

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Price Earning Ratio*

2.1.1.1 Pengertian *Price Earning Ratio*

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011 : 156) mendefinisikan *Price Earning Ratio* sebagai berikut :

“*Price Earning Ratio* menggambarkan apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan.”

Menurut Fahmi Irham (2020 : 143) *Price earning ratio* didefinisikan sebagai berikut :

“*Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar perlembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham).”

Menurut Tandelilin (2010 : 320) *Price Earning Ratio* didefinisikan sebagai berikut :

“*Price Earning Ratio* adalah rasio atau perbandingan antara harga saham dan *earning* perusahaan. Rasio ini menunjukkan pertumbuhan laba yang dihasilkan perusahaan. Sehingga semakin tinggi PER maka akan semakin mahal saham tersebut terhadap pendapatan per lembar sahamnya.”

Menurut Brigham & Houston (2016 : 144) mendefinisikan *price earning ratio* sebagai berikut :

“*Price Earning Ratio* menunjukkan berapa banyak yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap dolar laba yang dilaporkan “

Dari beberapa penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *price earning ratio* (PER) merupakan nilai yang ditempatkan oleh investor di pasar saham pada setiap pendapatan yang di hasilkan oleh perusahaan. Jika perusahaan

memiliki tingkat pertumbuhan yang rendah biasanya memiliki nilai *price earning ratio* yang rendah sehingga harga sahamnya cenderung murah. Saat terjadinya hal ini maka para investor kebanyakan akan memilih untuk membeli saham yang harganya murah dari berbagai perusahaan *go-public* karena lebih memungkinkan untuk mendapatkan *capital gain* yang besar. Ketika *price earning ratio* tinggi para investor ini malah sebaliknya mereka tidak akan tertarik dengan hal ini karena harga saham akan cenderung tinggi dan memungkinkan untuk tidak naik lagi yang menyebabkan rendahnya *capital gain* yang akan diperoleh.

2.1.1.2 Kegunaan dan Manfaat *Price Earning Ratio*

Menurut Eneng Mutia dan Evi Martaseli (2018) kegunaan dari *price earning ratio* adalah untuk mengetahui bagaimana pasar menghargai kinerja saham suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang digambarkan oleh *earning per share*. Terjadinya naik turun pada *price earning ratio* setiap tahunnya disuatu perusahaan menyebabkan *return* saham tidak stabil. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan kinerja keuangan yang optimal biasanya memiliki *price earning ratio* (PER) yang optimal pula, hal ini membuktikan bahwa pasar menginginkan pertumbuhan kinerja keuangan di masa yang akan datang.

2.1.1.3 Pengukuran *Price Earning Ratio*

Price earning ratio adalah perbandingan antara *market price per share* dengan *earning per share*, rasio ini dapat menunjukkan harga saham dengan melihat hasil dari *price earning ratio* nya. Untuk bisa melihat hasil dari *price earning ratio* maka dapat diukur dengan rumus yang tercantum di buku analisis laporan keuangan oleh Fahmi Irham (2020 : 143) sebagai berikut :

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

2.1.2 *Dividend Yield*

2.1.2.1 *Pengertian Dividend Yield*

Menurut Darmadji & Fakhrudin (2011 : 159) mendefinisikan *dividend yield* sebagai berikut :

“Imbal hasil dividen atau *dividend yield* digunakan untuk mengukur jumlah dividen per saham relatif terhadap harga pasar yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Makin besar *dividend yield* maka akan makin menarik bagi investor.”

Menurut Ranganatham (2006 : 289) dalam Adi Surya Hendrata (2018), *dividend yield* didefinisikan sebagai berikut :

”*Dividend Yield is computed by relating the dividend per share to the market price of the share. The market place provides opportunities for the investor to buy the company’s share at any point of time. The price at which the share has been bought from the market is the actual cost of the investment to the shareholder. High dividend yield ratio are usually interpreted as undervalued companies in the market.*”

Menurut Yogi dan Mimin (2016 : 1051), *dividend yield* didefinisikan sebagai berikut :

“*Dividend yield* merupakan hasil persentase dari keuntungan perlembar saham dibagi dengan harga pasar perlembar saham yang diterima oleh perusahaan.”

Andreas (2013 : 28) mendefinisikan *dividend yield* sebagai berikut :

“*Dividend yield* adalah suatu rasio yang menghubungkan *dividend* yang dibayar dengan harga saham biasa.”

Menurut Jason yang di *review* oleh Michael (2021) menyatakan bahwa :

“*Dividend Yield* adalah perkiraan pengembalian *dividend* hanya dari investasi saham. Dengan asumsi *dividend* tidak hanya naik atau turun, hal itu akan turun saat harga saham naik. Karena *dividend yield* berubah secara relatif terhadap harga saham, seringkali terlihat sangat luar biasa tinggi untuk saham yang nilainya turun dengan cepat.”

Jogiyanto (2017 : 284) mendefinisikan *dividend yield* sebagai berikut :

“*Dividend Yield* merupakan persentase penerimaan kas periodik terhadap harga investasi periode tertentu dari suatu investasi. Untuk saham *yield* adalah dividen terhadap harga saham periode sebelumnya”

Jadi, berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan *dividend yield* menggambarkan seberapa besar persentase keuntungan yang akan didapatkan oleh investor atas sejumlah uang yang mereka investasikan, dilambangkan dengan *Yield*, diukur dengan cara melakukan pembagian antara *dividend per share* dengan harga saham biasa per lembarnya. *Dividend yield* juga dapat disebut sebagai jumlah dividen tahunan dari suatu perusahaan yang dinyatakan dalam persentase dari harga pasar terakhir dari saham perusahaan tersebut.

Dividend yield dapat digunakan sebagai alat analisis oleh investor dalam memperkirakan *return* saham salah satunya melalui adanya pertumbuhan dividen (Latief dan Purwanto, 2015).

2.1.2.2 Pengukuran *Dividend Yield*

Dividend yield merupakan rasio yang menunjukkan persenan seberapa besar pengembalian *dividend* yang dapat diperoleh oleh para investor. Untuk melihat hasil yang dapat diperoleh dari *dividend yield* maka menurut Irham Fahmi (2020 : 144) *dividen yield* dapat diukur dengan membandingkan *dividend per share* terhadap *market price per share*. Di tuliskan sebagai berikut :

$$Dividend Yield = \frac{Dividend Per Share}{Market Price Per Share}$$

2.1.3 *Sales Growth*

2.1.3.1 *Pengertian Sales Growth*

Irham Fahmi (2020 : 142) mendefinisikan rasio pertumbuhan sebagai berikut :

“Rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya didalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini yang umum dilihat dari berbagai segi yaitu dari segi *sales* (penjualan), *earning after tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham.”

Sales growth atau pertumbuhan penjualan bisa diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan suatu perusahaan dari tahun ke tahun. Berikut adalah pengertian *sales growth* dari beberapa sumber. Menurut Widi, Miyasto dan Wisnu (2016 : 135) menyatakan bahwa:

“Pertumbuhan penjualan merupakan perbandingan penjualan tahun yang bersangkutan dengan penjualan tahun sebelumnya. Jika nilainya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan semakin baik dan meningkatkan *return* saham yang dibagikan pada pemegang saham dalam suatu perusahaan.”

Claudia & Anneke (2019 : 3040) mendefinisikan *sales growth* sebagai berikut:

“*Sales growth* atau pertumbuhan penjualan dapat menggambarkan prestasi investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur pertumbuhan di masa yang akan datang.”

Sales growth atau pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan (Kasmir, 2016 : 107)

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *sales growth* atau pertumbuhan penjualan adalah kemampuan perusahaan untuk

meningkatkan tujuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

2.1.3.2 Pengukuran *Sales Growth*

Sales growth merupakan rasio yang menggambarkan pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Untuk melihat pertumbuhan penjualan yang terjadi didalam perusahaan maka menurut Kasmir (2016 : 107) *sales growth* dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

2.1.4 *Return Saham*

2.1.4.1 Pengertian *Return Saham*

Sepertinya memang sudah bukan rahasia lagi, tujuan dari seseorang melakukan investasi adalah untuk mendapatkan *return* dari modal yang ditanamkannya. Bagi para investor *return* ini dianggap hal penting karena merupakan keuntungan yang akan didapat di masa yang akan datang atas investasi yang telah dilakukan oleh seorang investor. Biasanya para investor ini melakukan berbagai macam cara agar dapat memperoleh *return* yang diinginkan, dengan melakukan analisis sendiri pada perilaku perdagangan suatu saham, ataupun dengan menggunakan sarana yang sudah tersedia dari analisis di pasar modal, contohnya dealer, broker dan juga para manajer investasi (Mayuni dan Suarjaya, 2018).

Menurut Jogiyanto didalam bukunya (2017 : 283) mendefinisikan *return* sebagai berikut:

“*Return* merupakan hasil yang diperoleh dari investasi. *Return* dapat berupa *return* yang direalisasikan yang sudah terjadi atau *return* ekspektasian yang belum terjadi tetapi yang diharapkan akan terjadi di masa yang akan datang.”

Menurut Irham Fahmi (2014 : 81) mendefinisikan saham sebagai berikut:

“Saham merupakan salah satu instrument pasar modal yang paling banyak diminati oleh investor, karena mampu memberikan tingkat pengembalian yang menarik. Saham adalah kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang telah dijelaskan kepada setiap pemegangnya.”

Menurut Tandelilin (2010 : 102) mendefinisikan *return* sebagai berikut:

“*return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor dalam mengganggu risiko atas investasi yang dilakukannya.”

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *return* saham merupakan tingkat pengembalian yang didapat oleh seorang investor atas kegiatan investasi yang dilakukan seorang investor berupa saham di pasar modal.

2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Return Saham

Tingkat *return* yang diperoleh oleh para investor dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah faktor makroekonomi yang berada diluar perusahaan. Faktor makroekonomi memiliki pengaruh terhadap kenaikan atau penurunan kinerja perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Mahmud (2016) ketika terjadi perubahan pada faktor makroekonomi, investor akan mengkalkulasi dampaknya, baik yang positif maupun yang negatif terhadap kinerja perusahaan beberapa tahun ke depan, kemudian mengambil keputusan untuk membeli atau menjual saham.

Menurut Tandelilin (2010 : 102-104) investor perlu mempertimbangkan tingkat risiko suatu investasi sebagai dasar pembuat keputusan investasi. Ada

beberapa sumber risiko yang bisa mempengaruhi suatu investasi, sumber-sumber yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Risiko Suku Bunga

Perubahan suku bunga bisa mempengaruhi variabilitas *return* suatu investasi.

Perubahan suku bunga akan mempengaruhi harga saham secara terbalik, *ceteris paribus*. Artinya, jika suku bunga meningkat, maka harga saham akan turun, *ceteris paribus*. Demikian pula sebaliknya, jika bunga turun, harga saham naik.

2. Risiko Pasar

Fluktuasi pasar secara keseluruhan yang mempengaruhi variabilitas *return* suatu investasi. Fluktuasi pasar biasanya ditunjukkan oleh berubahnya indeks pasar saham secara keseluruhan. Perubahan pasar dipengaruhi oleh banyak faktor seperti munculnya resesi ekonomi, kerusuhan, ataupun perubahan politik.

3. Risiko Inflasi

Inflasi yang meningkat akan mengurangi kekuatan daya beli rupiah yang telah diinvestasikan. Oleh karena itu, risiko inflasi juga bisa disebut sebagai risiko daya beli. Jika inflasi mengalami peningkatan, investor biasanya menuntut tambahan premium inflasi untuk mengkompensasi penurunan daya beli yang dialaminya.

4. Risiko Bisnis

Risiko dalam menjalankan bisnis dalam suatu jenis industri disebut sebagai risiko bisnis. Misalnya, perusahaan pakaian jadi yang bergerak pada bidang tekstil akan sangat dipengaruhi oleh karakteristik industri tekstil itu sendiri.

5. Risiko Finansial

Risiko ini berkaitan dengan keputusan perusahaan untuk menggunakan hutang dalam pembiayaan modalnya. Semakin besar proporsi hutang yang digunakan perusahaan. Semakin besar risiko finansial yang dihadapi perusahaan.

6. Risiko Likuiditas

Risiko ini berkaitan dengan kecepatan suatu sekuritas yang diterbitkan perusahaan bisa diperdagangkan dipasar sekunder. Semakin cepat suatu sekuritas diperdagangkan, semakin likuid sekuritas tersebut, demikian sebaliknya. Semakin tidak likuid suatu sekuritas semakin besar pula risiko likuiditas yang dihadapi perusahaan.

7. Risiko Nilai Tukar Mata Uang

Risiko ini berkaitan dengan flutuasi nilai tukar mata uang domestik (negara perusahaan tersebut) dengan nilai mata uang negara lainnya. Risiko ini juga dikenal sebagai risiko mata uang (*currency risk*) atau risiko nilai tukar (*exchange rate risk*).

8. Risiko negara

Risiko ini juga disebut sebagai risiko politik, karena sangat berkaitan dengan kondisi perpolitikan suatu negara. Bagi perusahaan yang beroperasi di luar negeri, stabilitas politik dan ekonomi negara bersangkutan sangat penting diperhatikan untuk menghindari risiko negara yang terlalu tinggi.

2.1.4.3 Jenis-Jenis *Return* Saham

Menurut Jogiyanto (2017 : 283) *return* saham dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu :

1. *Return* Realisasian (*Realized Return*)

Return realisasian (*realized return*) merupakan *return* yang telah terjadi. *Return* realisasian dihitung menggunakan data historis. *Return* realisasian penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan. *Return* realisasian atau *return* histori ini juga berguna sebagai dasar penentuan *return* ekspektasian (*expected return*) dan risiko di masa datang.

2. *Return* Ekspektasian (*Expected Return*)

Return ekspektasian (*expected return*) adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang. Berbeda dengan *return* realisasian yang sifatnya sudah terjadi, *return* ekspektasian sifatnya belum terjadi.

Sedangkan menurut Tandelilin (2010 : 10) jenis-jenis *return* saham yaitu sebagai berikut :

1. *Return* Aktual (*Realized Return*)

Tingkat *return* yang telah diperoleh investor.

2. *Return* Harapan (*Expected Return*)

Tingkat *return* yang diantisipasi investor di masa mendatang.

3. *Return* yang Disyaratkan (*Required*)

Return yang diperoleh secara historis yang merupakan tingkat *return* minimal yang dikehendaki oleh investor atas preferensi subyektif investor terhadap risiko.

2.1.4.4 Komponen *Return* Saham

Menurut Tandelilin (2010 : 102) sumber-sumber *return* investasi terdiri dari dua komponen utama, yaitu :

1. *Yield*

Yield merupakan komponen *return* yang mencerminkan aliran kas atau pendapatan yang diperoleh semacam periodik dari suatu investasi. Jika kita berinvestasi pada sebuah obligasi misalnya, maka besarnya *yield* yang ditunjukkan dari bunga obligasi yang dibayarkan. Demikian pula halnya jika kita membeli saham, *yield* ditunjukkan oleh besarnya *dividen* yang kita peroleh. Perlu diketahui bahwa *yield* hanya akan berupa nol (0) dan positif (+).

2. *Capital Gain (Loss)*

Capital gain adalah selisih dari harga beli dan harga jual dari suatu aset investasi yang di mana akan menjadi keuntungan bagi investor. Oleh sebab itu, dapat dikatakan sebagai keuntungan modal yang didapat oleh investor dari hasil penjualan aset atau menjual aset yang investasi yang dimilikinya. Sementara itu, di Indonesia, *capital gain* seringkali disebut dengan istilah keuntungan modal.

Capital loss yang diartikan sebagai kerugian modal adalah penurunan nilai investasi yang menimbulkan kerugian bagi *investor* yang disebabkan oleh perbedaan harga jual dengan harga beli suatu aset, di mana harga jual lebih

rendah dibandingkan dengan harga beli atau harga dasarnya. Dalam kata lain, *capital gain (loss)* bisa juga diartikan sebagai perubahan harga sekuritas. *Capital gain (loss)* bisa berupa angka minus (-), nol (0) dan positif (+).

2.1.4.5 Pengukuran *Return Saham*

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan estimasi *return* harapan atau *expected return*. Jogiyanto (2017 : 283) mendefinisikan *expected return* sebagai berikut :

“*expected return* adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang. *Return* ekspektasian ini bersifat belum terjadi.”

Tandelilin (2010 : 10) mendefinisikan *expected return* adalah sebagai berikut :

“*Return* harapan (*expected return*) merupakan tingkat *return* yang terjadi diantisipasi investor di masa mendatang.”

Menurut Ross *et all* (2016 : 331) mendefinisikan *expected return* sebagai berikut:

“*Expected return is the return that an individual expect a stock to earn over the next period. an individual's expects may simply be the average return per period a security has earned in the past.*”

Jadi dapat disimpulkan bahwa *expected return* merupakan *return* yang diharapkan oleh para investor dimasa yang akan datang, dengan harapan setidaknya diperoleh sebesar rata-rata *return* per periode yang telah didapatkan oleh perusahaan. *Expected return* juga bersifat belum terjadi, jadi *expected return* ini adalah *return* yang belum pasti hasilnya.

Menurut Jogiyanto (2017 : 301) *expected return* dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$E(R_i) = \sum_{j=1}^n (R_{ij} \times P_j)$$

Keterangan :

$E(R_i)$ = *return* ekspektasian suatu aktiva atau sekuritas ke-i

R_{ij} = hasil masa depan ke-j untuk sekuritas ke-i

P_j = probabilitas hasil masa depan ke-j (untuk sekuritas ke-i)

n = jumlah dari hasil masa depan

2.2 Kerangka Pemikiran

Investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa-masa yang akan datang (Sunariyah, 2011 : 4). Melakukan investasi baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek melalui pasar modal. Investasi di pasar modal yang populer dikalangan masyarakat salah satunya adalah saham. Saham adalah tanda penyertaan, andil, atau pemilikan seseorang atau lembaga dalam suatu perusahaan (Taufik Hidayat, 2010 : 96).

Dalam melakukan investasi, tentu saja seorang investor ingin mendapatkan keuntungan dari dana yang telah di investasikannya. Maka dari itu, seorang investor harus bisa menilai baik atau buruknya suatu kinerja perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan. Menurut Robert Ang (1997)

menyatakan bahwa *return* adalah tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang dilakukannya, dalam hal ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi *return* saham. Menurut Alwi Z Iskandar (2003) dalam Rika (2014) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *return* saham salah satunya adalah *price earning ratio*.

Price Earning Ratio (PER) adalah salah satu faktor paling dasar bagi perusahaan untuk mengetahui tingkat keuntungan (*return*) yang akan diperoleh oleh perusahaan tersebut terhadap harga sahamnya. *Price Earning Ratio (PER)* dapat diketahui dengan cara membagi harga saham tersebut dengan membagi harga saham perusahaan tersebut dengan *Earning Per Share (EPS)*. Dimana *Earning Per Share (EPS)* merupakan laba per lembar saham yang didapatkan oleh perusahaan dengan menghitung laba bersih yang dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Pengaruh *Price Earning Ratio* terhadap Return Saham Menurut Arifin, 2001 yang dikutip oleh Fahriansyah dalam penelitiannya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *Price Earning Ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang. Sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung memiliki *Price Earning Ratio* yang rendah pula. Semakin rendah *Price Earning Ratio* suatu saham maka semakin baik atau murah harga sahamnya untuk di investasikan. *Price Earning Ratio* menjadi rendah nilainya bisa karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. Jadi semakin kecil nilai *Price Earning Ratio* maka semakin

murah saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut

Price Earning Ratio dalam melakukan analisis laporan keuangan suatu perusahaan. Menurut Fahmi (2020 : 143) *Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). *Price earning ratio* dapat diukur dengan menggunakan perbandingan *market price per share* dengan *earning per share*. Penelitian yang dilakukan oleh Enggar Dwi Asrini tahun 2020 yang menunjukkan hasil bahwa *price earning ratio* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *return* saham dengan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000. Nilai ini lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jadi semakin kecil nilai *price earning ratio* maka semakin murah saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eneng Mutia dan Evi Martaseli (2018) yang mendapatkan hasil *price earning ratio* berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Mayuni dan Gede Suarjaya yang mendapatkan hasil bahwa *price earning ratio* tidak berpengaruh secara signifikan.

Dividen Yield merupakan hasil persentase dari keuntungan per lembar saham dibagi dengan harga saham per lembar saham yang diterima oleh

perusahaan. Tingginya suatu *Divided Yield* menunjukkan bahwa suatu pasar modal dalam keadaan *undervalued* yang artinya jika harga pasar saham lebih kecil dari nilai wajarnya maka saham tersebut harus dibeli dan ditahan sementara dengan tujuan untuk mendapatkan *capital gain* jika kemudian harganya kembali naik.

Pengaruh *Dividend Yield* terhadap *return* saham yaitu semakin tingginya tingkat *Dividend Yield* maka akan menaikkan tingkat *Return* Saham maka perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang besar pula dan akan berpengaruh secara positif terhadap *return* Saham. Adanya peningkatan rasio *Dividend Yield* akan menarik investor untuk membeli saham yang akan meningkat harga saham yang pada akhirnya akan meningkatkan *return* Saham

Dalam Gumanti (2013) investor menggunakan *Dividend Yield* sebagai patokan penilaian investasi, yaitu mereka akan memilih saham-saham yang memiliki *Dividend Yield* yang tinggi. Bukti empiris yang menunjukkan dukungan bahwa saham dengan *Dividend Yield* yang tinggi mampu menghasilkan *return* lebih tinggi. Penulis juga menggunakan *Dividend Yield* dalam melakukan analisis laporan keuangan.

Menurut Yogie dan Mimin (2016 : 1051) *dividend yield* merupakan hasil persentase dari keuntungan perlembar saham yang diterima oleh perusahaan. *Dividend yield* ini dapat diukur dengan membandingkan *dividend per share* dengan *market price per share* (Fahmi, 2020 : 144). Penelitian yang dilakukan oleh James Andi Wijaya pada tahun 2015 yang menunjukkan hasil bahwa *dividend yield* berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham dengan nilai signifikansi 0,013 nilai ini lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Memiliki koefisien beta yang tidak standar

sebesar 0,97, yang artinya bahwa untuk setiap kenaikan 1 persen dalam *dividend yield* + 0,5, *return* saham + 0,5 akan meningkat sebesar 0,97 persen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yogie Rahmanda Putra dan Mimin Widaningsih (2016) yang memperoleh hasil *dividend yield* berpengaruh positif terhadap *return* saham yang artinya semakin tinggi tingkat *dividend yield*, maka akan menaikkan tingkat *return* saham. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Cynthia dan Susanto Salim (2020) yang mendapatkan hasil bahwa *dividend yield* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham dengan nilai signifikansi sebesar $0,744 > 0,05$. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nico Alexander dan Nicken Destriana (2013) yang memperoleh hasil *dividend yield* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham dengan nilai signifikansi $0,542 > 0,05$ yang artinya *dividend yield* tidak berpengaruh karena harga saham yang besar tidak menunjukkan pembagian dividen besar pula.

menurut Riyanto (2001) dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan mengindikasikan keberhasilan investasi di periode masa lalu serta dapat dijadikan prediksi di masa yang akan datang dengan ditandai dengan meningkatnya harga saham sehingga dapat menarik investor serta dapat menambah persentase pertumbuhan angka penjualan pada perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar juga keuntungan yang di peroleh. Tingkat pertumbuhan aset yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu berkembang. Hal ini akan menarik investor untuk membeli

saham perusahaan tersebut. Dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan menaikkan harga saham dan berdampak pada *return* saham.

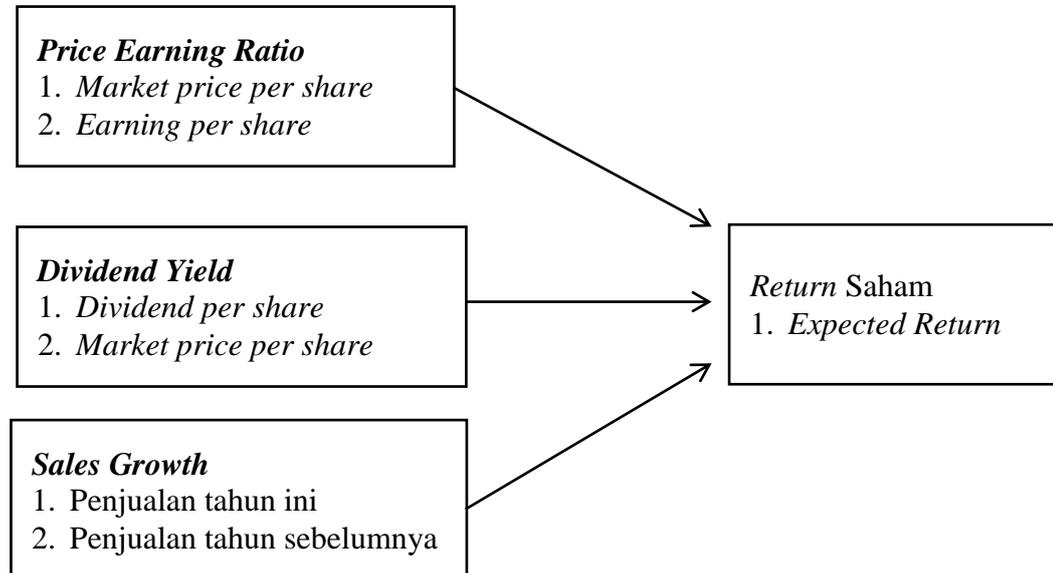
Pengaruh *Sales Growth* terhadap *return* saham dilihat dari pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mencerminkan pendapatan yang tinggi pula sehingga *return* saham ikut meningkat. Sesuai *signaling hypothesis theory* yang menyatakan bahwa perusahaan dengan *sales growth* yang lebih besar mengindikasikan sinyal yang baik atau *good news* bagi para investor sehingga semakin besar pertumbuhan penjualannya maka akan semakin tinggi juga *return* sahamnya. Maka jika ada kenaikan *sales growth* akan sering kali diikuti dengan kenaikan *return* saham. Demikian pula sebaliknya bagi investor, sehingga semakin rendah *sales growth* maka akan semakin rendah *return* sahamnya.

Menurut Susanti dan Yuwono (2015) semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka kebutuhan investasi akan semakin tinggi yang akan tercermin dari harga saham yang tinggi pada suatu perusahaan dan memicu nilai *return* saham positif yang membuat investor tertarik untuk menanamkan modal saham pada perusahaan tersebut. Menurut Kasmir (2016 : 107) *sales growth* atau pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. *Sales growth* dapat diukur dengan membandingkan penjualan tahun ini dikurangi penjualan tahun sebelumnya dengan penjualan tahun sebelumnya (Kasmir, 2016 : 107). Penelitian yang dilakukan oleh Widi Savitri Andriasari, Miyasto dan Wisnu Mawardi pada tahun 2016 yang memperoleh hasil bahwa *sales growth* berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham dengan nilai signifikansi $0,033 < 0,05$.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cynthia dan Susanto Salim (2020) yang memperoleh hasil bahwa *sales growth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *return* saham dan Denli Herianto Deannes Isyнуwardhana (2020) yang juga memperoleh hasil *sales growth* berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

Dengan demikian, berdasarkan uraian diatas secara keseluruhan maka *Price Earning Ratio*, *Dividend Yield* dan *Sales Growth* disimpulkan berpengaruh terhadap *Return Saham*.

Berdasarkan telaah pustaka yang telah diuraikan dan mengacu pada penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran yang dapat disusun yang diimplementasikan pada bagan kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Secara etimologis, kata hipotesis berasal dari dua kata yaitu kata hypo yang berarti “kurang dari” dan thesis yang berarti pendapat. Menurut Sugiyono (2019 : 219) hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Price Earning Ratio* pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara parsial berpengaruh positif terhadap *Return Saham*.
2. *Dividend Yield* pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara parsial berpengaruh positif terhadap *Return Saham*.
3. *Sales Growth* pada perusahaan sektor *consumer goods industry* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Return Saham*.
4. *Price Earning Ratio Dividend Yield* dan *Sales Growth* pada perusahaan sektor *consumer goods industry* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *return saham*.