

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pasar Modal

Pasar Modal merupakan pasar untuk instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjual belikan, baik dalam bentuk utang atau modal sendiri (Anoraga, 2002). Menurut Fahmi (2012) pasar modal adalah tempat berbagai pihak, khususnya perusahaan menjual saham dan obligasi dengan tujuan dari hasil penjualan tersebut nantinya akan digunakan untuk modal perusahaan. Pasar Modal bertindak sebagai penghubung antara para investor dengan perusahaan ataupun institusi pemerintah melalui perdagangan instrumen jangka panjang seperti obligasi, saham, dan lainnya (Rusdin, 2009).

Dalam transaksi di pasar modal, investor dapat langsung meneliti dan menganalisis keuntungan masing-masing perusahaan yang menawarkan modal, pada saat menguntungkan dapat langsung membeli dan menjualnya kembali pada saat harga naik dalam pasar yang sama (Anoraga, 2002). Jadi dalam hal ini investor dapat melakukan jual beli kepada investor lainnya.

Terdapat dua macam pasar modal yaitu pasar perdana dan pasar sekunder. Pasar perdana adalah penawaran surat berharga oleh perusahaan penerbit kepada masyarakat setelah diberi izin emisi oleh bapepam sampai dengan saat pencatatan di bursa (Rusdin, 2009). Tahapan proses penawaran dalam surat berharga melalui

pasar perdana yaitu pengumpulan dan pendistribusian informasi bagi pemodal, masa penawaran, masa penjatahan, masa pengembalian dana penyerahan surat berharga, dan pencatatan surat berharga di bursa.

Pasar sekunder merupakan pasar perdagangan surat berharga yang dilakukan oleh para pemegang saham dan calon pemegang saham (Rusdin, 2009). Uang dari transaksi di pasar sekunder mengalir dari pemegang saham yang satu ke pemegang saham yang lain. Fungsi utama dari pasar sekunder yaitu memberikan likuiditas pada sekuritas yang menjadi instrumen perdagangan, membentuk harga yang wajar, memungkinkan pemodal melakukan diversifikasi investasi dengan jumlah dana yang terbatas, dapat mengurangi risiko secara makro, dan dapat dijadikan indikator dalam perkembangan perekonomian.

Menurut Rusdin (2009) lembaga-lembaga yang terkait dengan pasar modal ada tiga. Pertama, Badan Pembina Pasar Modal merupakan Badan yang bertugas memberikan pengarahan dan pertimbangan kebijakan kepada menteri keuangan di pasar modal, kedua Badan Pelaksana Pasar Modal (BAPEPAM) adalah pengatur pasar modal bertindak sebagai ketua para pelaku pasar modal dan dapat mengevaluasi bila pasar tampak lesu, memantau investor pada jalur yang telah disediakan, meluruskan bila terjadi penyimpangan, menerapkan sanksi hukum bagi yang melanggar ketentuan dan aturan yang berlaku. Yang terakhir Persero Dana Reksa Sebagai perusahaan perseroan yang bertugas melakukan pembelian di bursa dan kemudian menjualnya kepada masyarakat dalam bentuk pecahan saham kecil.

2.1.1.1 Pedoman Investasi di Pasar Modal

Perdagangan surat berharga merupakan kegiatan investasi (Alwi, 2008). Keputusan investasi dari seorang pemodal yang rasional didahului oleh suatu proses analisis terhadap variabel secara fundamental yang diperkirakan akan mempengaruhi harga surat berharga tersebut. Ada lima pokok yang perlu dipertimbangkan dalam keputusan investasi surat berharga yaitu, Kondisi investor atau sikap investor terhadap risiko, motif investasi yaitu pendapatan, keamanan, fasilitas pajak, atau spekulasi, media investasi, teknik dan model analisis, dan strategi Investasi.

Pedagang saham dan pemodal perlu informasi yang lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu didalam membuat keputusan pembelian dan penjualan surat berharga. Informasi yang diperlukan meliputi, Informasi yang berkaitan dengan teknik fundamental meliputi kemampuan manajemen perusahaan, prospek perusahaan, prospek pemasaran, perkembangan teknologi, kemampuan menghasilkan laba, manfaat terhadap perekonomian nasional, kebijakan pemerintah, dan hak-hak investor. Sementara Informasi yang berkaitan dengan faktor teknis yaitu Perkembangan kurs, keadaan pasar apakah dalam kondisi baik atau buruk, volume dan frekuensi transaksi, dan kekuatan pasar.

Menurut Anoraga (2002) agar investor lebih mudah dalam mengambil keputusan-keputusan investasi surat berharga diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Menentukan kebijakan investasi. Investor harus menentukan tujuan investasi dan berapa jumlah dana yang dipersiapkan untuk investasi tersebut.
- b) Analisis sekuritas. Tujuan analisis ini adalah mengetahui sekuritas dengan karakteristik *mispriced*, yaitu sekuritas yang harganya bisa sangat tinggi atau sangat rendah. Dengan kata lain, sekuritas tersebut tidak stabil dalam hal pergerakan harga di bursa. Untuk mengetahui sekuritas mispriced dapat digunakan analisis teknis dan analisis fundamental. Analisis teknis adalah analisis yang menggunakan data empiris berupa perubahan harga pada masa lalu untuk memprediksi harga sekuritas di masa yang akan datang. Analisis fundamental berguna untuk memprediksi harga di masa yang akan datang dengan cara memprediksi prospek perusahaan di masa yang akan datang.
- c) Penentuan portofolio. Portofolio adalah gabungan surat-surat berharga sebagai pilihan investasi. Prinsip portofolio menganut paham *don't put your eggs in one basket*. Yang berarti, dari bermacam-macam sekuritas yang kita miliki, jika salah satunya mengalami keuntungan maka dapat menutup kerugian sekuritas lainnya.
- d) Melakukan revisi portofolio. Pada tahap ini, dilakukan penilaian kembali terhadap 3 langkah sebelumnya. Jika berdasarkan penilaian kembali perlu dilakukan perubahan, maka pada tahap ini perubahan tersebut terjadi.

- e) Penilaian hasil portofolio. Pada tahap ini, investor melakukan evaluasi terhadap keuntungan yang diperoleh dan risiko yang harus ditanggung dari portofolio yang dimiliki.

2.1.1.2 Peran Pasar Modal

Pasar modal mempunyai peran besar bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya (Darmadji, 2001). Bagi perusahaan, pasar modal merupakan tempat yang digunakan untuk memperoleh dana (solusi pembiayaan jangka panjang) dari para investor yang risikonya relatif lebih rendah dibandingkan dengan dana yang diperoleh di pasar uang (Darmadji, 2001). Untuk investor Pasar modal memberikan alternatif investasi berbagai instrumen keuangan bagi para surplus fund yang dapat memberikan return paling optimal (Darmadji, 2001). Dan bagi perekonomian nasional, pasar modal berperan dalam meningkatkan dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan dengan fungsi pasar modal sebagai penghubung antara investor dengan perusahaan (Darmadji, 2001). Oleh karena itu, suatu perusahaan dapat dengan mudah mendapatkan dana untuk meningkatkan produktivitas dan investor dapat memperoleh keuntungan dari dana yang diinvestasikan tersebut.

Dilihat dari segi pembiayaan, kebutuhan dunia usaha terhadap permodalan setiap saat cenderung menunjukkan jumlah yang semakin bertambah (Alwi, 2008). Terjadinya pertambahan permintaan permodalan ini ditunjukkan dengan semakin meningkat kebutuhan untuk aktivitas produksi. Oleh karena itu untuk memudahkan masyarakat dan para produsen untuk mendapatkan

permodalan maka pemerintah bersama lembaga-lembaga ekonomi menyelenggarakan kegiatan pasar modal.

Pasar modal merupakan salah satu bagian dari pasar keuangan yang sangat penting peranannya bagi pembangunan nasional pada umumnya dan bagi pengembangan dunia usaha pada khususnya sebagai salah satu alternatif sumber pembiayaan eksternal oleh perusahaan (Alwi, 2008). Di lain pihak dari sisi pemodal (investor), pasar modal sebagai salah satu sarana investasi dapat bermanfaat untuk meningkatkan nilai tambah terhadap dana yang dimilikinya. Sejak terjadinya krisis moneter pada tahun 1998, yang mengakibatkan begitu banyak perusahaan, serta lembaga perbankan yang kekurangan dana, pasar modal merupakan salah satu alternatif sumber pendanaan yang sangat signifikan bagi dunia usaha (Fahmi, 2012).

2.1.2 Saham

Saham merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan (Rokhmatussa'dyah, 2009). Satu lembar saham adalah satu lembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemiliknya (berapapun porsinya atau jumlahnya) dari suatu perusahaan yang menerbitkan kertas (saham) tersebut (Darmadji, 2001). Menurut Rusdin (2009) Saham adalah surat berharga yang menerangkan bahwa pemilik surat tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat tersebut.

Fahmi (2012) mengatakan bahwa saham adalah tanda bukti penyertaan kepemilikan modal atau dana pada suatu perusahaan, kertas yang tercantum

dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan disertai hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya, persediaan yang siap untuk dijual.

Saham merupakan satuan nilai atau pembukuan dalam berbagai instrumen finansial yang mengacu pada bagian kepemilikan sebuah perusahaan (Lina, 2016). Dengan menerbitkan saham perusahaan yang membutuhkan dana jangka panjang dapat menjual kepentingan dalam berbisnis kepada investor dengan imbalan uang tunai. Saham dijual kepada masyarakat, karena instrumen investasi ini banyak dipilih investor karena mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik.

Masyarakat dapat membeli saham biasa di bursa efek via broker atau pialang. Menurut Lina (2016) tujuan membeli saham adalah mendapatkan keuntungan dari meningkatnya nilai kapital atau *capital gain* atau selisih antara harga beli dan harga jual, mendapatkan dividen atau pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan.

Menurut Anoraga (2002) saham memiliki bermacam-macam bentuk. Macam-macam saham terbagi berdasarkan peralihan kas, berdasarkan hak tagih dan berdasarkan kinerja itu sendiri. Pertama, berdasarkan peralihan kas yaitu Saham atas tunjuk dan saham atas nama. Saham atas tunjuk merupakan jenis saham yang tidak menyertakan nama pemilik dengan tujuan agar saham tersebut dapat dengan mudah dipindahtangankan (Anoraga, 2002). Saham atas nama merupakan saham yang mencantumkan nama dari pemilik saham pada lembar saham (Anoraga, 2002). Saham atas nama juga dapat dipindah tangankan tetapi harus melalui prosedur tertentu.

Kedua, berdasarkan hak tagih atau klaim meliputi Saham biasa dan saham preferen. Saham biasa adalah jenis saham yang memiliki hak klaim berdasar laba atau rugi yang di peroleh perusahaan (Anoraga, 2002). Pemegang saham biasa mendapat prioritas paling akhir dalam pembagian deviden dan penjualan asset perusahaan jika terjadi likuidasi. Didalam kejadian likuidasi para pemegang saham mempunyai sisa klaim dari semua kreditur dan para pemegang saham preferen dipenuhi semua, saham biasa tersebut tidak mempunyai jatuh tempo tetapi para pemegang saham biasa masih dapat mengambil modal mereka dengan menjual saham tersebut di pasar sekunder (Rusdin, 2009).

Saham preferen adalah saham dengan bagian hasil yang tetap dan apabila perusahaan mengalami kerugian maka pemegang saham preferen akan mendapat prioritas utama dalam pembagian hasil atas penjualan asset (Anoraga, 2002). Hampir semua saham preferen mempunyai hak dividen kumulatif, disediakan untuk dividen yang tidak dibayar disetiap tahun namun dibayar ditahun berikutnya, sebelum perusahaan membayar dividen saham biasa perusahaan harus membayar dividen saham preferen yang menunggak (Anoraga, 2002). Pemegang saham preferen tidak mempunyai hak suara kecuali jika perusahaan tidak mampu membayar dividen saham preferen selama periode tertentu, Jika situasi perusahaan tidak membayar dividen saham preferen beberapa kali secara berturut-turut, maka pemegang saham preferen akan mempunyai hak untuk memilih direktur tertentu (Anoraga, 2002).

Kepemilikan saham mempunyai sebuah hak utama dari pemegang saham yaitu, hak untuk mendapatkan deviden dan hak suara untuk memilih dewan

direksi (Atmaja, 2001). Pemegang saham berhak mendapatkan penghasilan dari perusahaan apabila dividen kas dibayarkan. Pemegang saham juga mendapatkan hasil dari kelebihan nilai pasar saham mereka, tetapi tergantung pada dewan direksi untuk pemberian dividen yang memberi mereka penghasilan dari perusahaan. Maka posisi pemegang saham berbeda dengan posisi para kreditur, kreditur dapat mengambil tindakan legal untuk memastikan bahwa perusahaan akan membayar. Ketika perusahaan tidak membagikan laba para pemegang saham tidak berhak atas bantuan legal untuk memaksa perusahaan membayar dividen. Kecuali jika terjadi penipuan maka pemegang saham berhak melaporkan ke pihak yang berwenang dan memaksa membayar dividen.

Pada perusahaan besar para pemegang saham biasanya mengendalikan secara tidak langsung melalui para direksi yang mereka pilih sendiri, dewan direksi kemudian memilih manajemen dan manajemen inilah yang mengendalikan operasi perusahaan. Para pemegang saham biasanya berhak satu suara untuk setiap lembar saham yang mereka miliki, biasanya para pemegang saham sulit hadir pada pertemuan tahunan perusahaan dengan alasan jarak yang jauh, kesibukan, dan yang lainnya, dengan alasan tersebut banyak pemegang saham yang memberikan suaranya melalui dokumen resmi dimana pemegang saham tersebut menandatangani dokumen untuk memilih orang yang dikehendaki menjadi direksi (Atmaja, 2001).

2.1.3 Harga Saham

Harga saham dapat diartikan sebagai harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatar belakangi oleh harapan mereka terhadap profit perusahaan (Anoraga, 2001). Harga saham adalah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh bukti penyertaan atau kepemilikan suatu perusahaan (Fahmi, 2012).

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2001) harga saham dibentuk karena adanya permintaan dan penawaran atas saham. Jika jumlah permintaan melebihi penawaran maka harga saham akan naik, dan berlaku juga apabila penawaran melebihi jumlah permintaan maka harga saham akan turun. Tambunan (2007) menyatakan apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba meningkat, harga saham akan meningkat, begitupun jika perusahaan mengalami penurunan laba maka harga saham akan turun.

Berdasarkan fungsinya nilai harga suatu saham terbagi atas tiga jenis yaitu, nilai nominal merupakan nilai yang tercantum pada saham untuk tujuan akuntansi (Anoraga, 2002), jumlah saham yang dikeluarkan perusahaan dikalikan dengan nilai nominalnya merupakan modal disetor penuh bagi suatu perseroaan dan dalam pencatatan akuntansi nilai nominal dicatat sebagai modal perusahaan didalam neraca. Harga dasar yaitu harga perdana yang dipergunakan dalam perhitungan indeks harga saham (Anoraga, 2002). Untuk menghitung harga dasar yaitu nilai dasar dikalikan dengan total saham yang beredar. Harga Pasar merupakan harga suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar

ditutup atau *closing price* yang menyatakan naik turunnya suatu saham dan setiap hari diumumkan disurat kabar atau media lainnya (Arifin, 2002).

Ketika akan membeli atau menjual saham perlu melakukan analisis harga saham. Tujuan menganalisis saham adalah untuk menaksir nilai intrinsik suatu saham, kemudian dibandingkan dengan harga pasar saat ini (Anoraga, 2002). Pedoman yang digunakan adalah jika nilai intrinsik lebih besar dari harga pasar saat ini, maka saham tersebut dinilai terlalu rendah, sehingga saham seharusnya dibeli (Anoraga, 2002). Jika nilai intrinsik lebih kecil dari harga pasar saat ini, maka saham tersebut dinilai terlalu mahal, sehingga saham harus dijual (Anoraga, 2002). Jika nilai intrinsik sama dengan harga pasar saat ini, maka saham tersebut dinilai wajar harganya dan berada pada kondisi yang seimbang (Anoraga, 2002).

Setiap investor yang menanamkan modalnya perlu menganalisis saham untuk menentukan harga saham yang wajar (Tambunan, 2007). Melalui informasi yang diperoleh investor akan melihat hubungan antara resiko dan hasil yang diharapkan. Tujuan investor atau pemodal melakukan analisa terhadap saham yang menjadi target investasi adalah supaya pemodal mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang kemampuan perusahaan tersebut untuk tumbuh berkembang dimasa yang akan datang (Anoraga, 2002).

2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham yaitu *Return On Equity*, *Return On Asset*, *Net Profit Margin*, *Price Earning Ratio*, dan Pertumbuhan Penjualan (Alwi, 2008).

2.1.4.1 Return On Equity (ROE)

Return On Equity merupakan rasio total modal suatu perusahaan dari sumber daya yang dimiliki agar mampu memberikan laba atas ekuitas (Bastian, 2006). *Return On Equity* bertujuan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar tingkat pengembalian modal sendiri dari saham yang diinvestasikan ke perusahaan melalui besarnya pendapatan atau laba yang dihasilkan perusahaan. Fahmi (2012) mengatakan *Return On Equity* merupakan imbal hasil ekuitas atau disebut juga rasio perputaran total asset. Menurut Tambunan (2007) *Return On Equity* digunakan untuk mengukur rate of return (tingkat imbalan hasil) ekuitas. Semakin tinggi tingkat pengembalian atas modal maka semakin baik kedudukan pemilik perusahaan dan semakin tinggi pula kemampuan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan atau laba bagi pemegang saham, sehingga akan meningkatkan harga saham.

Return On Equity (hasil pengembalian atas ekuitas) yaitu rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2016). Dengan kata lain rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dalam setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

2.1.4.2 Return On Asset (ROA)

Mardiyanto (2009) mengatakan bahwa *Return On Assset* adalah rasio digunakan untuk mengukur kemampuan asset dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Menurut Lestari (2007) *Return On Assset* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Dampak lain, harga saham dari perusahaan tersebut di pasar modal juga akan semakin meningkat sehingga *Return On Assset* akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

Return On Assset mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh atau komprehensif. Rasio ini mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba (Munawir, 2002).

Return On Assset atau hasil pengembalian atas asset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi asset dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2016). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dalam setiap rupiah dana yang tertanam dalam

aset. Sebaliknya semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam asset.

2.1.4.3 *Net Profit Margin (NPM)*

Net Profit Margin adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan (Bastian, 2006). Pernyataan serupa dikemukakan oleh Fabozzi (2000) yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* diperoleh dengan membandingkan laba dengan penjualan. *Net Profit Margin* menurut Atmaja (2001) merupakan ratio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan dikurangi dengan seluruh *expenses* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan.

Net Profit Margin (Marjin Laba Bersih) yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih (Hery, 2016). Semakin tinggi marjin laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih, hal ini dapat disebabkan tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya rendah marjin laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih, hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

2.1.4.4 *Price Earning Ratio (PER)*

Price Earning Ratio merupakan perbandingan antara harga saham di pasar yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima (Anoraga, 2002). *Price Earning Ratio* sebagai indikator untuk memprediksi keberhasilan atau kegagalan yang akan diperoleh investor di masa yang akan datang. Menurut Fahmi (2012) *Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara harga pasar

perlembar saham dan laba perlembar saham. *Price Earning Ratio* merupakan rasio pasar yang membandingkan antara harga pasar suatu saham dengan *Earning Per Share* dari saham yang bersangkutan (Jogiyanto, 2000).

Menurut Hery (2016) *Price Earning Ratio* merupakan rasio yang dipakai untuk mengukur harga pasar setiap lembar saham biasa dengan laba per lembar saham. Hery (2016) juga mengatakan bahwa *Price Earning Ratio* digunakan investor untuk memprediksi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dimasa yang akan datang, investor dapat mempertimbangkan untuk memilih saham mana yang nantinya akan menghasilkan keuntungan dimasa yang akan datang.

Perusahaan yang mempunyai nilai *Price Earning Ratio* yang tinggi menunjukkan nilai pasar yang tinggi pula atas saham tersebut, sehingga saham tersebut akan diminati oleh investor dan hal ini pada akhirnya akan berdampak pada kenaikan harga saham, sebaliknya apabila perusahaan mempunyai *Price Earning Ratio* yang rendah sehingga akan berdampak terhadap penurunan harga saham (Alwi, 2008). Semakin besar *Price Earning Ratio* suatu saham maka dapat dikatakan saham tersebut akan semakin mahal terhadap pendapatan bersih per saham (Arifin, 2002).

2.1.4.5 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan yaitu kenaikan penjualan dari tahun ke tahun atau waktu ke waktu, pertumbuhan penjualan tinggi maka pendapatan juga meningkat (Indrawati, 2002). Pertumbuhan penjualan adalah perubahan penjualan pada laporan keuangan pertahun. Pertumbuhan penjualan yang diatas rata-rata bagi

suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan penjualan yang cepat (Fabozzi, 2000). Bisnis atau produk dengan pertumbuhan tinggi dan pangsa pasar yang tinggi seringkali memerlukan investasi besar untuk mendanai pertumbuhan yang cepat dan pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk (Atmaja, 2001). Menurut Fabozzi (2000) ada empat tahap daur hidup yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap introduksi, 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 pemasaran. 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.

Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahaan memiliki prospek baik dimasa yang akan datang yang akan mempengaruhi harga sahamnya, sehingga pertumbuhan penjualan dapat berpengaruh terhadap kenaikan harga saham (Darmadji, 2001).

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sangat penting untuk diungkapkan karena dapat dipakai sebagai sumber informasi dan bahan acuan yang sangat berguna bagi penulis. Penelitian terdahulu mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Deitiana (2011)	Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan penjualan, dan Dividen Terhadap Harga Saham.	Rasio keuangan berpengaruh terhadap harga saham. Sedangkan Pertumbuhan penjualan, dan Dividen tidak berpengaruh terhadap harga saham.

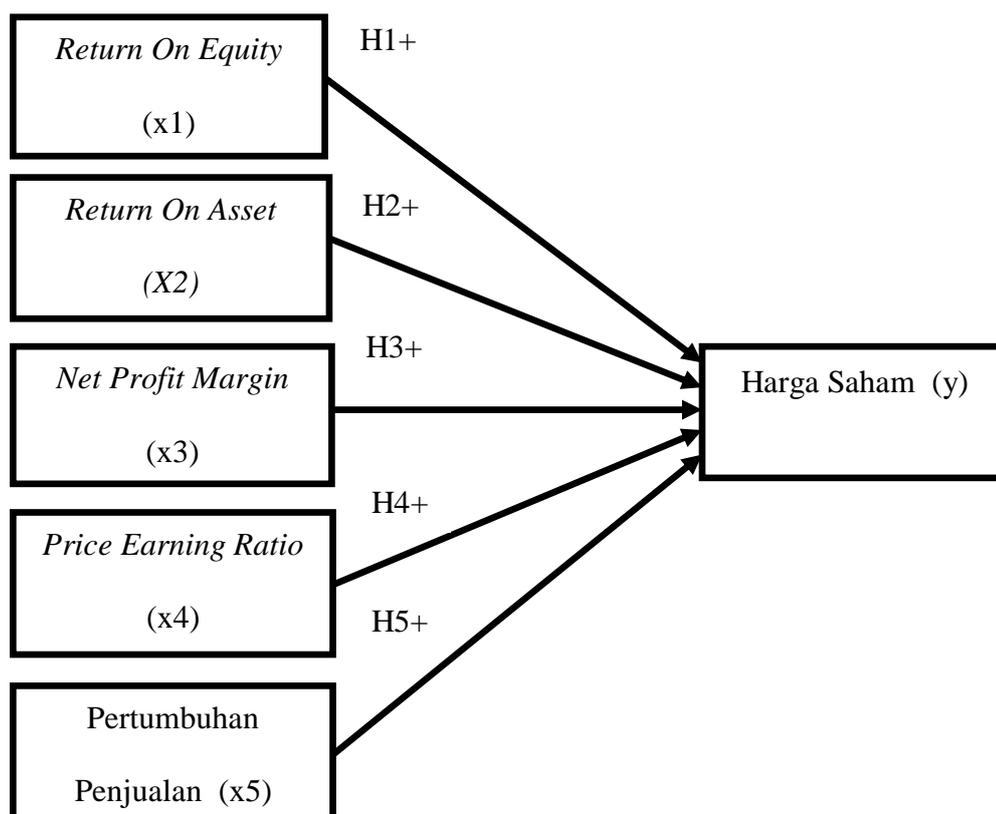
2.	Rinati (2012)	Pengaruh <i>Net Profit Margin, Return On Asset, Return On Equity</i> , terhadap Harga Saham.	<i>Net Profit Margin, Return On Asset, Return On Equity</i> berpengaruh terhadap harga saham.
3.	Apriliyanti (2015)	Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan	Hasil analisis menunjukkan bahwa <i>Return On Asset dan Price Earning Ratio</i> berpengaruh terhadap harga saham.
4.	Murian (2008)	Analisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham	Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham.
5.	Djauharotun (2005)	Pengaruh <i>Earning Pershare</i> dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel <i>Earning Pershare</i> dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham.
6.	Susanti (2013)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Pada Perusahaan Telekomunikasi Di BEI	<i>Return On Equity, Return On Asset dan Net Profit Margin</i> tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Penelitian yang dilakukan saat ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya, dengan variabel yang lebih kompleks, yang melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap harga saham, dengan variabel penelitian *return on equity, return on asset, net profit margin, price earning ratio*, dan pertumbuhan penjualan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tahun pengamatan (pada tahun 2014-2016) dengan tujuan untuk

mengetahui apakah ada perbedaan atau kesamaan hasil dalam penelitian ini dengan penelitian pada tahun-tahun sebelumnya.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham. Untuk pengembangan hipotesis, kerangka pemikiran teoritis yang digunakan dalam penelitian ini variabel independen yaitu *return on equity*, *return on asset*, *net profit margin*, *price earning ratio*, dan pertumbuhan penjualan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah harga saham.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4 Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap permasalahan penelitian, hingga terbukti sampai bukti-bukti yang ada sudah terkumpul (Indriantoro, 2002).

Hipotesis penelitian ini adalah:

2.4.1 Hubungan *Return On Equity* terhadap harga saham.

Return On Equity merupakan rasio total asset suatu perusahaan dari sumber daya yang dimiliki agar mampu memberikan laba atas ekuitas (Bastian, 2006). *Return On Equity* bertujuan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar tingkat pengembalian modal sendiri dari saham yang diinvestasikan ke perusahaan melalui besarnya pendapatan atau laba yang dihasilkan perusahaan. Semakin tinggi tingkat pengembalian atas modal maka semakin baik kedudukan pemilik perusahaan dan semakin tinggi pula kemampuan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan atau laba bagi pemegang saham sehingga akan meningkatkan harga saham. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rinati (2012) dan Apriliyanti (2015) yang menemukan bahwa *Return On Equity* berpengaruh terhadap harga saham.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: *Return On Equity* berpengaruh positif terhadap harga saham.

2.4.2 Hubungan *Return On Assset* terhadap harga saham

Return On Assset adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan aset dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan (Mardiyanto, 2009). Semakin besar *Return On Assset* perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik

pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset, sehingga harga saham perusahaan tersebut akan naik. Hal ini didukung Penelitian yang dilakukan oleh Rinati (2012) yang menemukan bahwa *Return On Asset* berpengaruh terhadap harga saham.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2: *Return On Asset* berpengaruh positif terhadap harga saham.

2.4.3 Hubungan *Net Profit Margin* terhadap harga saham

Net Profit Margin adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan (Bastian, 2006). Semakin besar *Net Profit Margin*, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Sebaliknya jika semakin kecil *Net Profit Margin*, maka kinerja perusahaan akan turun dan investor pun akan berfikir berulang kali untuk menanamkan dananya. Semakin tinggi *Net Profit Margin* suatu perusahaan maka akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut. Pernyataan tersebut sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rinati (2012) yang menemukan bahwa *Net profit Margin* berpengaruh terhadap harga saham.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2: *Return On Asset* berpengaruh positif terhadap harga saham.

2.4.4 Hubungan *Price Earning Ratio* terhadap harga saham.

Price Earning Ratio merupakan perbandingan antara harga saham di pasar yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima (Anoraga, 2002). Rasio ini sebagai indikator untuk memprediksi keberhasilan atau kegagalan

yang akan diperoleh investor di masa yang akan datang. Semakin tinggi nilai *Price Earning Ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga mengalami kenaikan, sehingga investor akan tertarik untuk menanamkan dananya pada perusahaan dan harga saham perusahaan tersebut akan naik. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Apriliyanti (2015) yang menemukan bahwa *Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap harga saham.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H4: *Price Earning Ratio* berpengaruh positif terhadap harga saham.

2.4.5 Hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap harga saham

Pertumbuhan penjualan adalah perubahan penjualan pada laporan keuangan pertahun (Fabozzi, 2000). Pertumbuhan penjualan yang diatas rata-rata bagi suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan penjualan yang cepat. Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka prospek perusahaan ini menjadi daya tarik investor untuk membeli saham. Sehingga saham perusahaan akan naik, dengan demikian pertumbuhan penjualan dapat berpengaruh terhadap kenaikan harga saham (Darmadji, 2001). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Djauharotun (2005) yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H5: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham.