



**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN *EARNING PER SHARE*
TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR *FOOD
AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2015-2020**

SKRIPSI

**Dibuat Oleh:
Anggi Tri Rahayu
022115175**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JULI 2022

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN *EARNING PER SHARE*
TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR *FOOD*
AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2015-2020**

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 PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN *EARNING PER SHARE*
TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR *FOOD*
AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2015-2020**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari: Rabu, Tanggal: 27 Juli 2022

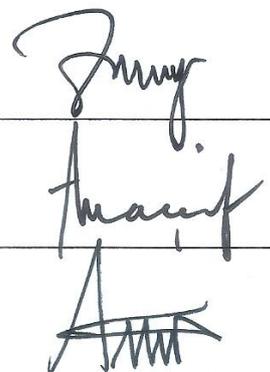
**Anggi Tri Rahayu
022115175**

Menyetujui,

Ketua Penguji Sidang
(Dr. Asep Alipudin, SE., M.Ak)

Ketua Komisi Pembimbing
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, AK., MBA., CMA.,
CCSA.,CA., CSEP.,QIA)

Anggota Komisi Pembimbing
(Abdul Kohar , SE., M.Ak, CSR., CTCP., CPSP)



The image shows three handwritten signatures, each written on a horizontal line. The top signature is in cursive and appears to be 'Asep'. The middle signature is also in cursive and appears to be 'Arief'. The bottom signature is in a more stylized, blocky cursive and appears to be 'Abdul Kohar'.

PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggi Tri Rahayu
NPM : 022115175
Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Earning Per Share* terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020

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

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang 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, 27 Juli 2022



Anggi Tri Rahayu
022115175

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

ANGGI TRI RAHAYU. 022115175. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Earning Per Share* terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020. Di bawah bimbingan : ARIEF TRI HARDIYANTO dan ABDUL KOHAR. 2022

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham, untuk mengetahui pengaruh *earning per share* terhadap harga saham dan pengaruh pertumbuhan penjualan dan *earning per share* terhadap harga saham.

Penelitian ini pada perusahaan sub sektor *food and beverage*. Metode sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling dengan jumlah sampel perusahaan sebanyak 9 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah verifikatif. Data diuji melalui uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda serta uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1) Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* periode 2015-2020. 2) Terdapat pengaruh *earning per share* terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* periode 2015-2020. 3) Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan dan *earning per share* secara bersama-sama terhadap harga saham Perusahaan perusahaan sub sektor *food and beverage* periode 2015-2020.

Kata Kunci: pertumbuhan penjualan, *earning per share*, harga saham

PRAKATA

Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Earning Per Share* terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor *Food And Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020” guna menyelesaikan Pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pakuan.

Banyak hambatan dalam proses pembuatan skripsi ini yang disebabkan kendala-kendala baik internal maupun eksternal. Namun meskipun demikian penulis dapat melalui serangkaian proses tersebut dengan bantuan Do'a, dukungan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada orang tua penulis yang tiada hentinya memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Bapak. Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA, CSEP, QIA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, Bogor.
5. Ibu Dr. Retno Martanti EL, S.E., M.Si., CMA., CAPM. selaku Wakil Dekan 1 Bidang Kemahasiswaan dan Akademik Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA, CSEP, QIA. selaku Ketua Komisi Pembimbing penulis yang telah banyak membimbing dan memberikan banyak saran dan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan penulisan skripsi ini.
7. Bapak Abdul Kohar, SE., M.Ak, CSRP., CTCF., CPSP, selaku Anggota Komisi Pembimbing penulis yang telah membantu, mengarahkan, memberi saran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna mengurangi kesalahan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat kepada pembaca terutama penulis.

Bogor, 27 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
HAK CIPTA	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian	5
1.3.2 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Praktis	5
1.4.2 Kegunaan Akademis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pertumbuhan Penjualan	7
2.1.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan	7
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi pertumbuhan Penjualan	8
2.2 <i>Earning Per Share</i>	8
2.2.1 Pengertian <i>Earning Per Share</i>	8
2.2.2 Jenis-jenis <i>Earning Per Share</i>	10
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Earning Per Share</i>	11
2.3 Harga Saham	12
2.3.1 Definisi Harga Saham	12
2.3.2 Jenis Harga Saham	12
2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham	15
2.4 Penelitian Sebelumnya dan Rerangka Pemikiran	14
2.4.1 Penelitian Sebelumnya	14
2.4.2 Kerangka Pemikiran	23

	2.5	Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III		METODE PENELITIAN	
	3.1	Jenis penelitian.....	26
	3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	26
	3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	26
	3.4	Operasionalisasi Variabel	27
	3.5	Metode Penarikan Sampel	28
	3.6	Metode Pengumpulan Data.....	29
	3.7	Metode Pengolahan/Analisis Data.....	30
BAB IV		HASIL PENELITIAN	
	4.1.	Hasil Pengumpulan Data	35
	4.2.	Analisis Data.....	35
	4.2.1.	Statistik Deskriptif	36
	4.2.2.	Uji Asumsi Klasik.....	37
	4.2.3.	Pengujian Hipotesis.....	41
	4.3.	Pembahasan	43
	4.3.1.	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham.....	44
	4.3.2.	Pengaruh <i>earning per share</i> (EPS) terhadap Harga Saham.....	45
	4.3.3.	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan <i>earning per share</i> (EPS) terhadap Harga Saham	45
BAB V		SIMPULAN DAN SARAN	
	5.1.	Simpulan.....	47
	5.2.	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA			

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rata-rata Pertumbuhan Penjualan dan <i>Earning Per Share</i> , dan Harga Saham Perusahaan sub sektor <i>food and beverage</i> Periode Tahun 2015-2020.....	3
Tabel 2.1.	Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3.1	Operasional Variabel Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan <i>Earning per share</i> terhadap Harga Saham	27
Tabel 3.2	Perusahaan sub sektor <i>food and beverage</i>	28
Tabel 3.3	Sampel Penelitian	29
Tabel 3.4	Pengambilan Keputusan Autokorelasi	31
Tabel 4.1.	Daftar Sampel yang Memenuhi Kriteria	35
Tabel 4.2.	Statistik Deskriptif.....	36
Tabel 4.3.	Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.4.	Hasil Uji Autokorelasi.....	38
Tabel 4.5.	Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.6.	Hasil Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4.7.	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	41
Tabel 4.8.	Hasil Simultan (Uji F)	42
Tabel 4.9.	Koefisien Determinasi (R ²).....	43
Tabel 4.10.	Rekapitulasi Uji Hipotesis.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konstelasi Penelitian	24
Gambar 4.1.Scatterplot Heteroskedastisitas	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Variabel Pertumbuhan Penjualan	53
Lampiran 2 Tabulasi Variabel <i>Earning per Share</i>	55
Lampiran 3 Tabulasi Variabel Harga Saham.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kondisi perekonomian yang sedang mengalami penurunan saat ini menyebabkan diperlukan adanya sumber dana yang dapat diandalkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang. Salah satunya yaitu dengan mencari sumber dana melalui pasar modal. perusahaan yang membutuhkan dana dapat menawarkan sekuritasnya melalui pasar modal sehingga investor dapat mempertimbangkan untuk menginvestasikan dana dengan cara membeli sekuritas. Pada umumnya sekuritas yang paling diminati di pasar modal adalah saham. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjualbelikan merupakan indikator nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin banyak investor yang akan tertarik untuk menanamkan investasinya terhadap perusahaan yang bersangkutan.

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, 2016).

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, *Earning Per Share* 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, 2016).

Harga saham mencerminkan juga nilai dari suatu perusahaan. Jika perusahaan mencapai prestasi yang baik, maka saham perusahaan tersebut akan banyak diminati oleh para investor. Prestasi baik yang dicapai perusahaan dapat dilihat di dalam laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan (*emiten*). *Emiten*

berkewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangan pada periode tertentu. Harga saham adalah nilai saham yang ditentukan oleh kekuatan penawaran jual-beli saham pada mekanisme pasar tertentu dan merupakan harga jual dari investor yang satu ke investor lainnya. Fenomena naik turunnya harga saham dapat dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan, maupun faktor eksternal. Pergerakan harga saham ini akan terus dipantau oleh investor dan calon investor, karena harga saham akan mempengaruhi keuntungan yang akan diperoleh. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Saham menjadi salah satu alternatif yang menarik bagi investor untuk dijadikan objek investasi dan merupakan salah satu instrument pasar keuangan yang paling populer. Investor terlebih dahulu melakukan penilaian atas saham-saham yang akan dipilih, sehingga memberikan keuntungan yang optimal dimasa depan (Zaki, 2017).

Dalam pasar modal banyak sekali informasi yang dapat diperoleh investor baik informasi yang tersedia di publik maupun informasi pribadi sebagai pengambilan keputusan. Dengan memanfaatkan informasi yang terdapat dalam laporan keuangan diharapkan investor dapat memprediksi jumlah, waktu dan ketidakpastian (resiko) arus kas bersih perusahaan. Pertumbuhan penjualan perusahaan penting untuk dianalisis, laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen cenderung meningkat. Pemodal sebagai penanam modal, menginvestasikan dananya bertujuan untuk mendapatkan imbalan atau pendapatan dari dana yang diinvestasikan. Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun. Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian kenaikan harga saham proporsional dengan pertumbuhan penjualan (Husnan, 2015). Oleh karena itu sebelum investor memutuskan untuk membeli saham, investor perlu juga melihat bagaimana pertumbuhan penjualan suatu emiten.

Earning per share tidak kalah penting untuk dianalisis. *Earning per share* merupakan rasio yang menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa. Oleh karena itu pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham sangat tertarik untuk melihat *Earning Per Share* sebagai indikator keberhasilan perusahaan (Syamsuddin, 2016). Kinerja *Earning Per Share* tercermin dalam besar kecilnya laba yang dapat dilihat pada laporan keuangan. *Earning Per Share* merupakan salah satu cara mengukur keberhasilan pihak manajemen dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik perusahaan. Hal ini menyebabkan investor akan memutuskan untuk berinvestasi. Maka dengan meningkatnya jumlah investor akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut.

Pada prinsipnya para investor akan mau menanamkan modalnya apabila tingkat *return* yang dicapai sesuai yang diharapkan. *Earning Per Share* yang diharapkan oleh para investor adalah *Earning Per Share* yang semakin tinggi,

semakin tinggi *Earning Per Share* yang diterima maka harga saham akan meningkat. Semakin tinggi *Earning Per Share* akan menggembirakan pemegang saham karena semakin besar laba yang disediakan untuk pemegang saham (Darmadji, 2015:319).

Earning Per Share menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba tiap lembar saham. *Earning Per Share* diperoleh dari laba setelah pajak dikurangi *dividen* saham preferen (laba yang tersedia bagi pemegang saham biasa dibagi dengan jumlah rata-rata lembar saham yang beredar). Jika *Earning Per Share* tinggi maka investor akan menilai bahwa *emiten* memiliki kinerja yang baik. Investor saham mempunyai kepentingan terhadap informasi *Earning Per Share* dalam melakukan penentuan harga saham. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan *Earning Per Share* yang tinggi berarti akan meningkatkan kepercayaan investor pada perusahaan dan akan menaikkan harga saham. Alasan menggunakan *earning per share* dijadikan variabel independen karena laba bersih per lembar saham atau *earning per share* merupakan indikator fundamental keuangan perusahaan yang sering dipakai sebagai acuan untuk mengambil keputusan investasi saham. *earning per share* dipakai untuk mengestimasi nilai intrinsik saham, dan Adanya hubungan antara perubahan *earning* (laba) dengan perubahan harga saham.

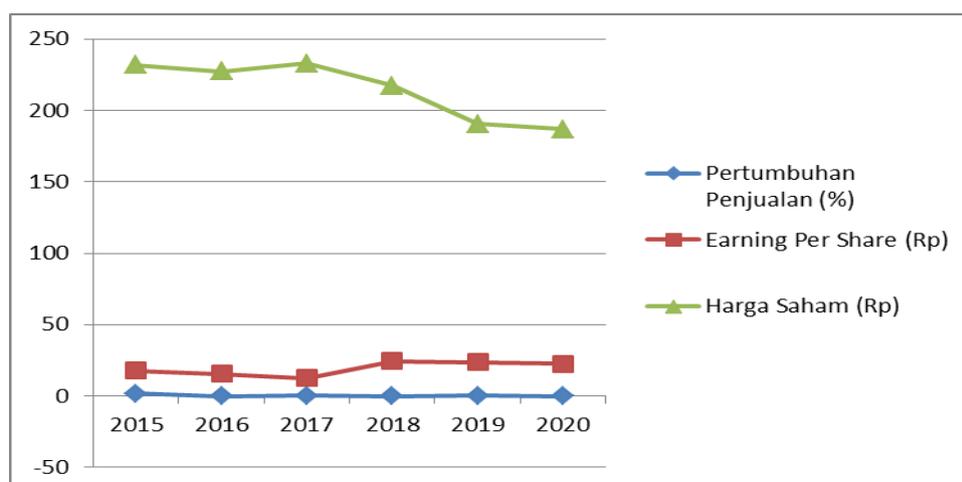
Adapun data harga saham, *Earning Per Share* dan pertumbuhan penjualan perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020 yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.1

Rata-rata Pertumbuhan Penjualan dan *Earning Per Share*, dan Harga Saham Perusahaan Sub Sektor *food and beverage* Periode Tahun 2015-2020

Variabel	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Pertumbuhan Penjualan (%)	1,55	-0,23	0,07	0,01	0,08	0,04
<i>Earning Per Share</i> (Rp)	17,64	15,56	12,51	24,26	23,55	22,42
Harga Saham (Rp)	231,60	227,20	233,00	217,20	190,60	186,63

Sumber: Data yang diolah, 2022



Gambar 1.1.

Rata-rata Pertumbuhan Penjualan dan *Earning Per Share*, dan Harga Saham Perusahaan Sub Sektor *food and beverage* Periode Tahun 2015-2020

Dari Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa perusahaan sub sektor *food and beverage* menunjukkan pertumbuhan penjualan dan *earning per share* dari tahun ke tahun periode 2015-2020 mengalami perubahan kondisi yang tidak konsisten dan fluktuasi. Pada tahun 2018-2019, nilai rata-rata pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan, tetapi harga saham pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan. Hal ini tidak sesuai dengan teori Husnan (2015) yang menyatakan bahwa jika pertumbuhan penjualan naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang, dengan demikian harga saham juga naik. Dari fenomena di atas, dapat dilihat bahwa perusahaan sub sektor *food and beverage* mengalami penurunan. Kondisi tersebut diakibatkan banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi laba, baik faktor kondisi internal maupun faktor kondisi eksternal perusahaan.

Pada tahun 2017-2018 nilai rata-rata *Earning Per Share* mengalami peningkatan, tetapi harga saham pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan dan meningkat lagi pada tahun 2015. Hal ini tidak sesuai dengan teori Darmadji dan Hendy (2015) yang menyatakan bahwa semakin tinggi *Earning Per Share* maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, dimana semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan perusahaan akan menjadikan investor tertarik akan nilai saham sehingga berdampak pada peningkatan harga saham.

Penelitian ini merupakan replica dari penelitian-penelitian terdahulu. Hasil penelitian terdahulu terdapat adanya ketidakkonsistenan yang terjadi dalam hasil akhir yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Alipudin dan Oktaviani (2016) dengan mengambil data Perusahaan sub sektor semen yang terdaftar di BEI menyimpulkan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh terhadap harga saham. Namun hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiastutik (2016) menyimpulkan bahwa *Earning Per Share* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Maka dari itu dengan adanya perbedaan tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lanjutan yang dapat memberikan hasil yang lebih memadai dan data yang relevan pada kondisi saat ini.

Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan tersebut diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian tentang “**Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *earning per share* dan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020**”

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Pada tahun 2018-2019, nilai rata-rata pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan, tetapi harga saham pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan. Hal ini tidak sesuai dengan teori Husnan (2015) yang menyatakan bahwa jika pertumbuhan penjualan naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang, dengan demikian harga saham juga naik.

Pada tahun 2017-2018 nilai rata-rata *Earning Per Share* mengalami peningkatan, tetapi harga saham pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan dan meningkat lagi pada tahun 2015. Hal ini tidak sesuai dengan teori Darmadji dan Hendy (2015) yang menyatakan bahwa semakin tinggi *Earning Per Share* maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, dimana semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan perusahaan akan menjadikan investor tertarik akan nilai saham sehingga berdampak pada peningkatan harga saham.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020?
2. Apakah *Earning Per Share* berpengaruh terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020?
3. Apakah pertumbuhan penjualan dan *Earning Per Share* berpengaruh terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2020?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data serta informasi yang dibutuhkan untuk diolah kemudian dijadikan sebagai karya tulis ilmiah agar dapat digunakan sebagai acuan dalam teori maupun praktik akuntansi keuangan, khususnya dalam pertumbuhan penjualan dan *Earning Per Share* terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Earning Per Share* terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan dan *Earning Per Share* terhadap harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2020

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat membantu pemecahan masalah perusahaan sub sektor *food and beverage* tentang keadaan perusahaan serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi dan memberikan gambaran mengenai kinerja keuangan terhadap harga saham. Dan berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menilai kinerja perusahaan, terutama untuk melihat pengaruh pertumbuhan penjualan dan *earning per share* terhadap harga saham sehingga investor tertarik berinvestasi.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang ekonomi pada umumnya, dan khususnya mengenai akuntansi keuangan dan berharap dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan dan *earning per share* terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020. Serta merupakan sarana belajar yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memahami dan menganalisis sejauh mana teori yang selama ini diperoleh dapat diterapkan dalam memecahkan masalah di lapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pertumbuhan Penjualan

2.1.1. Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara pembeli dan penjual. Sedangkan menurut (IAI, 2017), “pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal”. Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan hasil dari kegiatan menawarkan barang atau jasa kepada pembeli dengan imbalan pendapatan atau fees pada sebuah perusahaan, baik perusahaan manufaktur ataupun jasa.

Perusahaan akan menarik ketika berada pada kondisi pertumbuhan, masa pertumbuhan akan menentukan berapa lama perusahaan akan eksis, salah satunya dapat dilihat dari sisi pertumbuhan penjualan atau *sales growth* perusahaan (Prihadi, 2019). Dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat mengetahui trend penjualan dari produknya dari tahun ke tahun. Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan maka perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kemungkinan naik atau turunnya penjualan pada tahun yang akan datang.

Sales growth merupakan perubahan penjualan yang ada pada laporan keuangan. *Sales growth* yang diatas rata-rata bagi perusahaan umumnya didasarkan pada pertumbuhan yang cepat dari industri dimana perusahaan itu beroperasi dan dapat mencapai tingkat pertumbuhan di atas rata-rata dengan meningkatkan pangsa pasar (Fabozzi, 2015).

Home dan Machowiz (2015) mengemukakan bahwa definisi *sales growth* merupakan tingkat stabilitas jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan untuk setiap periode tahun buku. Pertumbuhan penjualan yaitu peningkatan dari segi jumlah, produktivitas perusahaan untuk menjual produknya dari tahun sebelumnya.

Menurut Subramanyam (2017) pertumbuhan penjualan adalah “*Analysis of trends in sales by segments is useful in assessing profitability. Sales growth is often the result of one or more factors, including (1) price changes, (2) volume changes, (3) acquisitions/divestitures, and (4) changes in exchange rates. A company’s Management’s Discussion and Analysis section usually offers insights into the causes of sales growth*”. (Analisis tren penjualan berdasarkan segmen berguna dalam menilai profitabilitas. Pertumbuhan penjualan seringkali merupakan hasil dari satu atau lebih faktor, termasuk (1) perubahan harga, (2) perubahan volume, (3) akuisisi/divestasi, dan (4) perubahan nilai tukar. Bagian Diskusi dan Analisis

Manajemen perusahaan biasanya menawarkan wawasan tentang penyebab pertumbuhan penjualan).

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan atau penurunan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu menurut Widjaya et al (2016). Pertumbuhan penjualan yang di atas rata-rata bagi suatu perusahaan umumnya didasarkan pada pertumbuhan cepat yang diharapkan industri di mana perusahaan beroperasi. Kusumajaya (Wijaya & Utama, 2014) mengemukakan bahwa “tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan memengaruhi nilai perusahaan atau harga saham perusahaan sebab pertumbuhan perusahaan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak respon positif dari investor.”

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *sales growth* menggambarkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Tingginya tingkat *sales growth* menunjukkan semakin baik suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya.

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Pada tingkat pertumbuhan yang rendah suatu perusahaan tidak membutuhkan pembiayaan eksternal, tetapi jika suatu perusahaan tumbuh lebih pesat maka modal dari sumber eksternal harus diusahakan. Selanjutnya semakin cepat tingkat pertumbuhan semakin besar kebutuhan modal (Brigham dan Houston, 2016).

Menurut Kasmir (2016) rasio pertumbuhan “merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan penjualan dirumuskan dengan:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}} \times 100\%$$

Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Apabila presentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya.

2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan

Tingkat pertumbuhan penjualan tinggi berarti volume penjualan akan meningkat yang mengakibatkan perlunya peningkatan kapasitas produksi. Pertumbuhan penjualan ini mencerminkan keberhasilan perusahaan pada periode sebelumnya yang dapat dijadikan prediksi untuk masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan adalah perubahan penjualan pada laporan keuangan per tahun. Pertumbuhan penjualan yang di atas rata-rata bagi suatu perusahaan pada

umumnya didasarkan pada pertumbuhan cepat yang diharapkan dan industri dimana perusahaan beroperasi (Fabozzi, 2015).

Pertumbuhan tinggi dan pangsa pasar yang tinggi seringkali memerlukan investasi besar untuk mendanai pertumbuhan yang cepat. Pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2017), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan, yaitu sebagai berikut :

1. Tahap pengenalan, tahap ini mulai ketika produk baru pertama kali diluncurkan. Hal ini membutuhkan waktu dan pertumbuhan penjualan cenderung lambat. Dalam tahap ini jika dibandingkan dengan tahap-tahap yang lain perusahaan masih merugi atau ber laba kecil karena penjualan yang lambat dan biaya disetor serta promosi yang tinggi.
2. Tahap pertumbuhan, pada tahap ini pertumbuhan penjualan meningkat dengan cepat, laba meningkat karena biaya promosi dibagi volume penjualan yang tinggi dan juga karena biaya produksi per unit turun.
3. Tahap menjadi dewasa, tahap dewasa ini berlangsung lebih lama daripada tahap sebelumnya dan memberikan tantangan kuat bagi manajemen. Penurunan pertumbuhan penjualan menyebabkan banyak produsen mempunyai banyak produk untuk dijual.
4. Tahap penurunan, penurunan penjualan karena berbagai alasan, termasuk kemajuan teknologi, selera konsumen berubah dan meningkatnya persaingan ketika penjualan dan laba menurun, beberapa perusahaan yang masih bertahan dapat mengurangi macam produk yang ditawarkan.

Bagi perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan dan laba yang tinggi akan menggunakan dana eksternal lebih banyak. Sehingga pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi struktur modal perusahaan. Hal ini menyebabkan kecenderungan perusahaan besar memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil untuk meningkatkan penjualan.

Disisi lain pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat menghasilkan laba yang dapat digunakan perusahaan dalam kegiatan operasional perusahaan sehingga penggunaan dana eksternal akan rendah karena dana internal sudah dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.

Swastha dan Handoko (2016) berpendapat bahwa pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur sales growth. Berkaitan dengan sales growth, perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat memenangkan pasar dengan menarik konsumen agar selalu memilih produknya untuk itu faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan harus benar-benar diperhatikan. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut perusahaan akan dapat menetapkan kebijaksanaan untuk mengantisipasi kondisi tersebut sehingga perusahaan dapat menjual produk dalam

jumlah besar dan volume penjualan akan meningkat pula. Dengan meningkatnya laba perusahaan, maka keuntungan yang diperoleh para investor akan meningkat.

2.2. *Earning Per Share*

2.2.1. Pengertian *Earning Per Share*

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. Informasi yang dimaksud dikeluarkan oleh emiten dalam bentuk prospektus yang berisikan informasi akuntansi maupun non-akuntansi. Rasio keuangan yang sering digunakan oleh investor saham (atau calon investor saham) untuk menganalisis kemampuan perusahaan mencetak laba berdasarkan saham yang dipunyai adalah *Earning Per Share* (EPS) atau laba per lembar saham.

Banyak teori dari para ahli yang mendefinisikan *Earning Per Share* (EPS), tapi secara umum *Earning Per Share* (EPS) atau laba per lembar saham diartikan sebagai tingkat keuntungan bersih untuk tiap lembar sahamnya yang mampu diraih perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Laba per lembar saham atau *Earning Per Share* (EPS) diperoleh dari laba periode berjalan yang dicetak oleh perusahaan dibagi dengan jumlah saham tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Zaki (2016) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan *Earning Per Share* adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dalam satu periode untuk tiap lembar saham yang beredar. Informasi mengenai *Earning Per Share* dapat digunakan oleh perusahaan dalam menentukan dividen yang akan dibagikan. Informasi tersebut juga berguna bagi investor untuk mengetahui perkembangan perusahaan

Tandelilin (2016) menjelaskan bahwa EPS (*Earning Per Share*) merupakan laba bersih dari perusahaan yang siap dibagikan kepada para pemegang saham yang di bagi dengan jumlah lembar saham perusahaan yang beredar di pasaran. *Earning Per Share* yang tinggi merupakan daya tarik bagi investor. Semakin tinggi EPS, maka kemampuan perusahaan untuk memberikan pendapatan kepada pemegang sahamnya semakin tinggi. Sedangkan menurut Marpaung (2015) laba per lembar saham merupakan keuntungan yang diperoleh dari pembagian laba bersih setelah pajak dengan total saham.

Menurut Darmaji (2015) mendefinisikan bahwa “*Earning Per Share* sebagai rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham. *Earning Per Share* menggambarkan profitabilitas perusahaan yang tergambar pada setiap lembar saham.” Sementara Munawir (2018) menjelaskan *Earning Per Share* adalah hasil atau pendapatan yang akan diterima oleh pemegang saham untuk setiap lembar saham yang dimilikinya atas keikutsertaannya dalam perusahaan. Laba per lembar saham biasanya merupakan indikator laba yang diperhatikan oleh para investor yang umumnya terdapat korelasi yang kuat antara pertumbuhan laba dengan pertumbuhan harga saham. Menurut Baridwan (2015) *Earning Per Share* (EPS) adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode tertentu untuk setiap jumlah saham yang beredar.”

Berdasarkan pengertian diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa *earning per share* (EPS) adalah rasio untuk mengukur keuntungan yang diterima dari setiap per lembar saham nya. Jika rasio yang didapat rendah berarti perusahaan tidak menghasilkan kinerja yang baik dengan memperhatikan pendapatan. Pendapatan yang rendah karena penjualan yang tidak lancar atau berbiaya tinggi.

2.2.2. Pengukuran *Earning Per Share*

Earning per Share (EPS) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. *Earning per Share* (EPS) dapat dijadikan sebagai indikator tingkat nilai perusahaan. *Earning per Share* (EPS) juga merupakan salah satu cara untuk mengukur keberhasilan dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik saham dalam perusahaan. Hasil yang lain menyatakan bahwa informasi terpenting bagi investor dan analisis sekuritas adalah laba per lembar saham (Jogiyanto, 2016).

Earning per Share (EPS) mengukur besaran laba *netto* yang diperoleh setiap lembar saham biasa. Dapat dihitung dengan cara membagi laba *neto* yang tersedia untuk pemegang saham biasa dengan jumlah rata-rata saham biasa yang beredar dalam tahun tersebut. Jumlah data *neto* yang diraih berdasarkan basis lembar saham menghasilkan sudut pandang yang berguna untuk menentukan profitabilitas. Istilah laba per saham merujuk pada jumlah laba *neto* yang berlaku setisp lembar saham. Karena itu dalam menghitung EPS, jika ada dividen preferen yang diumumkan dalam periode tersebut, dividen tersebut harus dikurangi dari laba *neto* untuk menentukan laba yang tersedia pemegang saham biasa (Kieso, 2018)

Dengan kata lain bila perusahaan ingin meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, maka harus memusatkan perhatiannya pada laba per lembar saham (EPS), sehingga jika EPS suatu perusahaan tidak memenuhi harapan para pemegang sahamnya, maka keadaan ini akan berdampak pada harga saham yang rendah. Penjelasan di atas dapat diketahui bahwa hubungan antara laba per lembar saham dengan harga saham sangat erat.

Rumus *Earning Per Share* (EPS) menurut Tandelilin (2016) :

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah saham beredar}} \times 100\%$$

2.2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Earning Per Share*

Darmadji & Fakhruddin (2016) menjelaskan bahwa *earning per share* diperoleh dengan membagi laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan terhadap seluruh jumlah saham yang beredar. Hal ini menunjukkan profitabilitas sangat mempengaruhi *earning per share* perusahaan. Semakin besar profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka semakin besar laba perusahaan sehingga *earning per share* perusahaan juga meningkat.

Menurut Brigham dan Houston terjemahan Ali Akbar Yulianto (2016), faktor-faktor penyebab kenaikan dan penurunan *Earning Per Share* (EPS) adalah:

1. Laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa yang beredar tetap.
2. Laba bersih tetap dan jumlah lembar saham biasa yang beredar turun.
3. Laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa yang beredar turun.
4. Persentase kenaikan laba bersih lebih besar dari pada persentase kenaikan jumlah lembar saham biasa yang beredar.
5. Persentase penurunan jumlah lembar saham biasa yang beredar lebih besar dari pada persentase penurunan laba bersih.”

Jadi bagi suatu perusahaan, nilai laba per saham akan meningkat apabila persentase kenaikan laba bersihnya lebih besar dari pada persentase kenaikan jumlah lembar saham biasa yang beredar, begitu pula sebaliknya

Earning Per Share (EPS) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. *Earning Per Share* dapat dijadikan sebagai indikator tingkat nilai perusahaan. *Earning Per Share* juga merupakan salah satu cara untuk mengukur keberhasilan dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik saham dalam perusahaan. Hasil yang lain menyatakan bahwa informasi terpenting bagi investor dan analisis sekuritas adalah laba per lembar saham (Jogiyanto, 2016).

Suharto dan Wibowo (2016) menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Earning Per Share* adalah:

1. Pengguna hutang

Dalam menentukan sumber dana untuk menjalankan perusahaan, manajemen dituntut untuk mempertimbangkan kemungkinan perusahaan dalam struktur modal yang mampu memaksimumkan harga saham perusahaannya. Perubahan dalam penggunaan hutang akan mengakibatkan perubahan laba per lembar saham (EPS) dan karena itu juga mengakibatkan perubahan harga saham". Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa perubahan penggunaan hutang, merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat besaran EPS.

Dari sudut pandang pemegang saham, utang lebih murah dibandingkan dengan pendanaan ekuitas". Pendapat tersebut didasarkan oleh karena bunga sebagian besar jumlahnya tetap, dan jika bunga lebih kecil dari pengembalian yang diperoleh dari pendanaan utang, selisih lebih atas pengembalian akan menjadi keuntungan bagi investor ekuitas. Selain itu, karena bunga merupakan beban yang dapat mengurangi pajak sedangkan dividen tidak, dampaknya adalah besarnya pajak yang ditanggung perusahaan akan semakin kecil sebagai akibat dari penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan sehingga pada akhirnya adalah terjadi kenaikan pada EPS.

2. Tingkat laba bersih sebelum bunga dan pajak

Dalam memenuhi sumber dananya, manajemen pun dihadapkan pada beberapa alternatif sumber pendanaan, apakah dengan modal sendiri atau dengan pinjaman (modal asing). Menurut Sutrisno (2016) "Dalam memilih alternatif sumber dananya tersebut, perlu diketahui pada tingkat profit sebelum bunga dan pajak berapa apabila dibelanjai dengan modal sendiri atau hutang menghasilkan EPS yang sama".

Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat laba bersih sebelum bunga dan pajak merupakan faktor yang mempengaruhi besarnya laba per lembar saham.

2.3. Harga Saham

2.3.1. Definisi Harga Saham

Menurut Jogiyanto (2016) harga 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.

Harga saham artinya nilai dari saham itu sendiri. Pemegang saham akan menerima pengembalian atas modalnya berupa dividen dan *capital gain*.

Menurut Zubir (2013) Harga saham adalah cerminan dari pengelolaan perusahaan yang baik oleh manajemen untuk menciptakan dan memanfaatkan prospek usaha, sehingga memperoleh keuntungan dan mampu memenuhi tanggung jawabnya kepada pemilik, karyawan, masyarakat dan pemerintah (*stakeholders*).

Harga saham merupakan harga dari saham pada waktu tertentu karena adanya permintaan dan penawaran terhadap saham tersebut. Harga suatu saham dapat terjadi kenaikan dan penurunan tergantung dengan faktor yang mempengaruhinya. Harga saham dapat berubah secara cepat dalam beberapa menit maupun detik. Harga saham menjadi salah satu indikator yang menarik bagi investor dalam menginvestasikan dan membeli saham. Apabila saham terjadi penurunan secara terus menerus maka investor tidak akan tertarik dengan saham perusahaan tersebut (Koerniawan, 2019).

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.

Sedangkan menurut Darmadji (2015) 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 beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan harga saham adalah harga per lembar saham yang berlaku di pasar modal dan merupakan cerminan bagi suatu perusahaan terkait akan pengelolaan yang baik oleh manajemen sehingga bisa menciptakan keuntungan dan mampu memenuhi tanggung jawab kepada pemilik, karyawan, masyarakat dan pemerintah (*stakeholders*).

2.3.2. Jenis Harga Saham

Adapun jenis-jenis harga saham menurut Widioatmojo (2015) jenis-jenis harga saham adalah sebagai berikut:

a. Harga Nominal

Harga nominal merupakan harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan. Besarnya harga nominal memberikan arti penting karena dividen yang dibayarkan atas saham biasanya ditetapkan berdasarkan nilai nominal.

b. Harga Perdana

Harga perdana merupakan harga pada waktu saham tersebut dicatat di bursa efek dalam rangka penawaran umum penjualan saham perdana yang disebut dengan IPO (*Initial Public Offering*). Harga saham pada pasar perdana biasanya

ditetapkan oleh penjamin emisi (*underwriter*) dan perusahaan publik yang terdaftar di bursa (emiten). Pada kasus tertentu, apabila saham yang dijual memiliki permintaan yang lebih banyak dari saham yang tersedia (*oversubscribed*) maka harga sahamnya tidak seperti angka yang tertera di sertifikat saham (nominal).

c. Harga pasar

Harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain. Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatatkan dalam bursa efek. Transaksi disini sama sekali tidak lagi melibatkan emiten dan penjamin emisi. Harga inilah yang disebut sebagai harga dipasar sekunder dan merupakan harga yang benarbenar mewakili harga perusahaan penerbitnya, karena pada transaksi dipasar sekunder, kecil sekali terjadi negosiasi harga antara investor dengan perusahaan penerbit. Harga yang setiap hari diumumkan di surat kabar atau media lainnya adalah harga pasar yang tercatat pada waktu penutupan (*closing price*) aktivitas dibursa efek indonesia yang akan digunakan sebagai harga saham pembukaan keesokan harinya saat pembukaan bursa.

d. Harga Pembukaan

Harga pembukuan adalah harga yang diminta oleh penjual atau pembeli pada saat jam bursa dibuka. Bisa saja terjadi pada saat dimulainya hari bursa itu sudah terjadi transaksi atas suatu saham, dan harga sesuai dengan yang diminta oleh penjual dan pembeli. Dalam keadaan demikian, harga pembukaan bisa menjadi harga pasar, begitu juga sebaliknya harga pasar mungkin juga akan menjadi harga pembukaan. Namun tidak selalu terjadi.

e. Harga Penutupan

Harga penutupan adalah harga yang diminta oleh penjual atau pembeli pada saat akhir hari bursa. Pada keadaan demikian, bisa saja terjadi pada saat akhir hari bursa tiba-tiba terjadi transaksi atas suatu saham, karena ada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kalau ini yang terjadi maka harga penutupan itu telah menjadi harga pasar. Namun demikian, harga ini tetap menjadi harga penutupan pada hari bursa tersebut.

f. Harga Tertinggi

Harga tertinggi suatu saham adalah harga yang paling tinggi yang terjadi pada hari bursa. Harga ini dapat terjadi transaksi atas suatu saham lebih dari satu kali tidak pada harga yang sama.

g. Harga Terendah

Harga terendah suatu saham adalah harga yang paling rendah yang terjadi pada hari bursa. Harga ini dapat terjadi apabila terjadi transaksi atas suatu saham lebih dari satu kali tidak pada harga yang sama. Dengan kata lain, harga terendah merupakan lawan dari harga tertinggi.

h. Harga rata-rata

Harga rata-rata merupakan perataan dari harga tertinggi dan terendah.

Menurut Harjito (2015) menyatakan bahwa ada beberapa jenis saham dalam praktik, yang dapat dibedakan menurut cara peralihan dan manfaat yang diperoleh para pemegang saham.

Menurut cara pengalihannya, saham dibedakan menjadi:

1. Saham atas unjuk (*bearer stock*), pada saham ini nama pemilik tidak tertulis di atas sertifikatnya. Dengan pemilikan saham atas unjuk, seorang pemilik sangat mudah untuk memindahkannya kepada orang lain karena sifatnya mirip dengan uang.
2. Saham atas nama (*registered stock*), pada saham ini pemilik tertulis pada sertifikatnya. Cara peralihannya dengan dokumen peralihan, dan kemudian nama pemiliknya dicatat dalam buku perusahaan yang memuat daftar nama pemegang saham.

Menurut Fahmi (2015) jenis saham dibedakan menjadi dua macam sebagai berikut

a. Saham Biasa (*Common Stock*)

Merupakan surat berharga dimana pemegangnya memiliki hak mengikuti Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB), serta berhak untuk menentukan membeli *right issue* (penjualan saham terbatas) atau tidak, dan memperoleh keuntungan berupa deviden di akhir tahun.

b. Saham istimewa (*preferred stock*)

Adalah surat berharga yang dijual oleh perusahaan yang menjelaskan nilai nominal dimana pemegangnya akan memperoleh pendapatan tetap dalam bentuk deviden yang akan diterima setiap kuartal.

2.3.3. Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Fluktuasi harga saham ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (*profit*). Apabila keuntungan yang diperoleh untuk perusahaan relatif tinggi, maka sangat dimungkinkan deviden yang dibayarkan relatif tinggi, akan berpengaruh positif terhadap harga saham di bursa, dan investor akan tertarik untuk membelinya. Akibatnya permintaan akan saham tersebut meningkat, pada akhirnya harga saham pun juga meningkat. Selebar saham mempunyai nilai harga. Harga saham dibedakan sebagai berikut

Menurut Brigham dan Houston (2016) 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 *Earning Per Share (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 Weston (2017) 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 Deviden yang Diberikan
Kebijakan dividen dapat dibagi dua yaitu sebagai bentuk dividen dan sebagian lagi disisihkan sebagai laba ditahan.
4. Jumlah laba yang didapat perusahaan
Pada umumnya, investor melakukan investasi pada perusahaan yang mempunyai profit yang cukup baik karena menunjukkan prospek yang baik sehingga investor tertarik untuk berinvestasi.
5. Tingkat resiko dan pengembalian
Apabila tingkat resiko dan proyeksi laba yang diharapkan perusahaan meningkat, maka akan mempengaruhi harga saham perusahaan.

2.4. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.4.1. Penelitian Sebelumnya

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

Tabel 2.1.
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Oggi Bagus Suyatna (2015) Pengaruh <i>return on equity</i> , pertumbuhan penjualan, dividen, dan inflasi terhadap harga saham pada perusahaan <i>food and beverage</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>return on equity</i> ➤ pertumbuhan penjualan ➤ dividen ➤ inflasi harga saham 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>return on equity</i> laba bersih Total aset ➤ pertumbuhan penjualan • Penjualan tahun ini – penjualan tahun lalu • Penjualan tahun lalu ➤ Dividen DPR ➤ Inflasi harga saham 	Analisis Regresi Berganda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Return on equity</i> berpengaruh positif terhadap harga saham ➤ Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham ➤ dividen berpengaruh positif terhadap harga saham ➤ inflasi penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham
2	Dini Arvia Ningrum dan Leny Suzan (2015) Pengaruh <i>return on equity</i> (ROE), pertumbuhan penjualan,	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>return on equity</i> (ROE) ➤ pertumbuhan penjualan ➤ <i>earning per share</i> (EPS) harga saham 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>return on equity</i> (ROE) laba bersih Ekuitas ➤ pertumbuhan penjualan • Penjualan tahun ini – penjualan tahun lalu 	Analisis Regresi Berganda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>return on equity</i> (ROE) berpengaruh positif terhadap harga saham ➤ pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham

	dan <i>earning per share</i> (EPS) terhadap harga saham		<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan tahun lalu ➤ <i>earning per share</i> (EPS) • Laba bersih • Jumlah saham beredar <p>Harga saham Harga saham pada periode Desember (<i>closing price</i>)</p>		➤ <i>earning per share</i> (EPS) berpengaruh positif terhadap harga saham
3	Tri Marlina (2016) Pengaruh Earning Per Share, Return On Equity, Debt To Equity Ratio dan Size Terhadap Price To Book Value	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Earning Per Share ➤ Return On Equity ➤ Debt To Equity Ratio ➤ Size ➤ Price To Book Value 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Earning Per Share</i> <ul style="list-style-type: none"> - Laba bersih - Jumlah saham beredar ➤ <i>Return On Equity</i> <ul style="list-style-type: none"> - Laba setelah pajak - Total ekuitas ➤ <i>Debt To Equity Ratio</i> <ul style="list-style-type: none"> - Total utang - ekuitas ➤ Size <ul style="list-style-type: none"> - Total aset ➤ Price To Book Value <ul style="list-style-type: none"> - Harga saham - Nilai buku saham 	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan 1. Earning per Share berpengaruh positif dan signifikan terhadap Price to book value. 2. Return On Equity (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap Price to book value. 3. Debt to Equity Ratio berpengaruh positif signifikan terhadap Price to book value. 4. Size berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap price to book value Koefisien regresi 5. Earning per Share (EPS), Return On Equity (ROE), Debt to Equity Ratio (DER), dan Size secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Price to Book Value (PBV)
4	Mila Widiastutik (2016) Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan, Dan <i>Earning Per Share</i> Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Property Yang	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertumbuhan Penjualan ➤ <i>Earning Per Share</i> ➤ Harga saham 	<p>Pertumbuhan Penjualan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan tahun ini – penjualan tahun lalu • Penjualan tahun lalu <p>EPS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laba bersih • Jumlah saham beredar 	Analisis Regresi Berganda	Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa secara simultan variabel profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan <i>Earning Per Share</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan secara parsial, variabel profitabilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap

	Terdapat Di Daftar Efek Syariah (Des)				harga saham, variabel likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham, variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham, variabel <i>Earning Per Share</i> tidak berpengaruh terhadap harga saham. Hasil dari pengujian dalam penelitian juga membuktikan bahwa sebanyak 78,08% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya sebanyak 21,92% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.
5	Sari Maulida Vonna. (2016) Pengaruh Profitabilitas, Aset Tetap, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap financial leverage Serta Dampaknya Terhadap harga Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Profitabilitas ➤ Aset Tetap, ➤ Pertumbuhan Penjualan ➤ financial leverage 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Profitabilitas <ul style="list-style-type: none"> - ROA ➤ Aset Tetap <ul style="list-style-type: none"> - Total Aset ➤ Pertumbuhan Penjualan <ul style="list-style-type: none"> - Pertumbuhan Penjualan ➤ Financial leverage <ul style="list-style-type: none"> - DER 	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan aset tetap berpengaruh positif terhadap harga saham, sedangkan pertumbuhan penjualan dan financial leverage berpengaruh negatif terhadap harga saham. profitabilitas berpengaruh negatif terhadap financial leverage, sedangkan aset tetap dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap financial leverage. Dan financial leverage tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas, aset tetap, dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham.
6	Asep Alipudin (2016) Pengaruh EPS, ROE, ROA dan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ EPS ➤ ROE ➤ ROA ➤ DER ➤ Harga Saham 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ EPS <ul style="list-style-type: none"> • Laba bersih • Jumlah saham beredar ➤ ROE <ul style="list-style-type: none"> Laba bersih 	Analisis Regresi Berganda	Hasil pengujian simultan earning per share (EPS), return on equity (ROE), return on assets (ROA) dan debt to equity ratio

	DER terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Semen Yang Terdaftar di BEI		<p>Ekuitas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ROA laba bersih Total Aset ➢ DER <ul style="list-style-type: none"> • Total Utang • Ekuitas <p>Harga Saham Harga saham pada periode Desember (<i>closing price</i>)</p>		(DER) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap harga saham pada perusahaan semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2014. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H3 terbukti.
7	Ariswandi Putra (2018) Pengaruh Earning Per Share (Eps), Dividend Per Share (Dps) Dan Financial Leverage (Fl) Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Earning Per Share (EPS), ➢ Dividend Per Share (DPS) ➢ Financial Leverage (Fl) ➢ Harga Saham 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Earning Per Share (EPS), <ul style="list-style-type: none"> - Laba bersih - Jumlah saham beredar ➢ Dividend Per Share (DPS) ➢ Financial Leverage (Fl) <ul style="list-style-type: none"> - DER ➢ Harga Saham Harga saham pada periode Desember (<i>closing price</i>) 	Analisis Regresi Berganda	Berdasarkan pendahuluan, kajian teori dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan pada Bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, Earning per Share (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, Dividen per Share (DPS) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, Financial leverage (FL) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
8	David Hasudungan Sihombing (2018) Pengaruh Earning Per Share Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham (Studi Kasus pada Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> ➢ <i>Earning per share</i> ➢ Pertumbuhan penjualan ➢ Harga saham 	<p>EPS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laba bersih • Jumlah saham beredar <p>Pertumbuhan Penjualan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan tahun ini – penjualan tahun lalu • Penjualan tahun lalu 	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh <i>earning per share</i> dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa signifikan pada uji $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($6,379 > 3,59$) maka dapat disimpulkan bahwa <i>Earning per share</i>

	Sub Sektor Semen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)		Harga saham pada periode Desember (<i>closing price</i>)		dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan kontribusi pengaruh variabel independen yaitu <i>Earning per share</i> dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham perusahaan sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah sebesar 49,5%. Sedangkan sisanya sebesar 50,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti
9	Purba (2019) Pengaruh Earning Per Share, Dividend Per Share Dan Financial Leverage Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Earning Per Share ➤ Dividend Per Share ➤ Financial Leverage ➤ Harga Saham 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ EPS <ul style="list-style-type: none"> • Laba bersih • Jumlah saham beredar ➤ Dividend Per Share ➤ Financial Leverage <ul style="list-style-type: none"> - DER ➤ Harga Saham <p>Harga saham pada periode Desember (<i>closing price</i>)</p>	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan 1) EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, 2) DPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, 3) Financial Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham, 4) EPS, DPS dan Financial Leverage secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap harga saham
10	Mohammad Arifin (2019) Pengaruh Earning Per Share (EPS), Dividen Per Share (DPS) Dan Price Earning Ratio (PER) Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Earning Per Share (EPS) ➤ Dividen Per Share (DPS) ➤ Price Earning Ratio (PER) ➤ Harga Saham 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Earning Per Share (EPS) <ul style="list-style-type: none"> - Laba bersih - Jumlah saham beredar ➤ Dividen Per Share (DPS) ➤ Price Earning Ratio (PER) ➤ Harga Saham 	Analisis Regresi Berganda	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Earning Per Share (EPS), Dividend Per Share (DPS) dan Price Earning Ratio (PER) berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham,

	Yang Terdaftar Di Jii Periode 2014 – 2018)		pada periode Desember (<i>closing price</i>)		
--	--	--	--	--	--

Tabel 2.2.
Matriks Penelitian

Variabel	Berpengaruh	Tidak
Pertumbuhan Penjualan	David Hasudungan Sihombing (2018), Mila Widiastutik (2016), Dini Arvia Ningrum dan Leny Suzan (2015), Asep Alipudin (2016), Purba (2019) Sari Maulida Vonna. (2016), Ariswandi Putra (2018), Mohammad Arifin (2019), Tri Marlina (2016).	Sihombing (2018), Dini Arvia Ningrum
Earning per Share	Asep Alipudin (2016), Purba (2019) Sari Maulida Vonna. (2016), Ariswandi Putra (2018), Mohammad Arifin (2019), Tri Marlina (2016).	Dini Arvia Ningrum dan Leny Suzan (2015),

Penelitian ini memiliki persamaa dengan penelitian sebelumnya yaitu David Hasudungan Sihombing (2018), Mila Widiastutik (2016), Dini Arvia Ningrum dan Leny Suzan (2015), Asep Alipudin (2016), Purba (2019) Sari Maulida Vonna. (2016), Ariswandi Putra (2018), Mohammad Arifin (2019), Tri Marlina (2016). Persamaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel yang dibahas yaitu strukut earning per share dan harga saham.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu David Hasudungan Sihombing (2018), Mila Widiastutik (2016), Dini Arvia Ningrum dan Leny Suzan (2015), Asep Alipudin (2016). Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada obyek penelitian dan periode penelitian yang tentunya analisis dan hasilnya akan berbeda.

2.4.2. Kerangka Pemikiran

2.4.2.1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham

Menurut Deitiana (2017) pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan daya saing perusahaan dalam sesama industri. Barton *et al.* (1989) dalam Deitiana (2017) mengatakan laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan

dapat ditunjukkan dengan adanya peningkatan penjualan. Investor akan memperhatikan perusahaan yang memiliki tingkat penjualan yang baik atau terus bertumbuh, sehingga investor memperoleh jaminan bahwa perusahaan tersebut dapat menjual, menghasilkan laba dan membagikan devidennya kepada investor. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang baik akan menarik perhatian investor untuk menanamkan modal sehingga akan menaikkan harga saham.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Utama (2017) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan pada harga saham.

H₁ : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Harga Saham

2.4.2.2. Pengaruh Earning Per Share terhadap Harga Saham

Earning Per Share (EPS) Menurut Fahmi (2015) adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dan setiap lembar saham yang dimiliki. Sehingga pemegang saham dalam perusahaan dapat mengetahui keuntungan-keuntungan yang di dapat perusahaan dalam setiap lembar saham pada harga saham yang dimiliki oleh pemegang saham.

Jadi semakin tinggi Earning Pershare (EPS) yang ada pada suatu perusahaan semakin tertarik pula para investor untuk membeli atau menanamkan saham yang ada pada perusahaan tersebut. Karena semakin naik laba perusahaan menjadikan semakin tinggi pula harga saham perusahaan. Dengan indikator Earning Pershare (EPS) yaitu, laba operasional dan jumlah lembar saham yang beredar dengan rumus, laba bersih dibagi dengan jumlah lembar saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Hunjra *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh positif pada harga saham.

H₂ : *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham

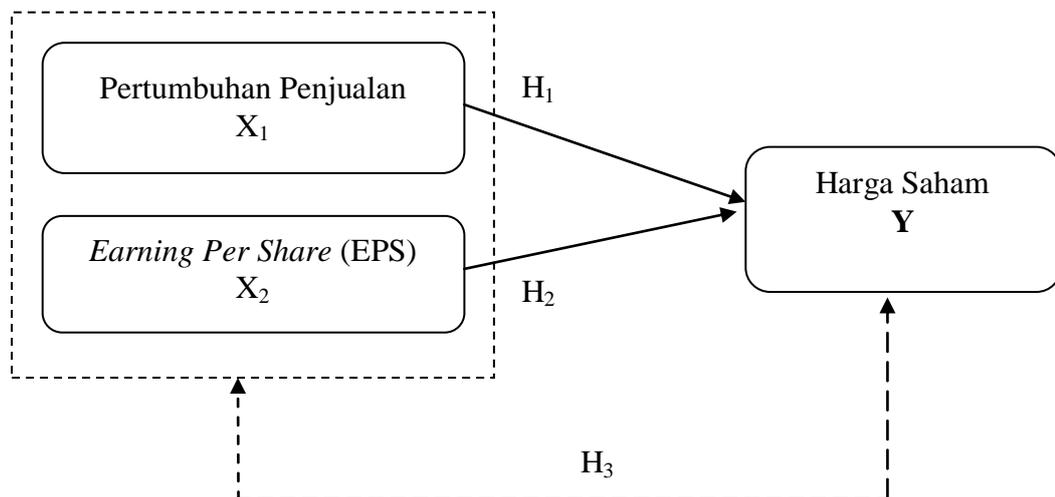
2.4.2.3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Earning Per Share terhadap Harga Saham

Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu, dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang (Barton *et al.*, 1989). Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen cenderung meningkat. pertumbuhan penjualan yang tinggi, maka akan cenderung mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen yang meningkat, dimana semakin tinggi pembayaran dividen akan dapat menarik pemodal yang menanamkan modal yang akan diikuti oleh naikknya harga saham.

Earning Per Share (LPS) merupakan rasio yang banyak diperhatikan oleh calon investor, karena informasi *Earning Per Share* merupakan informasi yang dianggap paling mendasar dan dapat menggambarkan prospek *earning* perusahaan masa depan. Informasi LPS suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan pada semua pemegang saham perusahaan. LPS yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan tingkat kesejahteraan yang lebih baik kepada pemegang saham, sedangkan LPS yang rendah menandakan bahwa perusahaan gagal memberikan manfaat sebagaimana diharapkan oleh pemegang saham. Apabila LPS meningkat maka permintaan akan saham tersebut juga meningkat maka harga saham akan naik, perubahan harga saham atau fluktuasi harga saham ini akan mendatangkan *capital gain/loss*.

H₃ : Pertumbuhan Penjualan dan *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham

Berdasarkan teori yang sudah dikemukakan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Konstelasi Penelitian

2.5. Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto (2016) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut di atas, maka secara hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut :

1. H₁ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham
2. H₂ : *Earning Per Share* berpengaruh terhadap harga saham
3. H₃ : Pertumbuhan penjualan dan *Earning Per Share* berpengaruh terhadap harga saham

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan dan *earning per share* terhadap harga saham yang menjelaskan dan menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fakta dan fenomena yang diamati secara sistematis dan aktual serta akurat. Dalam penelitian ini akan terlihat apakah pertumbuhan penjualan dan *earning per share* berpengaruh terhadap harga saham.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiono (2016) dinyatakan bahwa “objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal (variabel tertentu)”. Objek penelitian merupakan keseluruhan badan/elemen yang akan diteliti atau dikaji. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pertumbuhan penjualan dan *earning per share*, terhadap harga perusahaan.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah berupa organisasi (*organization*) yang sumber data unit analisisnya merupakan respon dari divisi organisasi/perusahaan. Unit analisis adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek *organization*, yaitu sumber data yang unit analisisnya berdasarkan informasi dari divisi organisasi/perusahaan yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Penulis melakukan penelitian pada perusahaan sub sektor *food and beverage* periode 2015-2020 yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Data perusahaan tersebut diperoleh dari website www.idx.co.id yang berlokasi di Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53. Jakarta Selatan 12190, Indonesia..

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber utama (perusahaan yang dijadikan objek penelitian). Data tersebut berupa laporan keuangan (*annual report*) Perusahaan sub sektor *food and beverage* periode 2015-2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data penelitian diambil dari laporan tahunan perusahaan yang telah diaudit dan dipublikasikan. Data diperoleh antara lain dari:

1. Bursa Efek Indonesia (BEI), www.idx.co.id yang berlokasi di Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53. Jakarta Selatan 12190, Indonesia.
2. *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Earning per share* terhadap Harga Saham

Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Pertumbuhan Penjualan (X_1)	<ul style="list-style-type: none"> Pertumbuhan penjualan 	$\frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}}$	Rasio
<i>Earning per share</i> (X_2)	<ul style="list-style-type: none"> Total laba bersih Jumlah saham yang beredar 	$\text{EPS} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah saham beredar}}$	Rasio
Harga Saham (Y)	<ul style="list-style-type: none"> Harga Saham 	Harga saham pada periode Desember (<i>closing price</i>)	Rasio

Data mengenai pertumbuhan penjualan, *earning per share*, dan Harga merupakan data dari laporan keuangan yang telah diaudit dari setiap periodenya yaitu periode 2015-2020, yang diperoleh dari sumber www.idx.co.id.

3.5 Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel data laporan keuangan periode 2015-2020 yang diperoleh situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.co.id dengan menggunakan metode penarikan sampel *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Populasi dalam penelitian ini hanya Perusahaan sub sektor *food and beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah semua perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020 yaitu sebanyak 26 perusahaan. Perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Perusahaan sub sektor *food and beverage*

No	Nama Emiten	Kode Emiten	Kriteria			Memenuhi Kriteria
			1	2	3	
1	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk					-
2	Tri Baya Tirta Tbk					-
3	Campina Ice Cream Industry Tbk					-
4	Wilmar Cahaya Indonsia Tbk	CEKA				√
5	Sariguna Primatirta Tbk					-
6	Wahana Interfood Nusantara Tbk					-
7	Delta Djakarta Tbk	DLTA				√
8	Diamon Food Indonesia Tbk					-
9	Sentra Food Indonesia Tbk					-
10	Garuda Food Putra Putri Jaya					-
11	Buyung Poetra Sembada Tbk					-

No	Nama Emiten	Kode Emiten	Kriteria			Memenuhi Kriteria
			1	2	3	
12	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk					
13	Era Mandiri Cemerlang Tbk					-
14	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF				√
15	Mulia Boga Raya Tbk					-
16	Multi Bintang Indonesia Tbk					-
17	Mayora Indah Tbk	MYOR				√
18	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk					-
19	Prima Cakrawala Abadi Tbk					-
20	Prashida Aneka Niaga Tbk					-
21	Palma Serasih Tbk					-
22	Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI				√
23	Sekar Bumi Tbk	SKBM				√
24	Sekar Laut Tbk	SKLT				√
25	Siantar Top Tbk	STTP				√
26	Ultrajaya Milk Inudtsri dan Trading Company Tbk	ULTJ				√

Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, kriteria agar perusahaan tersebut dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan tersebut yaitu Perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020
2. Perusahaan tersebut menerbitkan secara lengkap laporan keuangannya selama periode 2015-2020 pada situs resmi Bursa Efek Indonesia
3. Perusahaan yang saham-sahamnya aktif diperdagangkan di BEI pada tahun 2015-2020.
4. Perusahaan sub sektor *food and beverage* tidak mengalami kerugian.

Dari dua puluh enam perusahaan sub sektor *food and beverage* di atas, sembilan perusahaan yang memenuhi kriteria. Adapun sampel yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Emiten
1	CEKA	Wilmar Cahaya Indonsia Tbk
2	DLTA	Delta Djakarta Tbk
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
4	MYOR	Mayora Indah Tbk
5	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
6	SKBM	Sekar Bumi Tbk
7	SKLT	Sekar Laut Tbk
8	STTP	Siantar Top Tbk
9	ULTJ	Ultrajaya Milk Inudtsri dan Trading Company Tbk

Sumber: www.idx.co.id, 2022

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari *homepage* Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id dipergunakan untuk mengakses dan mengunduh laporan keuangan Perusahaan sub sektor *food and beverage* yang telah dipublikasikan selama periode penelitian 2015-20220. Data tersebut dimaksudkan agar dapat mendukung informasi menjadi lebih akurat dan lengkap.

Data yang digunakan adalah data sekunder kuantitatif historis yaitu data yang berupa angka-angka yang dapat diukur dan diuji dengan metode statistik yang merupakan bukti catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip dan telah dipublikasikan oleh pihak lain.

3.7 Metode Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *earning per share* Pertumbuhan Penjualan dan Leverage 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 (2018) 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 dimana 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 Kolmogorov-Smirnov. 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	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4 - du$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No Decision</i>	$du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak Ditolak	$du < d < 4 - du$

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 dimana 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 diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda 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:

$$Y = a + \beta_1 + \beta_2 + e$$

Keterangan :

Y	= Harga Saham
a	= Konstanta
β_1	= Pertumbuhan penjualan
β_2	= <i>Earning per share</i>
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 mengidentifikasi 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:

- Jika t hitung $<$ t tabel maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- 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 dihitung menggunakan rumus

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah responden

Nilai r dapat dihitung menggunakan rumus:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS 25. 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-variabel yang meliputi pertumbuhan penjualan, *earning per share* serta pengaruhnya terhadap harga saham.

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian terhadap perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI Tahun 2015-2020. Berdasarkan pada data yang diperoleh dari www.sahamok.com bahwa perusahaan sub sektor *food and beverage* terdapat 26 perusahaan yang 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 sebanyak 9 perusahaan sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Daftar Sampel yang Memenuhi Kriteria

No	Kode Perusahaan	Emiten
1	CEKA	Wilmar Cahaya Indonsia Tbk
2	DLTA	Delta Djakarta Tbk
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
4	MYOR	Mayora Indah Tbk
5	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
6	SKBM	Sekar Bumi Tbk
7	SKLT	Sekar Laut Tbk
8	STTP	Siantar Top Tbk
9	ULTJ	Ultrajaya Milk Inudtsri dan Trading Company Tbk

(Sumber: www.sahamok.com, diolah oleh peneliti, 2022)

4.2. Analisis Data

Pengujian “**Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Earning Per Share* terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020**” 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 25. 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 pertumbuhan penjualan, *earning per share* dan harga saham. 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 pertumbuhan penjualan dan *earning per share* terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2020, 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 2016* dan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25 untuk membantu dalam proses pengolahan data. Hasil statistik deskriptif disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2.
Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pertumbuhan_Penjualan	54	-53.14	55.50	7.2093	16.13830
EPS	54	.15	93.84	20.3752	24.33312
Harga_Saham	54	322	30500	3394.44	4437.461
Valid N (listwise)	54				

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2022)

Berdasarkan Tabel 4.2, N= 54 menggambarkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Interpretasi dari hasil output *descriptive statistics* adalah sebagai berikut:

Variabel pertumbuhan penjualan (X_1) memiliki nilai minimum sebesar -53.14, nilai maximum sebesar 55.50, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 7.2093 dan *standar deviation* sebesar 16.13830. Variabel *earning per share* (X_2) memiliki nilai minimum sebesar 0.15, nilai maximum sebesar 93.84, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 20.3752 dan *standar deviation* sebesar 24.33312. Variabel harga saham (Y) memiliki

nilai minimum sebesar 322, nilai maximum sebesar 30500, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 3394.44 dan *standar deviation* sebesar 4437.461.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh model regresi dengan estimasi yang tepat dan tidak biasa. 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.

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 *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). jika hasil *Kolmogrov 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 pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.391245343
Most Extreme Differences	Absolute	.227
	Positive	.213
	Negative	-.227
Kolmogorov-Smirnov Z		1.668

Asymp. Sig. (2-tailed)	.108
------------------------	------

a. Test distribution is Normal.

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2022)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai signifikan untuk data pertumbuhan penjualan (X_1), *earning per share* (X_2), sebesar 0,108. Maka, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dimana data memiliki asymp. Sign. (2-tailed) yaitu 0,108 lebih besar dari 0,05 ($0,108 > 0,05$) 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 (2017) menyatakan bahwa model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Berikut ini hasil uji autokorelasi dengan Durbin Watson dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4.

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.542a	.294	.238	4476.520	1.735

a. Predictors: (Constant), EPS, Pertumbuhan_Penjualan

b. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2022)

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji autokorelasi tersebut, diketahui nilai DW 1.712, selanjutnya nilai ini dibandingkan nilai tabel signifikansi 5%. Jumlah sampel $N = 54$ dan jumlah variabel independen 2 ($K=2$), maka diperoleh nilai $du = 1.6383$. Nilai DW (1.735) lebih besar dari batas atas (du) yakni 1.6383 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, 2016). Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3171.545	830.782		3.818	.000		
	Pertumbuhan_Penjualan	27.284	38.236	.099	2.714	.039	.993	1.007
	EPS	20.594	25.359	.113	2.812	.021	.993	1.007

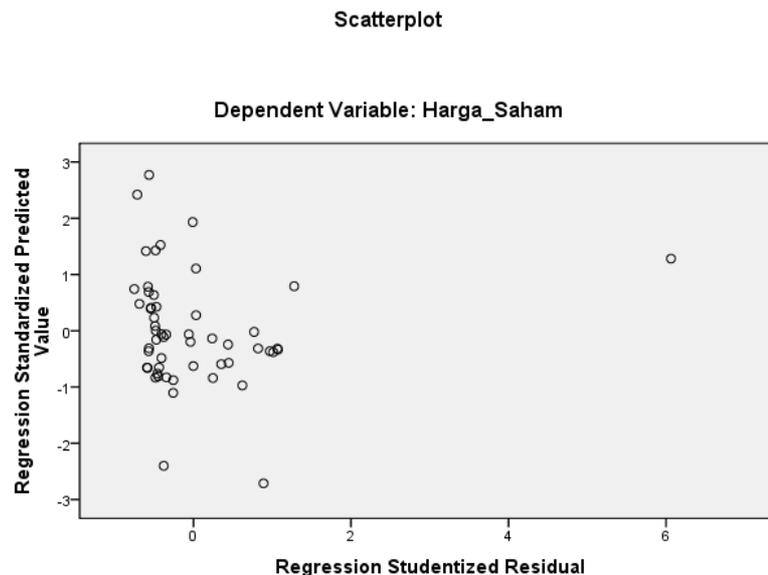
a. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2022)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, nilai *tolerance* untuk variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,993, nilai *tolerance* untuk variabel *earning per share* sebesar 0.993, sehingga nilai *tolerance* kedua variabel independen diatas lebih dari 0,10 dan nilai VIF variabel pertumbuhan penjualan sebesar 1,007, nilai VIF untuk variabel *earning per share* sebesar 1.007, dimana nilai VIF kedua 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 4.1.

Scatterplot Heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan SPSS 25. 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.

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 pada tabel 4.6.

Tabel 4.6.
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3171.545	830.782		3.818	.000		
	Pertumbuhan_Penjualan	27.284	38.236	.099	2.714	.039	.993	1.007
	EPS	20.594	25.359	.113	2.812	.021	.993	1.007

a. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25, tahun 2022)

Berdasarkan tabel 4.6 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e.$$

$$\text{Harga saham} = 3171,545 + 27,284X_1 + 20,594X_2 + e.$$

Interpretasi dari regresi linier berganda tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) adalah 3171,545 artinya jika pertumbuhan penjualan, dan *earning per share* (EPS) nilainya 0 maka harga saham nilainya positif, yaitu sebesar 3171,545.
2. Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan (β_1) bernilai positif yaitu sebesar 27,284. Artinya bahwa setiap peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar 1 satuan maka harga saham juga akan meningkat sebesar 27,284 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
3. Nilai koefisien regresi *earning per share* (EPS) (β_2) bernilai positif, yaitu sebesar 20,594, artinya bahwa setiap peningkatan *earning per share* (EPS) sebesar 1 satuan maka harga saham akan mengalami peningkatan sebesar 20,594 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 pertumbuhan penjualan dan *earning per share* (EPS) terhadap harga saham. Pengujian hasil koefisien regresi secara parsial dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	3171.545	830.782		3.818	.000		
	Pertumbuhan_Penjualan	27.284	38.236	.099	2.714	.039	.993	1.007
	EPS	20.594	25.359	.113	2.812	.021	.993	1.007

a. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25, tahun 2022)

Tabel distribusi dengan signifikan 0,05 dengan jumlah N = 54 maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

a. Pertumbuhan penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel 4.7 variabel pertumbuhan penjualan, 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 $54-2=52$, sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2.007$. Pada tabel 4.7 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan pertumbuhan penjualan memiliki t_{hitung} sebesar 2.714 sehingga $2.714 > 2.007$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,039 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham.

b. *Earning per share* (EPS) berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel 4.7 variabel *Earning per share* (EPS), 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 $54-2=52$, sehingga diperoleh $t_{tabel} = 2.007$. Pada tabel 4.7 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan variabel *Earning per share* (EPS) memiliki t_{hitung} sebesar 2.812 sehingga $2.812 > 2.007$ dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,021 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Earning per share* (EPS) berpengaruh dan signifikan 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 pada Tabel 4.8

Tabel 4.8.
Hasil Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.1637	2	1.0817	6.540	.036 ^a
	Residual	1.0229	51	2.0047		
	Total	1.0449	53			

a. Predictors: (Constant), EPS, Pertumbuhan_Penjualan

b. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25, tahun 2022)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi pada tabel 4.8 dapat diketahui pada hasil analisis uji simultan, bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh 6.540. 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 $df(n1)=k-1$ ($3-1 = 2$) dan $df(n2) = n-k$ ($54-3 = 51$) sehingga maka didapatkan nilai F_{tabel} sebesar 3,18. Berdasarkan tabel 4.8 tersebut dapat dilihat bahwa signifikan pada uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,540 > 3,18$) dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,036 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan (X_1), dan *earning per share* (EPS) (X_2), secara bersama-sama berpengaruh terhadap dan harga saham (Y) pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2020.

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 pada tabel 4.9.

Tabel 4.9.
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.542a	.294	.238	4476.520	1.735

a. Predictors: (Constant), EPS, Pertumbuhan_Penjualan

b. Dependent Variable: Harga_Saham

(Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25, tahun 2022)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,238 atau sama dengan 23.8%, artinya, kontribusi pengaruh variabel independen yaitu pertumbuhan perusahaan (X_1), dan *earning per share* (EPS) terhadap variabel dependen yaitu harga saham (Y) adalah sebesar 23.8%. Sedangkan sisanya sebesar 76.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.3. Pembahasan

Hasil dari hipotesis penelitian telah diuraikan secara statistik dengan menggunakan SPSS versi 25, 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 4.10.
Rekapitulasi Uji Hipotesis

No	Analisis	Hasil	Keterangan
1	Uji T	Pertumbuhan penjualan t_{hitung} 2,714 > t_{tabel} 2,007 dan tingkat sig. 0,039 < 0,05	H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham.

		<i>Earning per share</i> (EPS) menunjukkan $t_{hitung} 2,812 > t_{tabel} 2,007$ dan tingkat sig. $0,021 < 0,05$	H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka <i>Earning per share</i> (EPS) berpengaruh terhadap harga saham.
2	Uji F	Variabel Pertumbuhan penjualan dan <i>Earning per share</i> (EPS) menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel} (6,540 > 3,18)$ tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,036 < 0,05$)	H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka Pertumbuhan penjualan dan <i>Earning per share</i> (EPS) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.
3	Koefisien Determinasi	Kd = 23.8%	Kontribusi pengaruh variabel independen yaitu Variabel Pertumbuhan penjualan dan <i>Earning per share</i> (EPS) terhadap variabel dependen yaitu harga saham adalah sebesar 23.8%. Sedangkan sisanya sebesar 76.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.3.1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis pertama dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,039 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,714 > 2,007$) maka pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham. Laporan keuangan mempunyai kandungan nilai informasi dimana penghasilan keuangan berpengaruh terhadap harga saham yang ditunjukkan dengan adanya korelasi yang signifikan antara tanda positif *unexpected income* dengan tanda positif abnormal *return saham* dan sebaliknya. Informasi yang melaporkan pertumbuhan penjualan yang tinggi mengindikasikan laba perusahaan akan tinggi pula. Hal itu yang akan dipertimbangkan oleh investor karena laba perusahaan akan mempengaruhi total nilai sekarang dari seluruh aliran kas yang akan diterima oleh investor. Maka apabila pertumbuhan penjualan meningkat harga saham juga akan meningkat, dimana harga saham merupakan total dari nilai perusahaan.

Menurut Deitiana (2017) pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan daya saing perusahaan dalam sesama industri.

Investor akan memperhatikan perusahaan yang memiliki tingkat penjualan yang baik atau terus bertumbuh, sehingga investor memperoleh jaminan bahwa perusahaan tersebut dapat menjual, menghasilkan laba dan membagikan devidennya kepada investor. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang baik akan menarik perhatian investor untuk menanamkan modal sehingga akan menaikkan harga saham.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Utama (2017) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan pada harga saham.

4.3.2. Pengaruh *earning per share* (EPS) terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis pertama dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,021 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,812 > 2,007$) maka *earning per share* (EPS) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Earning per share (EPS) yang dikaitkan dengan harga pasar saham bisa memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan dibandingkan dengan modal yang ditanam pemilik perusahaan. Teori sinyal menyatakan bahwa pihak manajemen akan menunjukkan suatu sinyal terhadap investor tentang prospek perusahaan. EPS yang tinggi menunjukkan bahwa tingkat efisiensi dan efektivitas pengelolaan penjualan perusahaan baik. Oleh karena itu, EPS yang tinggi dapat memberikan suatu sinyal baik bagi pasar, sehingga respon positif yang ditunjukkan oleh pasar akan meningkatkan harga saham, maka EPS memiliki pengaruh yang positif terhadap harga saham.

Earning Per Share (EPS) adalah rasio keuangan yang paling sering digunakan untuk mengukur kondisi dan pertumbuhan perusahaan. Semakin besar tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan per lembar saham bagi pemiliknya maka semakin profitable dan menarik investasi pada perusahaan tersebut. Hal ini akan memberikan efek positif pada harga saham. Informasi EPS pada suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi setiap pemegang saham perusahaan. Seorang investor membeli dan mempertahankan saham suatu perusahaan dengan harapan akan memperoleh dividen atau capital gain. Laba biasanya menjadi dasar penentuan pembayaran dividen dan kenaikan nilai saham di masa mendatang Oleh karena itu, para pemegang saham biasanya tertarik dengan angka EPS yang dilaporkan perusahaan (Husnan, 2015).

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Anggraeni (2017) yang menyatakan bahwa variable *Earning per Share* (EPS) berpengaruh terhadap harga

saham. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2014) yang menyatakan bahwa EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

4.3.3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *earning per share* (EPS) terhadap Harga Saham

Hasil uji F secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} yang diperoleh 6.540 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,18 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,540 > 3,18$) dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,036 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan (X_1), dan *earning per share* (EPS) (X_2), secara bersama-sama berpengaruh terhadap dan harga saham (Y) pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2020.

Dalam berinvestasi di pasar modal salah satu hal yang harus diperhatikan adalah harga saham. Harga saham merupakan harga jual dari suatu saham yang tercatat di bursa efek dan digunakan sebagai indikator penting untuk mengetahui kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan (Duwie dan Soedjatmiko, 2016). Harga saham yang diperdagangkan di bursa efek berkaitan dengan prestasi yang dicapai perusahaan. Harga saham tersebut dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan dan *earning per share*.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan manisfestasi keberhasilan investasi periode masa lalu, dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang (Barton et al, 1989). Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat. pertumbuhan penjualan yang tinggi, maka akan cenderung mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen yang meningkat, dimana semakin tinggi pembayaran dividen akan dapat menarik pemodal yang menanamkan modal yang akan diikuti oleh naiknya harga saham.

Faktor lain yang perlu diperhatikan dalam mempengaruhi harga saham yaitu *earning per share* (EPS) karena informasi *Earning Per Share* merupakan informasi yang dianggap paling mendasar dan dapat menggambarkan prospek *earning* perusahaan masa depan. Informasi EPS suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan pada semua pemegang saham perusahaan. EPS yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan tingkat kesejahteraan yang lebih baik kepada pemegang saham, sedangkan EPS yang rendah menandakan bahwa perusahaan gagal memberikan manfaat sebagaimana diharapkan oleh pemegang saham. Apabila EPS meningkat maka permintaan maka permintaan akan saham tersebut juga meningkat maka harga saham akan naik, perubahan harga saham atau fluktuasi harga saham ini akan mendatangkan *capital gain/loss*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gerry (2019) yang menyimpulkan pertumbuhan penjualan dan *earning per share* berpengaruh 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 pertumbuhan penjualan dan *earning per share* terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2020 dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis pertama dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham. Informasi yang melaporkan pertumbuhan penjualan yang tinggi mengindikasikan laba perusahaan akan tinggi pula. Hal itu yang akan dipertimbangkan oleh investor karena laba perusahaan akan mempengaruhi total nilai sekarang dari seluruh aliran kas yang akan diterima oleh investor. Maka apabila pertumbuhan penjualan meningkatkan harga saham juga akan meningkat, dimana harga saham merupakan total dari nilai perusahaan
2. Hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis pertama dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham. *Earning per share* (EPS) yang dikaitkan dengan harga pasar saham bisa memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan dibandingkan dengan modal yang ditanam pemilik perusahaan. EPS yang tinggi dapat memberikan suatu sinyal baik bagi pasar, sehingga respon positif yang ditunjukkan oleh pasar akan meningkatkan harga saham, maka EPS memiliki pengaruh yang positif terhadap harga saham.
3. Hasil uji F secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} yang diperoleh 6.540 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,18 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,540 > 3,18$) dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,036 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan (X_1), dan *earning per share* (EPS) (X_2), secara bersama-sama berpengaruh terhadap dan harga saham (Y) pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2020.

5.2. Saran

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

1. Saran Praktis

a. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, disarankan untuk menjaga eksistensi dan mempertimbangkan untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan dan *earning per share* (EPS) untuk menarik minat investor.

b. Bagi investor

Hasil penelitian ini dapat membantu pengambilan keputusan, apakah akan membeli melakukan investasi dengan membeli saham atau menjual saham yang sudah dimiliki dengan menganalisis lebih dalam kondisi keuangan perusahaan seperti laba akuntansi, arus kas operasi dan likuiditas perusahaan (*current ratio*) serta upaya-upaya perusahaan untuk meningkatkan harga saham perusahaan

2. Saran Akademis

a. Bagi Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, sebagai sumber informasi dan sebagai sumbangan pemikiran dalam mengembangkan ilmu akuntansi keuangan, serta berkontribusi dalam pengembangan penelitian khususnya mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan dan *earning per share* terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini, hanya menggunakan dua variabel yang dinilai dapat mempengaruhi harga saham. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel-variabel lain yang juga mempengaruhi harga saham dan menambah sampel yang akan diteliti sehingga hasil akan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, H dan Martono. (2015). *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonomisia.
- Alipudin, A, dan Resi O, (2016). “Pengaruh EPS, ROE, ROA dan DER terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Semen Yang Terdaftar di BEI., 2(1):22.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Baridwan, Z. (2015). *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE
- Barton, S.L., et al. (1989). *An Empirical Test of Stakeholder Theory Predictions of Capital Structure. Financial Management Association International*, Vol.18, No.1, 36-44.
- Brigham, E. F. dan Joel F. Houston. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 10, Jakarta: Salemba Empat
- Brigham, Eugene F dan Joel F Houston. (2015). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi II*, Alih Bahasa: Ali Akbar Yulianto. Salemba Empat, Jakarta
- Darmadji, T dan Faksruddin, H.M. (2015). *Pasar Modal di Indonesia*. Edisi ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Darmadji, Tj. (2015). *Pasar Modal Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Deitiana, T. (2017). “Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2004-2008”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Trisakti. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol 13, No.1, April 2011, Hlm.57-66*
- Duwie, P.S dan Soedjatmiko. (2016). Pengaruh *Earning Per Share* dan *Price Earning Ratio* terhadap Harga Saham pada Perusahaan Asuransi yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2002- 2011”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis .Vol.6.No.1. STIE Nasional Banjarmasin*
- Fabozzi, Frank J. (2015). *Manajemen Investasi*. Buku Dua. Tim Penerjemah Salemba Empat. Salemba Empat. Pearson Education Asia Pte. Ltd. Prentice-Hall
- Fahmi, I. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*, Bandung: Alfabeta.
- Gerry, I. (2019). pengaruh earning per share, pertumbuhan penjualan dan kebijakan dividen terhadap harga saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen . e-ISSN : 2461-0593*
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat, Universitas Diponegoro. Semarang

- Gitosudarmo, I. (2016). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. BPFEE Yogyakarta
- Gujarati, D.N. (2018). *Dasar-dasar Ekonometrika (Alih Bahasa: Mangunsong, R.C)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, A. (2015). *Analisis Investasi*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Harjito, A. (2015). *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama, Cetakan keenam, Yogyakarta: EKONISIA.
- Hery, (2015). *Praktis Menyusun Laporan Keuangan*, Jakarta: Grasindo
- Horne, J.C.V dan John M.W.Jr. (2015). *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan* (Edisi 13). Jakarta: Salemba Empat.
- Hunjra, A.I. (2016). Impact of Dividend Policy, Earning Per Share, Return On Equity, Profit After Tax on Share Price. *Journal of Economics and Empirical Research*.2(3).pp:109-115.
- Husnan, S. (2015). *Manajemen Keuangan, Teori dan Penerapan*, Buku 1 dan 2 Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFEE
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Ikatan Akuntan Indonesia., 2017. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Laporan Keuangan*, Jakarta: IAI
- Jogiyanto. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFEE
- Kasmir, (2018). *Analisis Laporan Keuangan*, PT. Rajawali Pers, Jakarta.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenamedia Group
- Kieso, D., Weygandt, J. (2018). *Intermediate Accounting: IFRS Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Koerniawan. (2019). Pengaruh *Earning Per Share* (EPS), Kebijakan Dividen Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Harga Saham (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018). *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.2 Agustus 2019 | Page 3114. ISSN : 2355-9357*
- Kotler dan Amstrong. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (2015). *Auditing Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Munawir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFEE
- Ningrum, D.A dan Leny S. (2015) Pengaruh *return on equity* (ROE), pertumbuhan penjualan, dan *earning per share* (EPS) terhadap harga saham. *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember 2015. ISSN: 2355-9357*

- Prihadi, T. (2019). *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, D.H. (2018) Pengaruh Earning Per Share Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Sub Sektor Semen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *E-Jurnal Universitas Pakuan Bogor*
- Stella. (2016). 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
- Sugiyono, (2015). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharto dan Herman W. (2016). *Manajemen Keuangan Edisi 8 Buku 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sunariyah. (2016). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Edisi Keenam. Yogyakarta: UPP STIM YKPM.
- Supriyono. (2015). *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Biaya, serta Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sutrisno, (2016), *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi* Cetakan kelima, Penerbit Ekonisia , Yogyakarta
- Suyatna, Oggi B. (2015) Pengaruh *return on equity*, pertumbuhan penjualan, dividen, dan inflasi terhadap harga saham pada perusahaan *food and beverage*. *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.2 Agustus 2015. ISSN : 2355-9357*
- Swastha, B dan Handoko, T.H. (2016). *Manajemen. Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Syamsuddin, L. (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi 4. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Tandelilin, E. (2016). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi pertama. Yogyakarta : Kanisius
- Weston, J. F. (2017). *Manajemen Keuangan*. Edisi 8. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Widiastutik, M. (2016). Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan, dan Earning Per Share TERHADAP Harga Saham Pada Perusahaan Property Yang Terdapat di Daftar Efek Syariah (DES). Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Widjaja, I. (2016). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume I No. 2/2019 Hal: 199-206*

- Widoatmodjo, S. (2015). *Cara Sehat Investasi di Pasar Modal*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Jurnalindo Aksara Grafika.
- Wijaya, P.A.S dan Utama, I.M.K. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Serta Harga Saham. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 6.3 (2014):514-530 ISSN: 2302-8556
- Zaki, M, Islahuddin, dan M. Shabri. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Keuangan dan Ukuran Perusahaan terhadap Harga Saham (Studi Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2014). *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*. Vol. 6, No. 2, Mei 2017, Hal. 59-66. ISSN 2302-0164
- Zaki, B. (2016). *Intermediate Accounting edisi delapan*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Zubir, Z. (2013). *Manajemen Portofolio Penerapannya dalam Investasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.

Lampiran 1

Rumus:

$$\frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}}$$

Tabulasi Variabel Pertumbuhan Penjualan
(Disajikan dalam rupiah penuh)

No	Kode	Tahun	Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan Penjualan Tahun sebelumnya	PP
1	CEKA	2015	3,485,733,830,354	3,701,868,790,192	-5.84
		2016	4,115,541,761,173	3,485,733,830,354	18.07
		2017	4,257,738,486,908	4,115,541,761,173	3.46
		2018	3,629,327,583,572	4,257,738,486,908	-14.76
		2019	3,120,937,098,980	3,629,327,583,572	-14.01
		2020	3,634,297,273,749	3,120,937,098,980	16.45
2	DLTA	2015	1,573,137,749,000	1,011,639,244,000	55.50
		2016	1,658,618,899,000	1,573,137,749,000	5.43
		2017	777,308,328,000	1,658,618,899,000	-53.14
		2018	893,006,350,000	777,308,328,000	14.88
		2019	827,136,727,000	893,006,350,000	-7.38
		2020	546,336,411,000	827,136,727,000	-33.95
3	INDF	2015	64,061,947,000,000	63,594,452,000,000	0.74
		2016	66,750,317,000,000	64,061,947,000,000	4.20
		2017	70,186,618,000,000	66,750,317,000,000	5.15
		2018	73,394,728,000,000	70,186,618,000,000	4.57
		2019	76,592,955,000,000	73,394,728,000,000	4.36
		2020	81,731,469,000,000	76,592,955,000,000	6.71
4	MYOR	2015	14,818,730,635,847	14,169,088,278,238	4.58
		2016	18,349,959,898,358	14,818,730,635,847	23.83
		2017	20,816,673,946,473	18,349,959,898,358	13.44
		2018	24,060,802,395,725	20,816,673,946,473	15.58
		2019	25,026,739,472,547	24,060,802,395,725	4.01
		2020	24,476,953,742,651	25,026,739,472,547	-2.20
5	ROTI	2015	2,174,501,712,899	1,880,262,901,697	15.65
		2016	2,521,920,968,213	2,174,501,712,899	15.98
		2017	2,491,100,179,560	2,521,920,968,213	-1.22
		2018	2,766,545,866,684	2,491,100,179,560	11.06
		2019	3,337,022,314,624	2,766,545,866,684	20.62
		2020	3,212,034,546,032	3,337,022,314,624	-3.75
6	SKBM	2015	1,362,245,580,664	1,480,764,903,724	-8.00

		2016	1,501,115,928,446	1,362,245,580,664	10.19
		2017	1,841,487,199,828	1,501,115,928,446	22.67
		2018	1,953,910,957,160	1,841,487,199,828	6.11
		2019	2,104,704,872,583	1,953,910,957,160	7.72
		2020	3,165,530,224,724	2,104,704,872,583	50.40
7	SKLT	2015	745,107,731,208	681,419,524,161	9.35
		2016	833,850,372,883	745,107,731,208	11.91
		2017	914,188,759,779	833,850,372,883	9.63
		2018	1,045,029,834,378	914,188,759,779	14.31
		2019	1,281,116,255,236	1,045,029,834,378	22.59
		2020	1,253,700,810,596	1,281,116,255,236	-2.14
8	STTP	2015	2,544,277,844,656	2,170,464,194,350	17.22
		2016	2,629,107,367,897	2,544,277,844,656	3.33
		2017	2,825,409,180,889	2,629,107,367,897	7.47
		2018	2,826,957,323,397	2,825,409,180,889	0.05
		2019	3,512,509,168,853	2,826,957,323,397	24.25
		2020	3,846,300,254,825	3,512,509,168,853	9.50
9	ULTJ	2015	4,393,932,684,171	3,916,789,366,423	12.18
		2016	4,685,987,917,355	4,393,932,684,171	6.65
		2017	4,879,559,000,000	4,685,987,917,355	4.13
		2018	5,472,882,000,000	4,879,559,000,000	12.16
		2019	6,223,057,000,000	5,472,882,000,000	13.71
		2020	5,967,362,000,000	6,223,057,000,000	-4.11

Lampiran 2

Rumus:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

Tabulasi Variabel *Earning per Share*
(Disajikan dalam rupiah penuh)

No	Kode	Tahun	Laba bersih	Jumlah saham beredar	EPS
1	CEKA	2015	106,549,446,980	5,950,000,000	17.91
		2016	249,697,013,626	5,950,000,000	41.97
		2017	107,420,886,839	5,950,000,000	18.05
		2018	92,649,656,775	5,950,000,000	15.57
		2019	215,459,200,242	5,950,000,000	36.21
		2020	181,812,593,992	5,950,000,000	30.56
2	DLTA	2015	192,045,199,000	800,659,050,000	0.24
		2016	254,509,268,000	800,659,050,000	0.32
		2017	279,772,635,000	800,659,050,000	0.35
		2018	338,129,985,000	800,659,050,000	0.42
		2019	317,815,177,000	800,659,050,000	0.40
		2020	123,465,762,000	800,659,050,000	0.15
3	INDF	2015	370,950,100,000	87,804,265,000	4.22
		2016	526,690,600,000	87,804,265,000	6.00
		2017	514,506,300,000	87,804,265,000	5.86
		2018	496,185,100,000	87,804,265,000	5.65
		2019	590,272,900,000	87,804,265,000	6.72
		2020	875,206,600,000	87,804,265,000	9.97
4	MYOR	2015	1,266,519,320,600	22,358,699,725	56.65
		2016	1,388,676,127,665	22,358,699,725	62.11
		2017	1,630,953,830,893	22,358,699,725	72.94
		2018	1,760,434,280,304	22,358,699,725	78.74
		2019	2,039,404,206,764	22,358,699,725	91.21
		2020	2,098,168,514,645	22,358,699,725	93.84
5	ROTI	2015	270,538,700,440	6,186,488,888	43.73
		2016	279,777,368,831	6,186,488,888	45.22
		2017	135,364,021,139	6,186,488,888	21.88
		2018	127,171,436,363	6,186,488,888	20.56
		2019	236,517,557,420	6,186,488,888	38.23
		2020	168,610,282,478	6,186,488,888	27.25

6	SKBM	2015	40,150,568,621	1,726,003,217	23.26
		2016	22,545,456,050	1,726,003,217	13.06
		2017	25,880,464,791	1,726,003,217	14.99
		2018	15,954,632,472	1,726,003,217	9.24
		2019	957,169,058	1,726,003,217	0.55
		2020	5,415,741,808	1,726,003,217	3.14
7	SKLT	2015	20,066,791,849	6,907,405,000	2.91
		2016	20,646,121,074	6,907,405,000	2.99
		2017	22,970,715,348	6,907,405,000	3.33
		2018	31,954,131,252	6,907,405,000	4.63
		2019	44,943,627,900	6,907,405,000	6.51
		2020	42,520,246,722	6,907,405,000	6.16
8	STTP	2015	185,705,201,171	13,100,000,000	14.18
		2016	174,176,717,866	13,100,000,000	13.30
		2017	216,027,079,834	13,100,000,000	16.49
		2018	255,088,886,019	13,100,000,000	19.47
		2019	482,590,522,840	13,100,000,000	36.84
		2020	628,628,879,549	13,100,000,000	47.99
9	ULTJ	2015	523,100,000,000	577,676,000,000	0.91
		2016	709,826,000,000	577,676,000,000	1.23
		2017	711,681,000,000	577,676,000,000	1.23
		2018	701,607,000,000	577,676,000,000	1.21
		2019	1,035,865,000,000	577,676,000,000	1.79
		2020	1,109,666,000,000	577,676,000,000	1.92

Lampiran 3

Harga saham pada periode Desember (*closing price*)

Tabulasi Variabel Harga Saham
(Disajikan dalam rupiah penuh)

No	Kode	Tahun	Harga Saham
1	CEKA	2015	675
		2016	1350
		2017	1290
		2018	1375
		2019	1685
		2020	1820
2	DLTA	2015	5200
		2016	5000
		2017	4590
		2018	5500
		2019	6750
		2020	4230
3	INDF	2015	5175
		2016	7925
		2017	7625
		2018	7450
		2019	7900
		2020	6825
4	MYOR	2015	30500
		2016	1645
		2017	2270
		2018	2620
		2019	2050
		2020	2910
5	ROTI	2015	1265
		2016	1600
		2017	1275
		2018	1200
		2019	1300
		2020	1330
6	SKBM	2015	565
		2016	640
		2017	740

		2018	695
		2019	402
		2020	322
7	SKLT	2015	370
		2016	890
		2017	1050
		2018	900
		2019	1560
		2020	1565
8	STTP	2015	2986
		2016	3090
		2017	4360
		2018	3715
		2019	3100
		2020	9500
9	ULTJ	2015	3945
		2016	4570
		2017	1290
		2018	1350
		2019	1705
		2020	1660

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggi Tri Rahayu
Alamat : Kp Warnasari No. 126 RT03 / RW09 Cilebut
Timur Kec. Sukaraja Kab. Bogor 16710
Tempat tanggal lahir : Jakarta, 20 November 1997
Agama : Islam
Pendidikan
• SD : SDN Patahunan 02
• SMP : MTS Sirojul Athfal
• SMK : SMK Tarunan Terpadu 2
• Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juli 2022
Peneliti

(Anggi Tri Rahayu)