baik yang dicapai perusahaan dapat dilihat dalam laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan (emiten). Emiten berkewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangan pada periode tertentu. Laporan keuangan ini sangat berguna bagi investor membantu dalam mengambil keputusan investasi, seperti, menjual, membeli atau menanam saham.

Variasi harga saham ditentukan oleh banyak faktor, baik yang berasal dari lingkungan eksternal maupun internal perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan Rinati (2014:9) *Net Profit Margin* (NPM) tidak mempunyai pengaruh terhadap harga saham, sedangkan *Return On Assets* (ROA) diperoleh hasil bahwa variabel ini mempunyai pengaruh terhadap harga saham.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurmalasari (2014:6) *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham dimana saat laba naik maka harga saham akan naik. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Rizkiyana (2018) bahwa *Net Profit Margin* (NPM) *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang perlu diuji kebenarannya. Hipotesis merupakan suatu awal dari persepsi seseorang terhadap suatu hal yang tentunya belum teruji kebenarannya. Oleh karena itu hipotesis harus diuji kebenarannya agar dapat atau layak dipertanggungjawabkan. Menurut Aikunto (2014:84) hipotesis yaitu suatu kesimpulan sementara, tetapi kesimpulan itu belum final masih harus dibuktikan kebenarannya atau hipotesis adalah suatu jawaban sementara atau dugaan sementara di mana ada kemungkinan benar dan juga kemungkinan salah. Berikut hipotesis untuk penelitian ini adalah:

H₁ : *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap harga saham

H₂ : *Return On Asset* berpengaruh terhadap harga saham

H₃ : *Return On Equity* berpengaruh terhadap harga saham

H₄ : *Net Profit Margin, Return On Asset* dan *Return On Equity* berpengaruh terhadap harga saham

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif *explanatory* dengan teknik penelitian regresi yaitu untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019. Pada penelitian ini akan menjelaskan pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019. Penelitian ini akan dibuktikan dengan melakukan pengujian hipotesis menggunakan metode analisis statistik yaitu analisis regresi linear berganda.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah profitabilitas yang meliputi *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) sebagai variabel independen dan harga saham sebagai variabel dependen.

3.2.2 Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *organization*, yang merupakan sumber data yang unit analisisnya merupakan respon dari divisi organisasi atau perusahaan yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan, maka penulis memilih melakukan riset data pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, di mana lokasi BEI sendiri terletak di Jalan Jendral Sudirman Kavling 52-53 Jakarta Selatan 12190.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1. Jenis Data Penelitian

1. Data kualitatif

Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah data *Net*

Profit Margin (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan harga saham.

3.3.2. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Sugiyono (2016) mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh berasal langsung dari laporan keuangan (*annualy report*) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga selama periode yaitu tahun 2015-2019 diperoleh melalui BEI dari situs resmi perusahaan dan situs BEI di www.idx.co.id. Selain itu sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku dan lain sebagainya.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	1. Laba Bersih 2. Penjualan Bersih	$\text{NPM} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}}$	Rasio
<i>Return On Assets</i> (ROA)	1. Laba Bersih 2. Total aset	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
<i>Return On Equity</i> (ROE)	1. Laba Bersih 2. Ekuitas	$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}}$	Rasio
Harga Saham	Harga Saham	Harga saham pada periode 31 Desember (<i>closing price</i>)	Rasio

3.5 Metode Penarikan Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakternya akan diteliti dan diharapkan dapat mewakili populasi yang ada. Metode *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel dengan pertimbangan yang didasarkan pada kriteria tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan sampel data dokumen atau laporan keuangan dalam

perusahaan yang diperoleh dari lokasi penelitian menggunakan metode penarikan sampel yaitu *purposive sampling* yang didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan tertentu dari peneliti. Penentuan kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel penelitian, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap hasil analisis. Kriteria-kriteria yang dipilih dalam penentuan sampel adalah:

1. Perusahaan tersebut yaitu Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan secara lengkap laporan keuangannya selama periode 2015-2019 pada situs resmi Bursa Efek Indonesia.
3. Laporan keuangan perusahaan disajikan dalam bentuk rupiah.

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah semua perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yaitu sebanyak 7 perusahaan. Dari tujuh perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga, empat perusahaan yang memenuhi kriteria. Adapun sampel yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Daftar Populasi Perusahaan

No	Nama Emiten	Kode Emiten
1	Akasha Wira International Tbk	ADES
2	Kino Indonesia Tbk	KINO
3	Cottonindo Ariestra Tbk	KPAS
4	Martina Berto Tbk	MBTO
5	Mustika Ratu Tbk	MRAT
6	Mandom Indonesia Tbk	TCID
7	Unilever Indonesia Tbk	SIMA

Sumber: www.idx.co.id diolah oleh penulis, 2020

Tabel 3.3
Kriteria Perusahaan yang Menjadi Sampel

No	Nama Emiten	Kriteria			Sampel yang Memenuhi Kriteria
		1	2	3	
1	Akasha Wira International Tbk	✓	✓	✓	✓
2	Kino Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓
3	Cottonindo Ariestra Tbk	✓	-	-	-
4	Martina Berto Tbk	✓	-	✓	-
5	Mustika Ratu Tbk	✓	-	✓	-
6	Mandom Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓
7	Unilever Indonesia Tbk	✓	✓	✓	✓
Jumlah		7	(3)		4

Sumber: www.idx.co.id diolah oleh penulis, 2020

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, pengumpulan data dimulai dengan tahap penelitian terdahulu yaitu dengan melakukan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku bacaan yang berkaitan dengan pokok bahasan dalam penelitian ini. Pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk melengkapi, memenuhi, dan menyusun skripsi ini melalui beberapa jenis prosedur pengumpulan data dan informasi yaitu dengan cara sumber data sekunder.

Menurut Pasolongo (2014:70), sumber data sekunder merupakan semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Dan metode pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengakses dan mengunduh data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan pada tahun 2015-2019 yang diterbitkan oleh penyedia data, yaitu BEI melalui situs resmi www.idx.co.id serta data juga didapatkan dari www.duniainvestasi.com sebagai bahan penunjang penelitian. Data tersebut dimaksud agar dapat mendukung informasi menjadi lebih akurat dan lengkap.

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham. Untuk itu akan digunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sebelum analisis ini dilaksanakan, terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk menghasilkan nilai parameter model penduga yang sah. Nilai tersebut akan terpenuhi jika hasil uji asumsi klasiknya memenuhi asumsi normalitas, serta tidak terjadi heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas.

3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran umum dari semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan melihat tabel statistik deskriptif yang menunjukkan hasil pengukuran rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), dan maksimum-minimum (Ghozali, 2015). *Mean* digunakan untuk memperkirakan besar rata-rata populasi yang diperkirakan dari sampel. Standar deviasi digunakan untuk menilai dispersi rata-rata dari sampel. Maksimum-minimum digunakan untuk melihat nilai minimum dan maksimum dari populasi. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Gujarati (2013) persamaan yang diperoleh dari sebuah estimasi dapat dioperasikan secara statistik jika memenuhi asumsi klasik, yaitu memenuhi asumsi bebas multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokolerasi. Pengujian ini dilakukan agar mendapatkan model persamaan regresi yang baik dan benar-benar mampu memberikan estimasi yang handal dan tidak bias sesuai kaidah BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Pengujian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS. Uji klasik ini dapat dikatakan sebagai kriteria ekonometrika untuk melihat apakah

hasil estimasi memenuhi dasar linier klasik atau tidak. Setelah data dipastikan bebas dari penyimpangan asumsi klasik, maka dilanjutkan dengan uji hipotesis yakni uji individual (uji t), pengujian secara serentak (uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak di mana model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Salah satu cara untuk melihat distribusi normal adalah dengan melihat *normal probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2015).

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis grafik yang dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- Jika data menyebar sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal grafik, maka hal ini ditunjukkan pada distribusi normal sehingga model persamaan regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal grafik maka hal ini tidak menunjukkan pola distribusi normal sehingga persamaan regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov dengan melihat tingkat signifikansinya. Uji ini dilakukan sebelum data diolah. Pendeteksian normalitas data apakah terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji KolmogorovSmirnov. Residual dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara pengganggu periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terdapat korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama yang lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari suatu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah uji *Durbin-Watson* (DW test). Uji Durbin-watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.

Tabel 3.4
Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$ $d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i> Tolak	$4 - d_l < d < 4 - d_u$ $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No Decision</i>	$du < d < 4 - du$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak Ditolak	

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2015). Multikolinieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar error regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai VIF > 10 mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas, sedangkan untuk nilai *tolerance* < 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas.

Hipotesa yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah :

Ho : Tidak ada Multikolinieritas

Ha : Ada Multikolinieritas

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

Jika VIF > 10 atau jika *tolerance* < 0,1 maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika VIF < 10 atau jika *tolerance* > 0,1 maka Ho diterima dan Ha ditolak.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2015).

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel tidak bebas (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residualnya (Y prediksi - Y sesungguhnya).

Dasar analisisnya sebagai berikut :

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis Regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh ini melibatkan lebih dari dua variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Model persamaan regresi linier berganda yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 + \beta_2 + \beta_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Harga Saham
A	= Konstanta
β_1	= NPM
β_2	= ROA
β_3	= ROE
E	= Kesalahan Pengganggu

3.7.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol) (Ghozali, 2015).

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada intinya, koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila hasil R^2 mendekati 1 maka hasil tersebut mengindikasikan korelasi yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Namun jika hasil R^2 mendekati 0 berarti terdapat korelasi yang lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat (Ghozali, 2015).

Dalam kenyataan R^2 dapat bernilai negatif, walaupun dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Ghozali (2015) jika dalam empiris didapatkan nilai R^2 negatif, maka nilai Adjusted R^2 dianggap bernilai nol. Secara sistematis jika nilai $R^2 = 1$ maka Adjusted $R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$ maka Adjusted $R^2 = (1-k)/(n-k)$, jika $k > 1$, maka adjusted R^2 akan bernilai negatif.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

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

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen

t_{tabel} dapat dihitung menggunakan rumus:

$$df = n - k$$

Keterangan:

df = derajat kebebasan

n = jumlah responden

k = jumlah variabel (bebas dan terikat)

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS 23. Jika angka signifikansi t lebih kecil dari α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Kemudian untuk menguji signifikansi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan uji signifikan simultan (Uji F). Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2015). Jika *probability* F lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan menolak H_0 sedangkan jika lebih besar 0,05 maka H_0 diterima dan menolak H_a .

Uji F dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

Keterangan :

df_1 = derajat kebebasan pembilang

df_2 = derajat kebebasan penyebut

k = jumlah variabel (bebas dan terikat)

n = jumlah anggota sampel

Jika hasil uji F menunjukkan hasil yang signifikan, maka model regresi bisa digunakan untuk prediksi/pengujian secara parsial (individu), sebaliknya jika hasil menunjukkan non/tidak signifikan, maka model regresi tidak bisa digunakan untuk prediksi/pengujian secara parsial (individu) Sugiono (2016).

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Data yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini merupakan data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara. Penulis mendapatkan data dan informasi melalui *website* BEI yaitu www.idx.co.id dan *website* perusahaan-perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah variabel profitabilitas dengan rasio *net profit margin*, *return on asset* dan *return on equity* serta pengaruhnya terhadap harga saham.

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian terhadap perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI, khususnya pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang tergabung secara konsisten pada periode 2015-2019. Berdasarkan pada data yang diperoleh dari www.sahamok.com bahwa perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga terdapat 4 perusahaan yang telah melakukan *Initial Public Offering* atau telah terdaftar di BEI. Berdasarkan pada metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengambilan sampel non acak dengan jenis *purposive sampling* atau memberikan kriteria tertentu, maka perusahaan yang telah memenuhi kriteria adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Daftar Sampel yang Memenuhi Kriteria

No	Kode Perusahaan	Emiten	Tanggal IPO
1	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk	2 Mei 1994
2	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk	03 Desember 2015
3	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	28 Agustus 1993
4	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	16 Nopember 1982

(Sumber: www.sahamok.com, diolah oleh peneliti, 2021)

Dari Tabel 4.1 di atas dapat dijelaskan bahwa ruang lingkup kegiatan PT. Akasha Wira International Tbk adalah industri air minum dalam kemasan, industri roti dan kue, kembang gula, makaroni, kosmetik dan perdagangan besar. Kegiatan utama Akasha International adalah bergerak dalam bidang usaha pengolahan dan distribusi air minum dalam kemasan (merek Nestle Pure Life dan Vica) serta perdagangan besar produk-produk kosmetika. Pada tanggal 2 Mei 1994, ADES memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) ADES kepada masyarakat sebanyak 15.000.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham, dengan harga penawaran perdana

Rp3.850,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 13 Juni 1994.

Ruang lingkup kegiatan PT. Kino Indonesia Tbk adalah berusaha dalam bidang adalah berusaha dalam bidang industri makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik. Kegiatan usaha utama yang dijalankan saat ini adalah Industri produk konsumen bermerek yang terintegrasi dengan kegiatan distribusi meliputi produk pemeliharaan dan perawatan tubuh (dengan merek utama antara lain: Ellips, Resik-V dan Ovale), makanan (Kino Candy, Snackit dan Segar Sari), minuman (Cap Kaki Tiga, Panda dan Panther) dan farmasi meliputi tiga macam produk balsam dan obat batuk (Cap Kaki Tiga). Pada tanggal 03 Desember 2015, KINO memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham KINO (IPO) kepada masyarakat sebanyak 228.571.500 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp3.800,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 Desember 2015.

Ruang lingkup kegiatan PT. Mandom Indonesia Tbk meliputi produksi dan perdagangan kosmetika, wangi-wangian, bahan pembersih dan kemasan plastik termasuk bahan baku, mesin dan alat produksi untuk produksi dan kegiatan usaha penunjang adalah perdagangan impor produk kosmetika, wangi-wangian, bahan pembersih. Mandom memiliki 2 merek dagang utama yaitu Gatsby dan Pixy. Selain itu, Mandom juga memproduksi berbagai macam produk lain dengan merek pucelle, Lucido-L, Tancho, Mandom, Spalding, Lovillea, Miratone, dan lain-lain termasuk beberapa merek yang khusus ditujukan untuk ekspor. Pada tanggal 28 Agustus 1993, TCID memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham TCID (IPO) kepada masyarakat sebanyak 4.400.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dan harga penawaran Rp7.350,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 30 September 1993.

Ruang lingkup kegiatan usaha PT. Unilever Indonesia Tbk meliputi bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi yang meliputi sabun, deterjen, margarin, makanan berinti susu, es krim, produk-produk kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah. Pada tanggal 16 Nopember 1982, UNVR memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham UNVR (IPO) kepada masyarakat sebanyak 9.200.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp3.175,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 Januari 1982.

4.1.1. Perkembangan *Net Profit Margin* (NPM) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019

NPM adalah rasio antar laba setelah pajak dengan penjualan yang mengukur laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah penjualan. Disamping itu rasio ini juga digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Jadi semakin tinggi NPM, maka akan semakin baik kinerja operasional perusahaan. Perhitungan LPS dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.2

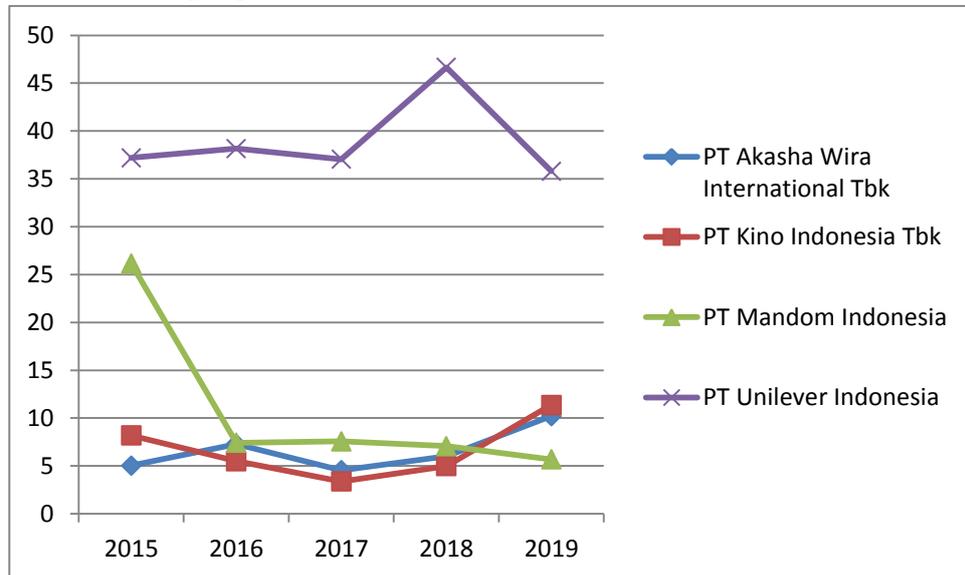
Perkembangan *Net Profit Margin* (NPM) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019

EMITEN	2015	2016	2017	2018	2019	Min	Max	Rata-rata Perusahaan (%)
ADES	4.9	6.3	4.7	6.58	10.05	4.7	10.05	6.51
KINO	7.3	5.18	3.47	4.96	7.41	3.47	7.41	5.66
TCID	23.52	6.41	6.62	6.53	5.18	5.18	23.52	9.65
UNVR	16.04	15.96	17.00	21.72	17.22	15.96	21.72	17.59
Rata-rata Tahun	12.94	8.46	7.95	9.95	9.97	7.33	15.68	9.85

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa rata-rata penelitian *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2015-2019 adalah sebesar 9.85 persen. Terdapat beberapa perusahaan yang memiliki rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2015-2019 dibawah rata-rata penelitian sebesar 6.51 persen yaitu perusahaan ADES, perusahaan KINO rata-rata perusahaan sebesar 5.66 persen, perusahaan TCID rata-rata perusahaan sebesar 9.65 persen. Sedangkan perusahaan yang memiliki rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) diatas rata-rata penelitian yaitu UNVR sebesar 17.59 persen. Untuk *Net Profit Margin* (NPM) terendah yaitu pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2017 sebesar 3.47 persen, sedangkan *Net Profit Margin* (NPM) tertinggi pada PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2018 sebesar 21.22 persen.

Berikut disajikan grafik perkembangan NPM pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.

Grafik 4.1
NPM Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019



(Sumber: www.idx.co.id data diolah, 2021)

4.1.2. Perkembangan *Return On Assets* (ROA) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019

ROA merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aset yang tersedia dalam perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset. Berikut perkembangan *Return On Assets* (ROA) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. Perhitungan *Return On Assets* (ROA) dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.3

Perkembangan *Return On Assets* (ROA) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019

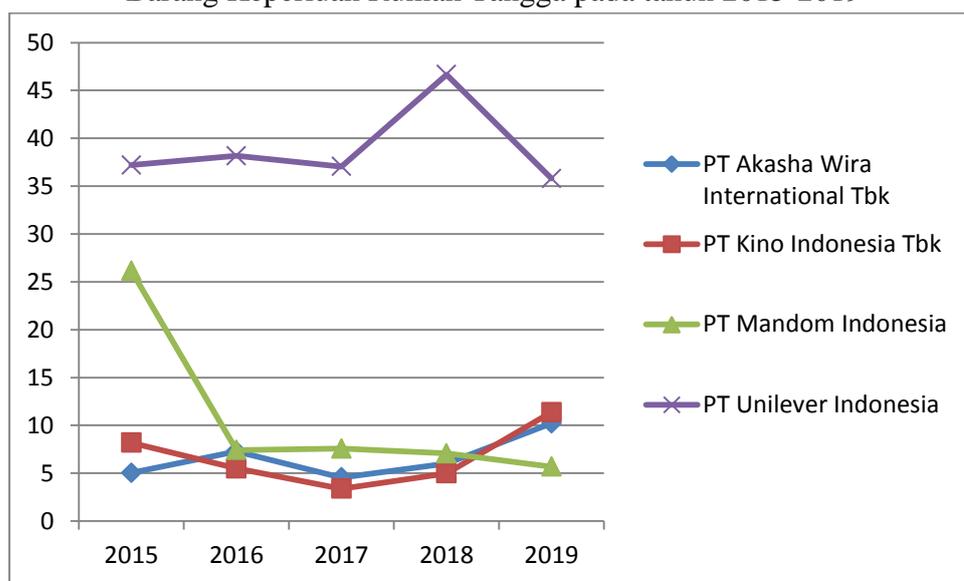
EMITEN	2015	2016	2017	2018	2019	Min	Max	Rata-rata Perusahaan (%)
ADES	5.03	7.29	4.55	6.01	10.20	4.55	10.20	6.62
KINO	8.19	5.51	3.39	4.98	11.37	3.39	11.37	6.69
TCID	26.15	7.42	7.58	7.08	5.69	5.69	26.15	10.78
UNVR	37.20	38.16	37.05	44.68	35.80	35.80	44.68	38.58
Rata-rata Tahun (%)	19.14	14.60	13.14	16.18	15.77	12.36	23.10	15.67

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa rata-rata penelitian *Return On Assets* (ROA) pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2015-2019 adalah sebesar 15.67 persen. Terdapat beberapa perusahaan yang memiliki rata-rata *Return On Assets* (ROA) pada tahun 2015-2019 dibawah rata-rata penelitian sebesar 6.62 persen yaitu perusahaan ADES, perusahaan KINO rata-rata perusahaan sebesar 6.69 persen, perusahaan TCID rata-rata perusahaan sebesar 10.78 persen. Sedangkan perusahaan yang memiliki rata-rata *Return On Assets* (ROA) diatas rata-rata penelitian yaitu UNVR sebesar 38.58 persen. Untuk *Return On Assets* (ROA) terendah yaitu pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2017 sebesar 3.39 persen, sedangkan *Return On Assets* (ROA) tertinggi pada PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2018 sebesar 44.68 persen.

Berikut disajikan grafik perkembangan *Return On Assets* (ROA) pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2015-2019.

Grafik 4.2

Pertumbuhan *Return On Assets* (ROA) pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2015-2019



(Sumber: www.idx.co.id data diolah, 2021)

4.1.3. Perkembangan *Return On Equity* (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019

ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan dalam perusahaan. ROE digunakan untuk mengukur tingkat kembalikan perusahaan atau efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut perkembangan *Return On Equity* (ROE) Pada Perusahaan Sub

Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. Perhitungan pertumbuhan penjualan dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.4
Perkembangan *Return On Equity* (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019

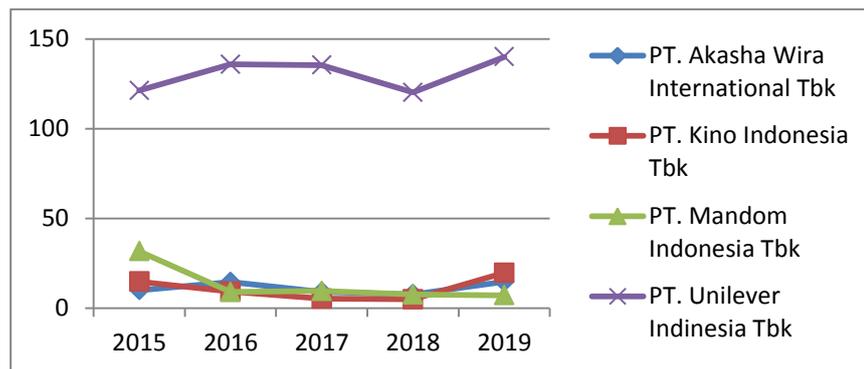
EMITEN	2015	2016	2017	2018	2019	Min	Max	Rata-rata Perusahaan (%)
ADES	10.00	14.56	9.04	10.99	14.77	9.04	14.77	11.87
KINO	14.80	9.28	5.34	8.19	19.76	5.34	19.76	11.47
TCID	31.75	9.09	9.64	8.77	7.19	7.19	31.75	13.29
UNVR	121.22	135.85	135.40	122.99	139.97	121.22	139.97	131.09
Rata-rata Tahun (%)	44.44	42.20	39.86	37.74	45.42	35.70	51.56	41.93

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa rata-rata penelitian *Return On Equity* (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019 adalah sebesar 41.93 persen. Terdapat beberapa perusahaan yang memiliki rata-rata *Return On Equity* (ROE) pada tahun 2015-2019 dibawah rata-rata penelitian sebesar 11.87 persen yaitu perusahaan ADES, perusahaan KINO rata-rata perusahaan sebesar 11.47 persen, perusahaan TCID rata-rata perusahaan sebesar 13.29 persen. Sedangkan perusahaan yang memiliki rata-rata *Return On Equity* (ROE) diatas rata-rata penelitian yaitu UNVR sebesar 131.09 persen. Untuk *Return On Equity* (ROE) terendah yaitu pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2017 sebesar 5.34 persen, sedangkan *Return On Equity* (ROE) tertinggi pada PT. Unilever Indonesia Tbk Tahun 2019 sebesar 139.97 persen.

Berikut disajikan grafik perkembangan *Return On Equity* (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019.

Grafik 4.3

Return On Equity (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019



(Sumber: www.idx.co.id data diolah, 2021)

4.1.4. Perkembangan Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019

Harga saham yang terjadi di pasar modal merupakan harga yang terbentuk dari kekuatan permintaan dan penawaran yang ada di bursa. Oleh karena itu, sebelum mengambil keputusan untuk menjual atau membeli saham, investor berkepentingan untuk menilai harga saham untuk menentukan tingkat keuntungan yang diharapkan. Tabel 4.5 menunjukkan hasil perhitungan harga saham pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019.

Tabel 4.5

Perkembangan Harga Saham Pada Perusahaan Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019

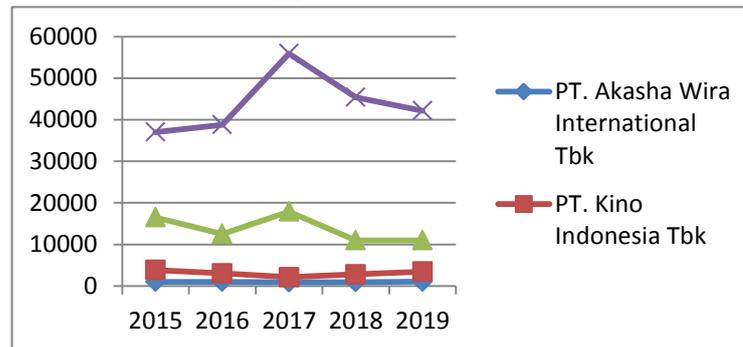
EMITEN	2015	2016	2017	2018	2019	Min	Max	Rata-rata Perusahaan (Rupiah)
ADES	1015	1000	885	920	1045	885	1045	973
KINO	3840	3030	2120	2800	3440	2120	3840	3046
TCID	16500	12500	17900	11000	11000	11000	17900	13780
UNVR	37000	38800	55900	45400	42150	37000	55900	43850
Rata-rata Tahun (Rupiah)	14,589	13,833	19,201	15,030	14,409	12,751	19,671	15,412

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa rata-rata penelitian harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga tahun 2015-2019 adalah sebesar Rp. 15.412. Terdapat beberapa perusahaan yang memiliki rata-rata harga saham pada tahun 2015-2019 dibawah rata-rata penelitian yaitu perusahaan ADES sebesar Rp. 973, perusahaan KINO rata-rata harga saham sebesar Rp. 3.046, perusahaan TCID rata-rata harga saham sebesar Rp. 13.780. Sedangkan perusahaan UNVR memiliki rata-rata harga saham diatas rata-rata penelitian yaitu

sebesar Rp. 43.850. Untuk harga saham terendah yaitu pada PT. Akasha Wira International Tbk tahun 2017 sebesar Rp. 885, sedangkan harga saham tertinggi pada PT. Unilever Indonesia Tbk Tahun 2017 sebesar Rp. 55.900.

Berikut disajikan grafik perkembangan harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga tahun 2015-2019.

Grafik 4.4
Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah
Tangga tahun 2015-2019



(Sumber: www.idx.co.id data diolah, 2021)

4.2. Analisis Data

Pengujian “Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2019” dilakukan dengan pengujian statistik. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *Statistical Product Service Solution* (SPSS) versi 24. Beberapa pengujian yang dilakukan yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi) dan uji hipotesis (uji koefisien regresi secara parsial atau uji t, uji koefisien regresi secara bersama-sama atau uji F, uji koefisien determinasi).

Adapun variabel yang diteliti oleh penulis yaitu NPM (X_1), ROA (X_2), ROE (X_3) dan harga saham dengan indikator harga penutupan saham (Y). Sebelum melakukan uji hipotesis dilakukan dulu uji normalitas data untuk memenuhi kriteria normalitas data dan untuk memenuhi data yang BLUE (*Best, Linier, Unbiased, Estimator*).

4.2.1. Statistik Deskriptif

Untuk menguji pengaruh dari variabel independen NPM (X_1), ROA (X_2), ROE (X_3) terhadap variabel dependen harga saham, dilakukan dengan metode Statistik deskriptif yang menunjukkan ukuran statistik seperti nilai minimum, nilai maksimum, *mean* (rata-rata), *standar deviation* (simpangan baku). Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan *Software Microsoft Excel 2010* dan *Statistical*

Product and Service Solution (SPSS) versi 24 untuk membantu dalam proses pengolahan data. Hasil statistik deskriptif disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.6
Statistik Deskriptif

Model	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NPM	20	3.47	23.52	10.0200	6.25850
ROA	20	3.00	46.66	15.5240	14.84200
ROE	20	4.98	139.97	41.4145	53.28027
Harga_Saham	20	885	55900	1.574	17935.551
Valid N (listwise)	20				

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22, 2021)

Berdasarkan Tabel 4.6, N= 20 menggambarkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Interpretasi dari hasil output *descriptive statistics* adalah sebagai berikut:

ROA (X_1) memiliki nilai minimum sebesar 3.47 yaitu perusahaan PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2017, nilai maximum sebesar 23.52 yaitu pada PT. Mandom Indonesia Tbk tahun 2015, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 10.0200 dan *standar deviation* sebesar 6.25850. Variabel ROA (X_2) memiliki nilai minimum sebesar 3.00 yaitu pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2016, nilai maximum sebesar 46.66 yaitu pada PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2018, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 15.5240 dan *standar deviation* sebesar 14.84200. Variabel ROE (X_2) memiliki nilai minimum sebesar 4.98 yaitu pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2018, nilai maximum sebesar 139.97 yaitu pada PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2019, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 41.4145 dan *standar deviation* sebesar 53.28027. Harga Saham (Y) memiliki nilai minimum sebesar 885 yaitu pada PT. Akasha Wira International Tbk tahun 2017, nilai maximum sebesar 55900 yaitu pada PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2017, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 1.574 dan *standar deviation* sebesar 17935.551.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh model regresi dengan estimasi yang tepat dan tidak bias. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program statistik. Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Asumsi klasik yang harus dipenuhi oleh model regresi itu sendiri adalah residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas yang artinya antara variabel independen dalam model regresi tidak memiliki korelasi atau hubungan secara sempurna ataupun mendekati sempurna, tidak adanya heteroskedastisitas atau model regresi adalah homoskedastisitas yang artinya *variance* variabel independen dari satu pengamatan ke pengamatan lain adalah

konstan atau sama dan tidak adanya autokorelasi (non-autokorelasi) yang artinya kesalahan pengganggu dalam model regresi tidak saling berkorelasi.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Data yang terdistribusi secara normal berarti data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median (Ghozali, 2015).

Ghozali (2015), menyebutkan bahwa untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Dalam penelitian ini menggunakan kedua cara tersebut. Analisis statistik merupakan cara yang dianggap lebih valid dengan menggunakan keruncingan kurva untuk mengetahui bentuk distribusi data. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). jika hasil *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan diatas 0.05 maka data residual terdistribusi dengan normal jika nilai signifikan lebih dari 0.05 (Sign. > 0.05). Hasil uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Variabel	Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.27743208E3
Most Extreme Differences	Absolute	.231
	Positive	.231
	Negative	-.147
Kolmogorov-Smirnov Z		1.034
Asymp. Sig. (2-tailed)		.235

a. Test distribution is Normal.

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22, 2021)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai signifikan untuk data NPM, ROA dan ROE, sebesar 0.235. Maka, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dimana data memiliki asymp. Sign. (2-tailed) yaitu 0.235 lebih besar dari 0.05 ($0.235 > 0.05$) maka nilai residual dari nilai uji tersebut telah normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan mengetahui dalam model regresi ada atau tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain. Menurut Priyanto (2014, 172) menyatakan bahwa model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Berikut ini hasil uji autokorelasi dengan Durbin Watson dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.937 ^a	.878	.855	6840.673	2.077

a. Predictors: (Constant), ROE, NPM, ROA

b. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22, 2020)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji autokorelasi tersebut, diketahui nilai DW 2.077, selanjutnya nilai ini dibandingkan nilai tabel signifikansi 5%. Jumlah sampel $N = 20$ dan jumlah variabel independen 3 ($K=3$), maka diperoleh nilai $du = 1.6763$. Nilai DW (2.077) lebih besar dari batas atas (du) yakni 1.6763 sehingga hasil uji autokorelasi tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak mengalami masalah autokorelasi.

3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya, *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* lebih kecil dari 0.01 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Jadi nilai VIF lebih tinggi dari 0.1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas (Santoso, 2012:242). Hasil uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
NPM	.172	1.890
ROA	.116	2.499
ROE	.137	6.823

a. Dependent Variable: Harga Saham

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 22, 2021)

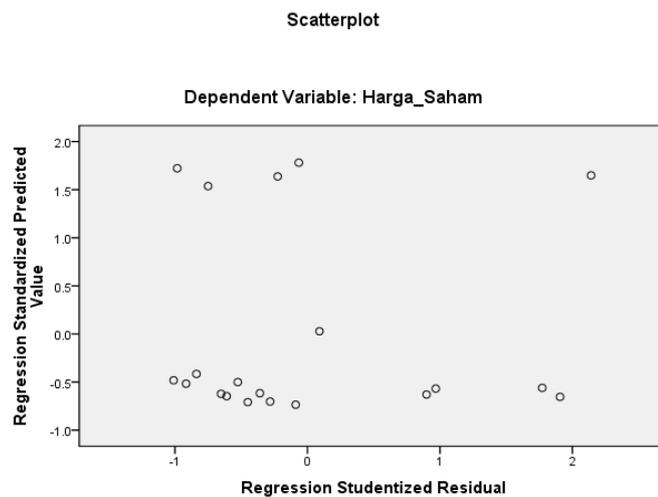
Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, nilai *tolerance* untuk variabel NPM sebesar 0.172, nilai *tolerance* untuk variabel ROA sebesar 0.116, dan nilai *tolerance* untuk variabel ROE sebesar 0.137 sehingga nilai *tolerance* ketiga variabel independen lebih dari 0.10 dan nilai VIF variabel NPM sebesar 1.890, nilai VIF variabel ROA sebesar 2.499 dan nilai VIF variabel ROE sebesar 6.823 dimana nilai VIF ketiga variabel

tersebut kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen diatas tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperlukan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat masalah heteroskedastisitas atau tidak mengenai data yang digunakan. Berikut merupakan grafik yang menjelaskan ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dalam penelitian.

Gambar 4.5
Scatterplot Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan SPSS 22. dapat diketahui bahwa plot atau titik-titik menyebar secara merata baik di atas garis nol, serta tidak menumpuk di satu titik sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji statistik ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas pada data penelitian.

Cara kedua dalam pengujian ini menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih dari nilai alfa 0.05 maka data tidak mengandung heterokedastisitas, dan sebaliknya (Ghozali 2016: 138).

Tabel 4.10
Hasil Uji heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.156	4.666		.891	.375
X1	.011	.056	.024	.193	.848
X2	.053	.063	.107	.845	.400
X3	.023	.041	.041	.365	.412
Z	.055	.075	.101	.730	.467

a. Dependent Variable: abs_res

Dari Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa variabel NPM mempunyai nilai signifikan 0.848, variabel ROA memiliki nilai signifikansi 0.400, variabel ROE memiliki nilai signifikansi 0.412 dan nilai absolut memiliki nilai signifikansi 0.467 dan nilai tersebut lebih dari nilai alfa 0.05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas, sehingga asumsi persamaan regresi baik.

4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen dengan nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.11
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	2053.581	3504.171				.586
NPM	385.736	934.553	.135	2.413	.035	.172	1.890
ROA	686.324	835.926	.568	3.821	.024	.116	2.499
ROE	166.168	152.549	.494	2.089	.042	.137	6.823

a. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22, tahun 2021)

Berdasarkan tabel 4.11 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

$$\text{Harga saham} = 2053.581 + 385.736X_1 + 686.324X_2 + 166.168X_3 + e$$

Interpretasi dari regresi linier berganda tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) adalah 2053.581 artinya jika NPM, ROA dan ROE nilainya 0 maka harga saham nilainya positif, yaitu 2053.581.
2. Nilai koefisien regresi NPM (b_1) bernilai positif yaitu sebesar 385.736. Artinya bahwa setiap peningkatan NPM sebesar 1 maka harga saham juga akan meningkat sebesar 385.736 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
3. Nilai koefisien regresi ROA (b_2) bernilai positif, yaitu sebesar 686,324, artinya bahwa setiap peningkatan ROA sebesar 1 maka harga saham juga akan meningkat sebesar 686.324 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
4. Nilai koefisien regresi ROE (b_2) bernilai positif, yaitu sebesar 166,168, artinya bahwa setiap peningkatan ROE sebesar 1 maka harga saham juga akan

meningkat sebesar 166.168 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

4.2.4. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui bagaimana pembuktian atas jawaban sementara mengenai rumusan masalah yang belum dibuktikan kebenarannya.

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan *uji t-test*. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t (*t-test*) bertujuan untuk mengetahui bermakna atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu NPM, ROA dan ROE terhadap variabel dependen yaitu harga saham. Pengujian hasil koefisien regresi secara parsial dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2053.581	3504.171		.586	.566		
NPM	385.736	934.553	.135	2.413	.035	.172	1.890
ROA	686.324	835.926	.568	3.821	.024	.116	2.499
ROE	166.168	152.549	.494	2.089	.042	.137	6.823

a. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22, tahun 2021)

Tabel distribusi dengan signifikan 0.05 dengan jumlah $N = 20$ maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

a. Pengaruh NPM terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel 4.12 variabel *Net Profit Margin* (NPM), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan, dan jika signifikan > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Untuk pengujian signifikansi peneliti menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujiannya adalah H_0 diterima jika signifikansi > 0.05 dan H_0 ditolak jika signifikansi < 0.05 . Untuk menentukan t_{tabel} dengan cara tingkat signifikansi $0.05 : 2 = 0.025$ (uji dilakukan dua sisi) dengan *df* (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan dicari dengan rumus $n-k$ atau $20-2=18$, sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2.048$. Pada tabel 4.11 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan NPM memiliki t_{hitung} sebesar 2.413 sehingga $2.413 > 2.048$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0.05 ($0.035 < 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa NPM secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap harga saham.

b. Pengaruh ROA terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel 4.12 variabel ROA, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan, dan jika signifikan > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Untuk pengujian signifikansi peneliti menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujiannya adalah H_0 diterima jika signifikansi > 0.05 dan H_0 ditolak jika signifikansi < 0.05 . Untuk menentukan t_{tabel} dengan cara tingkat signifikansi $0.05 : 2 = 0.025$ (uji dilakukan dua sisi) dengan df (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan dicari dengan rumus $n-k$ atau $20-2=18$, sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2.048$. Pada tabel 4.11 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan ROA memiliki t_{hitung} sebesar 3.821 sehingga $3.821 > 2.048$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0.05 ($0.024 < 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa ROA secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap harga saham.

c. Pengaruh ROE terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel 4.12 variabel ROE, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan, dan jika signifikan > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Untuk pengujian signifikansi peneliti menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujiannya adalah H_0 diterima jika signifikansi > 0.05 dan H_0 ditolak jika signifikansi < 0.05 . Untuk menentukan t_{tabel} dengan cara tingkat signifikansi $0.05 : 2 = 0.025$ (uji dilakukan dua sisi) dengan df (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan dicari dengan rumus $n-k$ atau $20-2=18$, sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2.048$. Pada tabel 4.11 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan ROE memiliki t_{hitung} sebesar 2.089 sehingga $2.089 > 2.048$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0.05 ($0.042 < 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa ROE secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap harga saham.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengukur apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian secara simultan ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikan F dari hasil pengujian dengan nilai signifikan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.13
Hasil Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5.3639	3	1.7889	38.204	.000 ^a
Residual	7.4878	16	4.6797		
Total	6.1129	19			

a. Predictors: (Constant), ROE, NPM, ROA

b. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22, tahun 2021)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi pada tabel 4.13 dapat diketahui pada hasil analisis uji simultan, bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh 32.204. Untuk menentukan F_{tabel} dengan cara tingkat signifikansi 0.05 dengan df (*degree of freedom*) pembilang $df(n1)$ dan df (*degree of freedom*) penyebut $df(n2)$ dengan rumus $df(n1)=k-1$ ($4-1 = 3$) dan $df(n2) = n-k$ ($20-3 = 17$) sehingga maka didapatkan nilai F_{tabel} sebesar 3.20. Berdasarkan tabel 4.12 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan pada uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38.204 > 3,20$) dan tingkat signifikansi kurang dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa NPM, ROA dan ROE berpengaruh secara bersama-sama terhadap harga saham pada Perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi hanyalah konsep statistik, menyatakan bahwa sebuah garis regresi adalah baik jika nilai R^2 tinggi dan sebaliknya bila nilai R^2 rendah maka garis regresi kurang baik.

Uji koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila angka koefisien determinasi semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.937 ^a	.878	.855	6840.673	2.077

a. Predictors: (Constant), ROE, NPM, ROA

b. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22, tahun 2021)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0.855 atau sama dengan 86%. Artinya, kontribusi pengaruh variabel independen yaitu NPM, ROA, dan ROE terhadap variabel dependen yaitu harga saham adalah sebesar 86%. Sedangkan sisanya sebesar 14% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti laba, struktur modal, nilai perusahaan dan lain sebagainya.

4.3. Pembahasan

Hasil dari hipotesis penelitian telah diuraikan secara statistik dengan menggunakan SPSS versi 22, melalui uji secara parsial (uji statistik t), uji secara simultan (uji statistik F) dan secara uji determinasi. Hasil dari hipotesis penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.15
Rekapitulasi Uji Hipotesis

No	Analisis	Hasil	Keterangan
1	Uji T	NPM $t_{hitung} 2.413 > t_{tabel} 2.048$ dan tingkat sig. $0.035 < 0.05$	H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka NPM berpengaruh terhadap harga saham.
		ROA $t_{hitung} 3.821 > t_{tabel} 2.048$ dan tingkat sig. $0.024 < 0.05$	H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka ROA berpengaruh terhadap harga saham.
		ROE $t_{hitung} 2.089 > t_{tabel} 2.048$ dan tingkat sig. $0.042 < 0.05$	H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka ROE berpengaruh terhadap harga saham.
2	Uji F	Laba per saham dan Pertumbuhan penjualan $F_{hitung} > F_{tabel} (38.204 > 3.20)$ tingkat signifikansi kurang dari 0.05 ($0.000 < 0.05$)	H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka NPM, ROA dan ROE secara simultan berpengaruh terhadap harga saham.
3	Koefisien Determinasi	Kd = 86%	Kontribusi pengaruh variabel independen yaitu NPM < ROA dan ROE terhadap variabel dependen yaitu harga saham adalah sebesar 86%. Sedangkan sisanya sebesar 14% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

4.3.1. Pengaruh NPM terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis pertama dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa NPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut dapat dimaknai, bahwa semakin besar nilai NPM maka berarti semakin besar juga harga saham. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi < 0.05 ($0.034 < 0.05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.413 > 2.048$) maka NPM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Hal ini disimpulkan bahwa peningkatan net profit margin (NPM) akan memberikan dampak terhadap harga saham, sehingga hipotesis pertama diterima. Kegiatan operasional perusahaan profit merupakan elemen penting dalam menjamin kelangsungan perusahaan. Adanya kemampuan memperoleh laba dengan menggunakan semua sumber daya perusahaan maka tujuan-tujuan perusahaan akan dapat tercapai. Pengguna semua sumber daya tersebut memungkinkan perusahaan untuk memperoleh laba yang tinggi. Laba merupakan hasil dari pendapatan oleh

penjualan yang dikurangkan dengan beban pokok penjualan dan beban-beban lainnya (Jambelay et., al. 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Dys Alfina Putri dan Prijati (2017), dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Net Profit Margin (NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. Hal ini menunjukkan bahwa dengan nilai tambah ekonomis *Net Profit Margin* (NPM) sangat relevan, dikarenakan *Net Profit Margin* (NPM) dapat mengukur prestasi manajemen berdasarkan nilai tambah yang diciptakan selama periode tertentu.

4.3.2. Pengaruh ROA terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut dapat dimaknai, bahwa semakin tinggi return on asset maka berarti semakin besar juga harga saham. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi < 0.05 ($0.024 < 0.05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.821 > 2.048$) maka ROE secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Hal itu menunjukkan bahwa perusahaan semakin baik dalam pengelolaan asetnya dalam menghasilkan laba merupakan informasi yang baik sehingga akan menarik minat para investor untuk melakukan transaksi saham. Semakin besar permintaan saham dibandingkan penawaran saham maka dapat meningkatkan harga saham. Perusahaan semakin baik dalam pengelolaan asetnya dalam menghasilkan laba merupakan informasi yang baik sehingga akan menarik minat para investor untuk melakukan transaksi saham. Semakin besar permintaan saham dibandingkan penawaran saham maka dapat meningkatkan harga saham (Syamsudin, 2015).

Menurut Tendelin (2015) ROA merupakan rasipo yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimilikinya. Semakin besar laba perusahaan semaka semakin tinggi juga keinginan investor untuk menanamkan sahamnya. Jadi dapat dikatakan bahwa semakin tinggi ROA maka harga saham akan meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2012) yang meneliti tentang pengaruh Return On Asset terhadap Harga Saham perusahaan Industri Manufaktur yang tercatat di BEI menyatakan bahwa Return On Asset secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham perusahaan Mnuufaktur yang tercatat di BEI.

4.3.3. Pengaruh ROE terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut dapat dimaknai, bahwa semakin tinggi return on asset maka berarti semakin besar juga harga saham. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi < 0.05 ($0.042 < 0.05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.089 > 2.048$) maka ROE secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Penelitian ini sesuai dengan teori kontigensi yang menyatakan bahwa tidak ada rancangan dan penggunaan sistem pengendalian manajemen yang dapat

diterapkan secara efektif untuk semua kondisi organisasi, namun sebuah sistem pengendalian tertentu hanya efektif untuk situasi atau organisasi atau perusahaan tertentu. Hal ini berarti bahwa apabila kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba cukup baik sehingga mampu menyakinkan investor untuk menanamkan sahamnya. Kenaikan Return on Equity dalam hal ini disebabkan karena merupakan faktor penarik bagi investor untuk melakukan investasi. Investor memandang bahwa ROE merupakan indikator profitabilitas yang penting. Semakin besar nilai ROE maka perusahaan dianggap semakin menguntungkan oleh sebab itu investor kemungkinan akan mencari saham ini sehingga menyebabkan permintaan bertambah dan harga penawaran dipasar sekunder terdorong naik (Chastina Yolana dan Dwi Martini, 2015).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2012) yang meneliti tentang pengaruh Return On Equity terhadap Harga Saham perusahaan Industri Manufaktur yang tercatat di BEI menyatakan bahwa Return On Equity secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham perusahaan Manufaktur yang tercatat di BEI.

4.3.4. Pengaruh Laba Per Saham dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuktikan bahwa hipotesis keempat dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa NPM, ROA dan ROE secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. Hal ini diperkuat oleh hasil analisis yang diperoleh dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berarti kurang dari 0.05 dan F_{hitung} sebesar 4,835 dimana nilai ($F_{hitung} > F_{tabel}$) ($38.204 > 3.20$), maka dapat disimpulkan bahwa NPM, ROA dan ROE secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

Pemain saham atau investor perlu memiliki sejumlah informasi yang berkaitan dengan dinamika harga saham agar dapat mengambil keputusan tentang saham perusahaan yang layak untuk dipilih. Para emiten, melihat bahwa pencarian dana melalui pasar modal merupakan pilihan pembiayaan yang lain, kemudian mereka memanfaatkan kesempatan ini dengan mengeluarkan saham dan atau obligasi. Semakin efisien dan efektif pengelolaan pasar modal, maka semakin banyak pula para calon emiten yang berdatangan ke pasar modal, berarti hal ini sekaligus pula memperbaiki posisi kualitasnya dan pada akhirnya akan memperkuat daya saing di industri dimana ia terlibat (Pakarti dan Anoraga, 2014 : 6).

Sebelum melakukan investasi, para investor perlu mengetahui dan memilih saham – saham mana yang dapat memberikan keuntungan paling optimal bagi dana yang diinvestasikan. Harga saham juga mencerminkan nilai dari suatu perusahaan. Jika perusahaan mencapai prestasi yang baik, maka saham tersebut akan banyak diminati oleh para investor. Prestasi baik yang dicapai perusahaan dapat dilihat dalam laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan (emiten). Emiten

berkewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangan pada periode tertentu. Laporan keuangan ini sangat berguna bagi investor membantu dalam mengambil keputusan investasi seperti, menjual, membeli atau menanam saham.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian Rizkiyana (2018) bahwa *Net Profit Margin* (NPM) *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis serta pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh **Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019** dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *Net Profit Margin* terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. Hal ini artinya semakin meningkat nilai *Net Profit Margin*, semakin meningkat juga harga sahamnya.
2. Terdapat pengaruh *Return On Asset* terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. Hal ini artinya semakin meningkat nilai *return on asset*, semakin meningkat juga harga sahamnya.
3. Terdapat pengaruh *Return On Equity* terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. Hal ini artinya semakin meningkat nilai *Return On Equity*, semakin meningkat juga harga sahamnya.
4. Terdapat pengaruh *Net Profit Margin*, *Return On Asset* dan *Return On Equity* terhadap harga saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. Hal ini artinya semakin meningkat nilai *Net Profit Margin*, *Return On Asset* dan *Return On Equity*, semakin meningkat juga harga sahamnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan penelitian, maka penulis dapat menguraikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wadah referensi untuk mengetahui pengaruh profitabilitas (*net profit margin*, *return on asset*, dan *return on equity*) terhadap harga saham. Selain itu, naik turunnya harga saham yang dipengaruhi oleh variabel yang diteliti pada akhirnya dapat memengaruhi investor dan investor potensial melakukan pengambilan keputusan investasi.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam penambahan wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi akuntansi pada umumnya dan khususnya akuntansi keuangan.

3. Bagi Investor

Investor perlu memperhatikan faktor-faktor yang signifikan dalam mempengaruhi harga saham sebagai tolak ukur sebelum berinvestasi di pasar modal, agar nilai perusahaan yang didapat sesuai dengan harapan yang diinginkan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel penelitian karena masih banyak faktor-faktor yang berkontribusi dalam memengaruhi harga saham, di antaranya likuiditas dan struktur utang.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat memperluas penelitian dengan menambah periode penelitian dan juga sampel perusahaan sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abigael K, Ika Veronika dan Ika S, Ardiani. 2012. Pengaruh Return on Asset, Price Earning Ratio, Earning per Share, Debt to Equity Ratio, Price to Book Value terhadap Harga Saham Manufaktur di BEI. *Jurnal Solusi. Vol.7. No.4. Hal. 75-90*
- Ade Indah Wulandari. 2019. Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI). *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 9, 2019 :5722-5740 ISSN : 2302-8912*
- Arikunto, Suharsimi, 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bastian, Indra dan Suhardjono. 2016. *Akuntansi Perbankan*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat
- Brigham, Eugene F dan Joel F Houston. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi II*, Alih Bahasa: Ali Akbar Yulianto. Salemba Empat, Jakarta
- Darmadji, Tjiptono dan Fakhruddin, Hendy M. 2015. *Pasar Modal di Indonesia: Pendekatan Tanya Jawab*. Edisi 3, Cetakan Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2015, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitman, Lawrence J. 2015. *Principles of Management Finance 12th Edition*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. BPFY Yogyakarta.
- Gujarati, D.N. 2013. *Dasar-dasar Ekonometrika (Alih Bahasa: Mangunsong, R.C)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gursida, H. 2017. Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Harga Saham Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Vol. 1*
- Halim, Abdul. 2015. *Analisis Investasi*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Harahap, Sofyan Syafri, 2014. *Analisis Kritis Laporan Keuangan*, Jakarta: Grafindo Persada.

- Hartono, Jogiyanto. 2016. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta
- Hendriawati, Desi. 2018. Pengaruh *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Equity (ROE)*, dan Manajemen Risiko terhadap Harga Saham. (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Bidang Industri Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016
- Hermanto, Bambang & Agung, Mulyo. 2015. *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia
- Hery. 2016. *Praktis Menyusun Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo
- Husnan, Suad. 2015. *Manajemen Keuangan*, Teori dan Penerapan, Buku 1 dan 2 Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFE
- Ikatan Akuntansi Indonesia. PSAK No. 1 Tentang Laporan Keuangan– edisi revisi 2015. Penerbit Dewan Standar Akuntansi Keuangan: PT. Raja Grafindo
- Ismawati, I. (2019) Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *E-Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Vol. 3*
- Jestry J. Sambelay. 2017. Analisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar di LQ45 Periode 2012-2016. *Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 753 – 761. ISSN 2303-1174*
- Jogiyanto. 2016. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers.
kemenperin.go.id
- Martono dan Agus Harjito 2015. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit EKONISIA, Yogyakarta,
- Munawir, H.S. 2011. *Analisa Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Liberty.
- Musdalipah. 2019. Analisis Pengaruh Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI. *Borneo Student Research Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*
- Putri, Y.R. 2017. Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei). *E-Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Vol. 2*
- Stella. 2014. Pengaruh Price to Earnings Ratio, Debt to Equity Ratio, Return on Asset, dan Price to Book Value terhadap Harga Pasar Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Trisakti*, 11(2): 97-106
- Sudana, I Made. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga

- Sugioono, Arif dan Edi Untung, 2016. *Analisa Laporan Keuangan*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono, Arief dan Edi Untung. 2014. *Panduan Prakis Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sunariyah. 2016. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Edisi Keenam. UPP STIM YKPM. Yogyakarta
- Susilawati, Crhistine Dwi Karya. 2012. Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan pada Tahun 2008 – 2011. *Skripsi Semarang*: Universitas Dian Nuswantoro.
- Syamsuddin, Lukman. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi 4. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wahyudiono, Bambang. 2014. *Mudah Membaca Laporan Keuangan*, Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Wulandari, Ade Indah. 2019. Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI). *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 9, 2019 :5722-5740 ISSN : 2302-8912
- Rinati, Ina. 2014. Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Return On Assets (ROA) dan Return On Equity (ROE) terhadap Harga Saham pad Perusahaan yang Tercantum Indeks LQ45. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Universitas Gunadarma*.
- Nurmalsari, Indah. 2014. Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Emitem LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Universitas Gunadarma*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Yuniar Anggraeni
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 14 Juni 1996
Alamat Lengkap : Jl. Panorama 5 Sindang Barang Kavling Blok D57
Rt 05/ 05 Bogor Barat 16117.
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Tinggi / Berat Badan : 160 cm / 47 kg
No Telepon : 082112318544
Email : yuniaranggraeni14@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

- SDN Sindang Barang 3 Bogor (2002 – 2008)
- SMP Negeri 7 Bogor (2008 – 2011)
- SMK Informatika dan Telekomunikasi Bogor (2011 – 2014)
- Universitas Pakuan Bogor Akuntansi Keuangan

PENGALAMAN ORGANISASI

- Taekwondo Indonesia (2008 – 2009)
- Paskibra (2008 – 2009)
- Jurnalis (2008 – 2009)
- OSIS (2012 – 2014)

SERTIFIKAT

- MOS SMPN 7 Bogor (2008)

- Taekwondo Indonesia (2008)
- Praktek Kerja Industri (2013)
- Uji Kompetensi Kejuruan (2014)
- Welcome to Economic Faculty (2015)
- Internal Audit ISO 9001:2008 (2015)
- Pakuan Economic English Club (PEEC) (2018)
- Pelatihan Program Komputer Akuntansi Accounting World Wide (AWW) (2018)
- The Journey of KL Tower as part of the Telekom Malaysia Family (2018)
- Student Colloquium Multimedia University (MMU) Malaysia (2018)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya. Yang bertanda tangan dibawah ini:

Bogor, Januari 2022

Penulis,

(Yuniar Anggraeni)

LAMPIRAN

Net Profit Margin

(Angka dalam jutaan rupiah)

Kode Perusahaan	Tahun	Laba Bersih	Penjualan Bersih	NPM
ADES	2015	32,839	669,725	4.90
	2016	55,951	887,663	6.30
	2017	38,242	814,490	4.70
	2018	52,958	804,302	6.58
	2019	83,885	834,330	10.05
KINO	2015	26,298	360,384	7.30
	2016	18,111	349,302	5.18
	2017	10,969	316,063	3.47
	2018	17,902	361,169	4.96
	2019	53,404	467,886	11.41
TCID	2015	54,447	231,489	23.52
	2016	16,205	252,677	6.41
	2017	17,912	270,639	6.62
	2018	17,304	264,875	6.53
	2019	14,514	280,415	5.18
UNVR	2015	585,180	3,648,403	16.04
	2016	639,067	4,005,373	15.96
	2017	700,456	4,120,451	17.00
	2018	908,118	4,180,207	21.72
	2019	739,283	4,292,256	17.22

Return on Asset

(Angka dalam jutaan rupiah)

Kode Perusahaan	Tahun	Laba Bersih	Total Aset	ROA
ADES	2015	32,839	653,224	5.03
	2016	55,951	767,479	7.29
	2017	38,242	840,236	4.55
	2018	52,958	881,275	6.01
	2019	83,885	822,375	10.20
KINO	2015	26,298	321,123	8.19
	2016	18,111	328,450	5.51
	2017	10,969	323,759	3.39
	2018	17,902	359,216	4.98
	2019	53,404	469,576	11.37
TCID	2015	54,447	208,209	26.15
	2016	16,205	218,510	7.42
	2017	17,912	236,180	7.58
	2018	17,304	244,514	7.08
	2019	14,514	255,119	5.69
UNVR	2015	585,180	1,572,994	37.20
	2016	639,067	1,674,569	38.16
	2017	700,456	1,890,641	37.05
	2018	908,118	2,032,686	44.68
	2019	739,283	2,064,937	35.80

Return on Equity

(Angka dalam jutaan rupiah)

Kode Perusahaan	Tahun	Laba Bersih	Ekuitas	ROE
ADES	2015	32,839	328,369	10.00
	2016	55,951	384,388	14.56
	2017	38,242	423,011	9.04
	2018	52,958	481,914	10.99
	2019	83,885	567,937	14.77
KINO	2015	26,298	177,662	14.80
	2016	18,111	195,207	9.28
	2017	10,969	205,517	5.34
	2018	17,902	218,690	8.19
	2019	53,404	270,286	19.76
TCID	2015	54,447	171,487	31.75
	2016	16,205	178,315	9.09
	2017	17,912	185,832	9.64
	2018	17,304	197,246	8.77
	2019	14,514	201,914	7.19
UNVR	2015	585,180	482,736	121.22
	2016	639,067	470,425	135.85
	2017	700,456	517,338	135.40
	2018	908,118	738,366	122.99
	2019	739,283	528,186	139.97

Harga Saham

Kode Perusahaan	Tahun	Harga Saham
ADES	2015	1015
	2016	1000
	2017	885
	2018	920
	2019	1045
KINO	2015	3,840
	2016	3,030
	2017	2,120
	2018	2,800
	2019	3,440
TCID	2015	16,500
	2016	12,500
	2017	17,900
	2018	17,250
	2019	11,000
UNVR	2015	37,000
	2016	38,800
	2017	55,900
	2018	45,400
	2019	42,150