

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Earning Per Share*

2.1.1.1 Pengertian *Earning Per Share*

Earning Per Share atau laba per lembar saham adalah tingkat keuntungan bersih untuk tiap lembar sahamnya yang mampu diraih perusahaan pada saat menjalankan operasinya. *Earning Per Share* merupakan alat analisis yang dipakai untuk melihat keuntungan dengan dasar saham. *Earning Per Share* dihitung dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan jumlah lembar saham yang beredar. Rasio ini menggambarkan besarnya pengembalian modal untuk setiap satu lembar saham (Darsono dan Ashari, 2005:57).

Earning Per Share adalah rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi (Kasmir, 2012:207).

Earning Per Share merupakan rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham. *Earning Per Share* menggunakan profitabilitas perusahaan yang tergambar pada setiap lembar saham. Makin tinggi nilai *Earning Per Share* tentu saja menggembirakan pemegang saham karena semakin besar laba yang

disediakan untuk pemegang saham dan kemungkinan peningkatan jumlah dividen yang diterima pemegang saham (Darmadji dan Fakhrudin, 2012: 154).

Earning Per Share menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi semua pemegang saham perusahaan. Besarnya *Earning Per Share* suatu perusahaan bisa diketahui dari informasi laporan keuangan perusahaan. Meskipun beberapa perusahaan tidak mencantumkan besarnya *Earning Per Share* perusahaan bersangkutan dalam laporan keuangannya, tetapi besarnya *Earning Per Share* suatu perusahaan bisa dihitung berdasarkan informasi laporan neraca dan laporan laba rugi perusahaan (Eduardus Tandelilin, 2010:374)

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Earning Per Share*

Menurut Brigham (2010:23) yang diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Earning Per Share* yaitu:

Faktor penyebab naiknya *Earning Per Share*:

- a) Laba bersih naik dan jumlah lembar saham beredar tetap.
- b) Laba bersih tetap dan jumlah lembar saham beredar turun.
- c) Laba bersih naik dan jumlah lembar saham beredar turun.
- d) Persentase kenaikan laba bersih lebih besar dibandingkan persentase kenaikan jumlah lembar saham.
- e) Persentase penurunan jumlah lembar saham lebih besar dibandingkan persentase penurunan laba bersih.

Faktor penyebab Penurunan *Earning Per Share* :

- a) Laba bersih tetap dan jumlah saham beredar naik.
- b) Laba bersih turun dan jumlah saham beredar tetap.

- c) Laba bersih turun dan jumlah saham beredar naik.
- d) Persentase penurunan laba bersih lebih besar daripada jumlah saham beredar.
- e) Persentase kenaikan jumlah saham beredar lebih besar daripada kenaikan laba bersih.

2.1.1.3 Perhitungan *Earning Per share*

Untuk mengetahui *Earning Per Share* dalam perusahaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{lababersihsetelahbungadanpajak}}{\text{jumlahsahambereedar}}$$

Disamping rumus di atas *Earning Per Share* dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$EPS = ROE \times \text{nilai buku per lembar saham}$$

$$EPS = \frac{\text{lababersihsetelahbungadanpajak}}{\text{jumlahmodalsendiri}} \times \frac{\text{jumlahmodalsendiri}}{\text{jumlahsahambereedar}}$$

(Eduardus Tandelilin, 2010:374)

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

2.1.2.1 Pengertian Penjualan

Penjualan sangat penting dalam menjalankan perusahaan, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Penjualan yang tinggi maka keuntungan yang didapatkan semakin maksimal. Perusahaan tidak akan berkembang apabila tidak mampu menjual produk yang dihasilkan, sebaliknya perusahaan mampu terus meningkatkan penjualan maka perusahaan mampu eksis dalam persaingan usaha. Penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat

menyesuaikan kebutuhan dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak (Moekijat, 2011:488).

Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi-pribadi dan disesuaikan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan (Kotler, 2001:41).

Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Swastha, 2001:8).

2.1.2.2 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan yaitu keberhasilan investasi dimasa lalu, bisa dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga bisa dikatakan karakteristik permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan pendapatan yang meningkat sehingga dividen pun cenderung meningkat. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung membutuhkan banyak dana dari sumber eksternal. Penjualan yang tinggi akan meningkatkan suatu perusahaan. Semakin tingginya penjualan maka akan meningkatkan laba perusahaan, sehingga meningkatnya perusahaan dan menunjang pertumbuhan perusahaan (Barton *et al.* 1989).

Pertumbuhan penjualan adalah perubahan total penjualan perusahaan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya. Pertumbuhan penjualan merupakan

perubahan penjualan per tahun pada laporan keuangan (Indrawati & Suhendro: 2006).

Pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan yang tinggi dan stabil dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal (Harahap, 2008:309).

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Persentase penjualan adalah suatu metode perencanaan keuangan, yang mana semua akun dalam laporan keuangan perusahaan berubah tergantung pada prediksi tingkat penjualan perusahaan (Sudana, 2011:57).

2.1.2.3 Perhitungan Pertumbuhan Penjualan

Untuk mengetahui pertumbuhan penjualan dapat dihitung sebagai berikut:

$$growth\ of\ sales = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}} \times 100\% \quad (\text{Indrawati \& Suhendro: 2006})$$

Keterangan :

S_t : penjualan pada tahun ke t

S_{t-1} : penjualan pada periode sebelumnya

2.1.3 Harga Saham

2.1.3.1 Pengertian Harga Saham

Harga saham merupakan indikator keberhasilan dalam mengelola suatu perusahaan. Harga saham yang selalu naik dalam suatu perusahaan, investor dan

calon investor menilai bahwa perusahaan berhasil dalam mengelola usahanya tersebut. Begitupun sebaliknya, jika perusahaan yang memiliki saham yang selalu turun maka investor dan calon investor akan menilai perusahaan tersebut gagal dalam menjalankan perusahaannya, investor dan calon investor pun menilai kurang baik (Sandre Sutanto: 2007).

Harga saham menentukan kekayaan pemegang saham. Maksimalisasi kekayaan pemegang saham diterjemahkan menjadi memaksimalkan harga saham perusahaan. Harga saham pada satu waktu tertentu akan bergantung pada arus kas yang diharapkan diterima dimasa depan oleh investor rata-rata jika investor membeli saham (Irham Fahmi, 2015:84).

Harga saham mencerminkan semua informasi yang ada di masyarakat yang berhubungan dengan suatu nilai perusahaan. Harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal (Sartono, 2008:70).

Harga saham merupakan harga yang terjadi di pasar bursa pada waktu tertentu, dimana harga saham bisa berubah naik ataupun turun dalam hitungan waktu yang begitu cepat, yaitu dapat berubah dalam hitungan menit bahkan dapat berubah dalam hitungan detik, hal tersebut dimungkinkan karena tergantung dengan permintaan dan penawaran antara pembeli saham dan penjual saham (Darmadji dan Fakhrudin, 2012:102)

Harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu dan harga saham tersebut ditentukan oleh pelaku pasar. Tinggi rendahnya harga saham ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham tersebut di pasar modal (Jogiyanto, 2011:143).

2.1.3.2 Nilai Saham Berdasarkan Fungsinya

Menurut Hartono (2016:161) nilai saham dapat dibedakan menjadi tiga (3) yaitu:

1) Nilai Buku (*Book Value*)

Nilai buku merupakan nilai saham menurut pembukuan perusahaan emiten. Salah satu bentuk nilai buku adalah nilai normal, yaitu nilai kewajiban yang ditetapkan untuk tiap-tiap lembar saham.

2) Nilai Pasar (*Market Value*)

Nilai pasar adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar pada saat permintaan dan penawaran saham bersangkutan di pasar bursa.

3) Nilai Intrinsik (*Intrinsic Value*)

Nilai intrinsik adalah harga saham di pasar bursa yang mencerminkan nilai sebenarnya dari suatu saham perusahaan.

2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham

Menurut Teori Ekonomi, harga saham yang terjadi di pasar bursa selalu berfluktuasi setiap saat. Fluktuasi harga saham disebabkan oleh permintaan dan penawaran. Jika jumlah penawaran lebih besar dari permintaan maka kurs harga saham akan cenderung turun, sebaliknya apabila permintaan lebih besar dari penawaran maka kurs harga saham cenderung naik.

Menurut Irham Fahmi (2013:43) faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham:

1) Kondisi mikro dan makro ekonomi.

- 2) Kebijakan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi (perluasan usaha), seperti membuka kantor cabang dan kantor cabang pembantu, baik yang dibuka di domestik maupun luar negeri.
- 3) Pergantian direksi secara tiba-tiba.
- 4) Adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan.
- 5) Kinerja perusahaan yang terus mengalami penurunan dalam setiap waktunya.
- 6) Risiko sistematis, yaitu suatu bentuk risiko yang terjadi secara menyeluruh dan telah ikut menyebabkan perusahaan ikut terlibat.
- 7) Efek dari psikologi pasar yang ternyata mampu menekan kondisi teknikal jual beli saham.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktava Kartika Sari (2017), Pankaj Kumar (2017), Yustina Wahyu Cahyaningrum dan Tiara Widya Antikasari (2017), Stefani Chandra dan Sherly Veronica (2017), Fiona Mutiara Effendi dan Ngatro (2018), Pande Wijaya Rahmadewi dan Nyoman Abudanti (2018), dan Debora Sitonga, dkk (2019) menyatakan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh positif terhadap harga saham. Sedangkan menurut Pradeep Kumar (2017) *Earning Per Share* berpengaruh negatif terhadap harga saham. Tetapi menurut Imelda Khairani (2016) dan Qahfi Romula Siregar dan Salman Farisi (2018) menyatakan bahwa *Earning Per Share* tidak berpengaruh pada harga saham. Selain *Earning Per Share*, menurut peneliti Debora Sitonga, dkk (2019) menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham,

tetapi peneliti lain yaitu Tita Deitiana (2011), Oktava Kartika Sari (2017), dan Stefani Chandra dan Sherly Veronica (2017) mempunyai pendapat yang berbeda bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap harga saham

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, menurut Jajang Badruzaman (2019) dan Kadek Yurika Dwi Safitri, dkk (2020) menyatakan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh positif terhadap harga saham. Elyzabet Indrawati Marpaung (2011) pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap struktur keuangan.

M. Syafiudin Hidayat (2013) menyatakan kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap kebijakan utang, akan tetapi struktur aktiva mempunyai pengaruh positif terhadap kebijakan utang. Ayu Nurhayani Aisyah dan Kastawan Mandala (2013) menyatakan *Operating Cash Flow* berpengaruh positif terhadap *return* saham, *Earning Per Share* berpengaruh negatif terhadap *return* saham, dan *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap *return* saham. M. Zulqarnain Jatoi, dkk (2014) menyatakan *Earning Per Share* berpengaruh positif terhadap nilai pasar saham.

Ondrej Machek dan Martin Machek (2014) menyatakan produktivitas, tenaga kerja, modal, dan frekuensi kunjungan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan. Mawar Sharon Pantow, dkk (2015) menyatakan pertumbuhan penjualan dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ni Made Novione Purnama Dewi

Suweta dan Made Rusmala Dewi (2016) menyatakan pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aktiva berpengaruh positif terhadap struktur modal. Dwi Ari Setyowati, dkk (2020) menyatakan bahwa *Return on Equity* tidak berpengaruh terhadap *Earning Per Share*. Berbeda dari semua penelitian yang ada, Harshad M.

Tandel Rofel (2016) menyatakan bahwa rasio laba per saham tidak ada tren dalam semua rentetan *Earning Per Share*.

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan rencana penelitian yang akan dilakukan penulis sebagai berikut:

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Rencana Penulis

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
1	Elyzabet Indrawati Marpaung	Pengaruh pertumbuhan penjualan, <i>Leverage</i> Operasi, dan profitabilitas terhadap struktur keuangan.	Pertumbuhan penjualan dan penjualan	<i>Leverage</i> operasi dan profitabilitas sebagai variabel bebas Struktur keuangan	Pertumbuhan penjualan, <i>leverage</i> operasi dan profitabilitas secara simultan yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan. Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan <i>Leverage</i> operasi tidak mempunyai pengaruh yang	Jurnal Akuntansi Volume 2, No.1, Mei 2011:1-14 ISSN 2085-8698

- signifikan terhadap struktur keuangan Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap struktur keuangan
- 2 Tita Deitiana Pengaruh rasio keuangan, pertumbuhan penjualan dan dividen terhadap harga saham
- Pertumbuhan penjualan sebagai variabel bebas Harga saham sebagai variabel terikat
- Pengaruh rasio keuangan dan dividen terhadap harga saham
- Ada pengaruh variable profitabilitas terhadap harga saham. Tidak ada pengaruh variabel pertumbuhan terhadap harga saham. Tidak ada pengaruh variabel dividen terhadap variabel harga saham
- Jurnal Akuntansi Volume 13, No. 1, April 2011: 57-66 ISSN 1410-9875
- 3 M Syafiudin Hidayat Pengaruh kepemilikan manajerial, kebijakan dividen,
- Pertumbuhan penjualan
- Pengaruh kepemilikan manajerial, utang,
- Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kebijakan utang
- Jurnal Ilmu Manajemen | Volume 1, No. 1, Januari 2013

	struktur aktiva, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan utang	kebijakan Kebijakan <i>dividen</i> <i>dividen</i> , struktur negatif terhadap aktiva, kebijakan utang ukuran Struktur aktiva perusahaan menunjukkan n sebagai pengaruh positif variabel terhadap kebijakan bebas utang	E-ISSN 2549- 192X
		Kebijaka n utang sebagai variabel terikat	
4	Ayu Nurhayani Aisah dan Kastawan Mandala Pengaruh <i>return on per share</i> <i>equity</i> , <i>earning per</i> <i>share, firm</i> <i>size dan</i> <i>operating</i> <i>cash flow</i> terhadap <i>return</i> saham	<i>Earning Return on Operating cash</i> <i>Return on equity, firm size</i> dan <i>operating cash flow</i> sebagai variabel bebas Return saham sebagai <i>firm size</i> tidak	<i>cash</i> memiliki yang dan memiliki pengaruh dan positif dan signifikan terhadap saham, eps memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap saham sedangkan roe dan tidak
			E-Jurnal Manajemen Unud Volume 5, No.11, 2016:6907- 6936 ISSN : 2302- 8912

- variabel memiliki pengaruh terikat terhadap *return* saham.
5. Muhamma A d. Zulqarnain Jatoi, Ghulam Shabir, Naqvi Hamad, Nadeem Iqbal, dan Khan Muhamma d.
- A Regressional Impact of per share Earning per Share on Market Value of Share A Case Study Cement Industry of Pakistan.*
- Pengaruh *earning per share* (EPS) sebagai variabel bebas Harga saham sebagai variabel terikat
- Pengaruh regresi *Earning per share* (EPS) berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar saham.
- International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences Volume 4, No.4, October 2014, pp. 221–227 E-ISSN: 2225-8329
6. Ondřej Machek, Martin Machek
- Factors of Business Growth: A Decomposition of Sales Growth into Multiple Factors*
- Pertumbuhan penjualan
- Empat faktor kunci yang memengaruhi pertumbuhan penjualan dari waktu ke waktu: produktivitas tenaga kerja (penjualan-per-pekerja), intensitas tenaga kerja
- WSEAS TRANSACTIONS on BUSINESS and ECONOMIC S Volume 11, 2014 E-ISSN:

- (pekerja-per-aset), 2224-2899
intensitas modal
(aset-
konsumen) dan
frekuensi
kunjungan
(pelanggan per unit
waktu).
- 7 Mawar Analisa Pertumbu Ukuran Pertumbuhan Jurnal EMBA
Sharon R. pertumbuhan han perusaha penjualan Volume 3,
Pantow, Sri penjualan, penjualan n, *return* berpengaruh positif No.1,
Murni dan ukuran *on asset*, tidak signifikan Maret
Irvan perusahaan, dan terhadap nilai 2015:961-971
Trang *return on* struktur perusahaan. ISSN 2303-
asset, dan modal Ukuran perusahaan 1174
struktur modal sebagai berpengaruh
terhadap nilai variabel negatif tidak
perusahaan bebas signifikan terhadap
yang tercatat di nilai perusahaan,
indeks LQ 45 Nilai sedangkan ROA
perusaha dan struktur modal
n sebagai berpengaruh positif
variabel signifikan terhadap
terikat nilai perusahaan
- 8 Ni Made Pengaruh Pertumbu Struktur Pertumbuhan E-Jurnal
Novione pertumbuhan han aktiva penjualan Manajemen
Purnama penjualan, penjualan dan berpengaruh positif Unud

- Dewi struktur pertumbuhan dan signifikan Volume 5,
Suweta dan aktiva, dan han terhadap struktur No.8,
Made pertumbuhan aktiva modal (der), dan 2016:5172-
Rusmala aktiva sebagai pertumbuhan 5199
Dewi terhadap variabel aktiva berpengaruh ISSN : 2302-
struktur modal bebas positif dan tidak 8912
signifikan terhadap
Struktur struktur modal
modal
sebagai
variabel
terikat
- 9 Imelda Pengaruh Pengaruh *Dividen* Secara simultan Jurnal
Khairani *earning per earning per share* maupun parsial Manajemen
share (EPS) *per share* tidak ada pengaruh Dan
dan *dividen* sebagai variable bebas Keuangan
per share variabel terhadap variabel Volume 5,
terhadap harga bebas terikat, No.1,
saham Mei 2016
perusahaan Harga Issn 2252-
pertambangan saham 844x
yang terdaftar sebagai
di bursa efek variabel
indonesia. terikat
- 1 Harshad *Earning Per Earning* Rasio laba per International
0 M.Tande *Share in the per share* saham, Tidak ada Journal in
Rofel *Plastic* tren dalam rentetan Management

- | | | | | | | |
|---|--------------|--|--|---|---|---|
| | College | <i>Industry of Gujarat.</i> | | | <i>Earning Per Share</i> industri plastik Gujarat. | and Social Science Volume 04 Issue-12, (December, 2016) ISSN: 2321-1784 |
| 1 | Oktava | Pengaruh pertumbuhan penjualan, <i>earning per share</i> dan kebijakan <i>dividen</i> terhadap harga saham | Pertumbuhan penjualan, <i>earning per share</i> sebagai variabel bebas | Kebijakan <i>dividen</i> sebagai variabel bebas | Pertumbuhan penjualan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. <i>Earning per share</i> dan kebijakan <i>dividen</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham | Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Volume 6, No.8, Agustus 2017 e-ISSN : 2460-0585 |
| 1 | Kartika Sari | | | | | |
| 1 | Pankaj | <i>Impact Of Earning Price</i> | | | <i>Earning per share</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sedangkan <i>price</i> | Kumar, Volume 5, Issue2 February, 2017 |
| 2 | Kumar | <i>Earning Per Share And Price Earnings</i> | <i>per share earning ratio</i> sebagai variabel | <i>earning ratio</i> sebagai variabel | <i>per share earning ratio</i> sebagai variabel | |

- Ratio On Market Price Of Share: A Study On Auto Sector In India* *independ ent dan harga pasar sebagai variabel dependen* *earning ratio* dan berpengaruh signifikan terhadap prediksi pasar harga sebagai variabel saham ISSN 2350-0530 (O)
- 1 Yustina *The Influence of Earning per share* *Earning Price to Book Value, Return on Asset, and Return on Equity to Stock Price in Finance Company* EPS, PBV, ROA, dan ROE Jurnal *economia* 2010-2014 secara simultan dan parsial Volume 13, No 2 2017 e ISSN 2460-11152
- 3 Wahyu Cahyaningrum, Tiara Widya Antikasari *Per Share, Price to Book Value, Return on Asset, and Return on Equity to Stock Price in Finance Company* *Price to Book Value, Return on Asset, and Return on Equity* dan ROE 2010-2014 secara simultan dan parsial dan 2017 e ISSN 2460-11152
- 1 Pradeep Kumar *Relationship between degree of financial leverage and earning per share* *Earning leverage* *Earning per share* dan *leverage* International journal of research in business management 2017 e ISSN 2460-11152
- 4 Kumar *Relationship between degree of financial leverage and earning per share* *Earning leverage* *Earning per share* dan *leverage* International journal of research in business management 2017 e ISSN 2460-11152
- berpengaruh negatif terhadap harga saham signifikan terhadap harga saham.

2321-886X

- | | | | | | | |
|---|----------------------------------|---|---|--------------------------------|---|--|
| 1 | Stefani | Pengaruh | Pertumbu | Pengaruh | Terdapat pengaruh | BILANCIA |
| 5 | Chandra dan Sherly Veronica | CR,DER,EPS, ROA dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur | han penjualan sebagai variabel bebas Harga saham sebagai variabel terikat | <i>earning per share</i> (EPS) | yang signifikan antara EPS dengan harga saham, sedangkan CR,DER,ROA dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham | Volume. 2, No.3, September 2018
ISSN 2549-5704 |
| 1 | Qahfi | Pengaruh | <i>Earning</i> | Pengaruh | <i>Return on asset</i> | Jurnal Ilmiah |
| 6 | Romula Siregar dan Salman Farisi | <i>return on asset</i> dan <i>earning per share</i> terhadap harga saham | dan sebagai variabel bebas
Harga saham sebagai variabel terikat | <i>return on asset</i> | (ROA) secara parsial menunjukkan hasil positif dan tidak signifikan atau tidak berpengaruh pada harga saham, <i>earning pershare</i> (eps) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham | Magister Manajemen
Volume 1, No.1, September 2018:81-89
ISSN 2623-2634 |

- 1 Fiona Pengaruh Harga ROA Bahwa ROA tidak Jurnal ilmu
- 7 Mutiara *return on* saham sebagai berpengaruh administrasi
Effendi dan *asset* (ROA) sebagai variabel signifikan terhadap bisnis
Ngatro terhadap harga variabel bebas variable mediasi Volume 7,
saham dengan terikat *Earning* yaitu EPS. Variabel No.3,
earning per *per share* EPS berpengaruh pp.171-180,
share (EPS) (EPS) positif dan jul.2018
sebagai signifikan terhadap e-ISSN 2548-
intervening variabel harga saham. 4923
studi kasus *interveni*
pada *ng*
perusahaan
sub sektor
tekstil dan
garmen yang
terdaftar di
Bursa efek
Indonesia
periode 2013-
2016.
- 1 Pande Pengaruh Pengaruh PER,CR, EPS]]],PER,CR,da E-Jurnal
- 8 Widya EPS,PER,CR, *earning* dan ROE n,ROE secara Manajemen
Rahmadew dan, ROE *per share* simultan Unud
i dan terhadap harga (EPS) berpengaruh Volume 7,
Nyoman saham di sebagai signifikan terhadap No.4,
Abudanti bursa efek variabel harga saham. 2018:2106-
Indonesia. bebas Secara parsial PER 2133

					berpengaruh positif	ISSN : 2302-
			Harga		dan signifikan	8912
			saham		terhadap harga	
			sebagai		saham	
			variabel		Secara parsial	
			terikat		EPS,CR,dan,ROE	
					berpengaruh	
					negatif terhadap	
					harga saham	
1	Debora	Pengaruh	Pengaruh	Total	Hasil penelitian	Journal of
9	Sitonga,	<i>earning per</i>	<i>earning</i>	asset turn	simultan	Economic,
	Putri	<i>share, total</i>	<i>per share</i>	over	berpengaruh	Business and
	Delima	<i>asset turn over</i>	dan		terhadap harga	Accounting
	Siregar,	dan	pertumbu		saham. Secara	Volume 2,
	Rijal	pertumbuhan	han		parsial <i>earning per</i>	No.2
	Siahaan,	penjualan	penjualan		<i>share</i> berpengaruh	2019:356-362
	Andi	terhadap harga	sebagai		secara signifikan	e-ISSN 2597-
	Pranata	saham pada	variabel		terhadap harga	5234
	Ginting	perusahaan	bebas		saham, sedangkan	
	dan	<i>sector</i>			total <i>asset turn</i>	
	Rosmita	<i>property and</i>	Harga		<i>over</i> dan	
	Sari	<i>real estate</i>	saham		pertumbuhan	
	Siregar	yang terdaftar	sebagai		penjualan tidak	
		di bursa efek	variabel		berpengaruh	
		Indonesia	terikat		signifikan	
					terhadap harga	

- saham
- 2 Jajang *Analysis Earning Relative Relative streng* Asian Journal
- 0 Badruzama *relative per share strength index dan earning of*
- n *strength and sebagai index per share Economics,*
- earning per variabel berpengaruh positif Business and*
- share on stock independ signifikan terhadap Accounting*
- price en dan harga saham di Volume 12,*
- harga Jakarta Islamic No. 4,
- saham index (JII) bursa 2019
- sebagai efek Indonesia ISSN: 2456-
- variabel periode 2013-2016 639X
- dependen*
- 2 Kadek *The Impact Of Earning Debt To Rasio laba harga American*
- 1 Yurika Dwi *Debt To per share Equity dan laba per saham Journal of*
- Safitri, I *Equity Ratio, sebagai Ratio, berpengaruh positif Humanities*
- Made *Price Earning variabel Price dan berdampak and Social*
- Mertha , Ni *Ratio, Earning independ Earning signifikan terhadap Sciences*
- Gusti Putu *Per Share To ent dan Ratio harga saham, rasio Research*
- Wirawati, *The Stock harga hutang (AJHSSR)*
- dan Ayu *Price On saham terhadap ekuitas Volume 4,*
- Aryista *Banking sebagai tidak berpengaruh Issue-5*
- Dewi *Sectors Listed variabel terhadap harga pp-49-56*
- In Infobank15 dependen saham (2020)*
- Index 2014- e-ISSN:*
- 2018 2378-703X*
- www.ajhssr.com

2	Dwi Ari	<i>The Effect Of Earning Non</i>	1)	Terdapat	International
2	Setyowati, dkk.	<i>Non Performa per share Loan And Operational Cost Of Operational Income On Earning Per Share Through Return On In PT. Bank Sahabat Sampoerna</i>	<i>performa loan, operation al cost of operation al income, return on equity</i>	pengaruh NPL dan biaya operasional pendapatan operasional (BOPO) terhadap return on equity bank sahabat sampoerna. Tidak terdapat pengaruh NPL dan biaya operasional pendapatan operasional (BOPO) terhadap <i>earning per share</i> . 3) Return on equity (ROE) tidak berpengaruh terhadap <i>earning per share</i> . 4) Tidak ada pengaruh NPL terhadap <i>earning per share</i> melalui	Journal of Business and Social Science Research. Volume 1, No.2, 2020 ISSN 2709-2143

variabel *return on equity* (ROE).

Desi Sukma Astuti (2022) 153403119 Pengaruh *Earning Per Share* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham (Survey Pada Perusahaan Tekstil yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia 2016 -2020)

Ditemukan bahwa adanya inkonsistensi hasil penelitian maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Earning Per Share* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham (Survey Pada Perusahaan Tekstil Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)”.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan pengaruh antara *independent variable* terhadap *dependent variable*, dalam penelitian ini yaitu pengaruh *Earning Per Share* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham perusahaan tekstil di BEI. Informasi akuntansi dalam bentuk laporan keuangan banyak memberikan manfaat kepada investor sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan investasi.

Earning Per Share yaitu menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi semua pemegang saham perusahaan. Besarnya *Earning Per Share* suatu perusahaan bisa diketahui dari informasi laporan keuangan perusahaan. meskipun beberapa perusahaan tidak mencantumkan besarnya *Earning Per Share* perusahaan bersangkutan dalam laporan keuangannya, tetapi besarnya *Earning Per Share* suatu perusahaan bisa dihitung berdasarkan informasi

laporan neraca dan laporan laba rugi perusahaan (Eduardus Tandelilin, 2010:374). *Earning Per Share* dapat dihitung dengan cara laba bersih setelah pajak dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Earning Per Share adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. Dari pernyataan tersebut dapat diambil gambaran bahwa *Earning Per Share* menjadi nilai kepercayaan investor. Biasanya investor akan berinvestasi pada perusahaan yang mapan karena perusahaan yang mapan akan cenderung mempunyai *Earning Per Share* yang tinggi (Irham Fahmi, 2015:138).

Jika kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham akan meningkat. Dengan meningkatnya harga saham perusahaan, maka *return* saham yang diperoleh investor akan semakin tinggi. Jika nilai *Earning Per Share* naik maka harga saham mengalami kenaikan, *return* sahamnya juga akan mengalami kenaikan (Husnan, 2005:317).

Adanya pengaruh positif antara *Earning Per Share* terhadap harga saham mengindikasikan apabila semakin tinggi *Earning Per Share* akan diikuti oleh peningkatan harga saham karena permintaan dan penawaran meningkat (Darmadji & Fakhrudin, 2012:195).

Bagi para investor, informasi *Earning Per Share* merupakan informasi yang dianggap paling mendasar dan berguna, karena bisa menggambarkan prospek perusahaan dimasa mendatang. Apabila *Earning Per Share* yang dihasilkan sesuai dengan harapan investor, maka keinginan investor untuk menanamkan modalnya juga meningkat dan akan meningkatkan harga seiring dengan tingginya

permintaan akan saham (Tandelilin, 2010:233). Hal ini menjadikan *Earning Per Share* sebagai salah satu indikator para investor dalam melakukan analisis saham sebelum melakukan keputusan berinvestasi. *Earning Per Share* akan menggambarkan keuntungan yang akan diperoleh para investor atas jumlah saham yang dimiliki sesuai dengan semua hasil yang diraih oleh perusahaan. Hal ini diperkuat penelitian dari Stefani Chandra dan Sherly Veronica (2018) menyatakan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Selain itu Jajang Badruzaman (2019) menyatakan *Earning Per Share* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Kemudian Kadek Yurika (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh positif dan berdampak signifikan terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan oleh Pankaj Kumar (2017) menyatakan *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Muhammad Zulqarnain Jatoi, dkk. (2014) menyebutkan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar saham. Pande Widya Rahmadewi dan Nyoman Abudanti (2018) menyatakan *Earning Per Share* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan oleh Oktava Kartika Sari (2017) menyebutkan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham, artinya besar kecilnya laba yang dihasilkan perusahaan mempengaruhi harga saham.

Adapun faktor yang mempengaruhi harga saham selain *Earning Per Share* yaitu pertumbuhan penjualan, mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Menurut Indrawati dan Suhendro (2006) pertumbuhan penjualan adalah perubahan total penjualan perusahaan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan

penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya. Untuk mengetahui pertumbuhan penjualan dapat dihitung cara penjualan tahun sekarang dikurangi dengan tahun sebelumnya dibagi dengan tahun sebelumnya lalu dikali 100%.

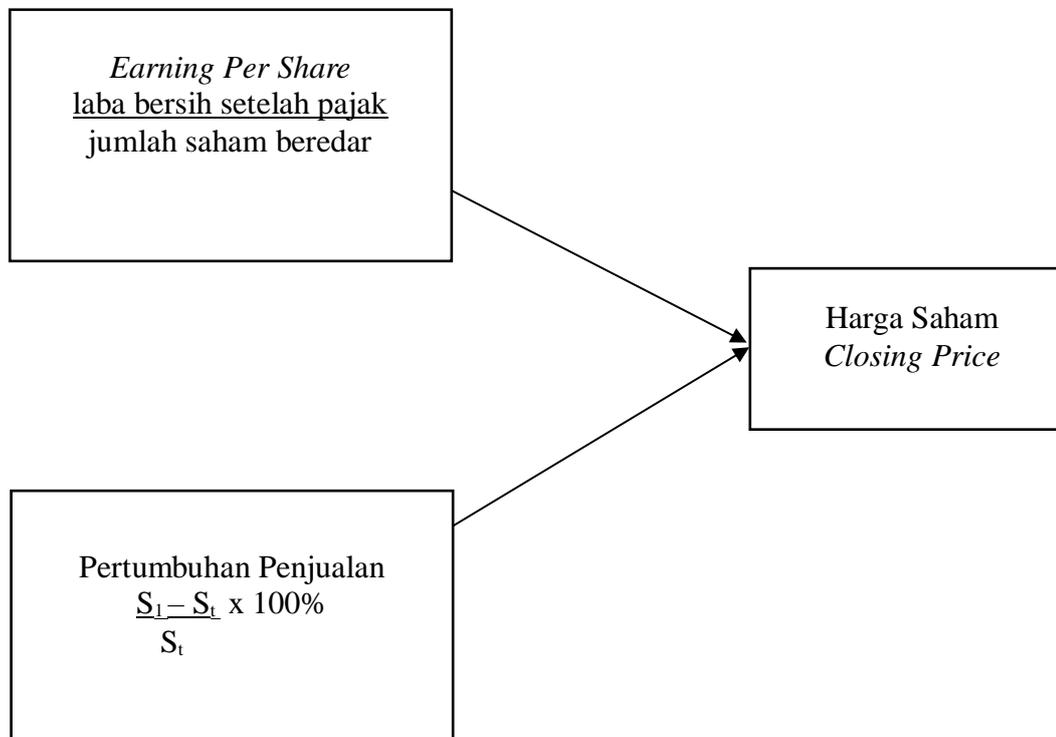
Harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu dan harga saham tersebut ditentukan oleh pelaku pasar. Tinggi rendahnya harga saham ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham tersebut di pasar modal (Jogiyanto, 2011:143).

Menurut Kesuma (2009) harga saham dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan, maka hal tersebut menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik. Hal ini akan berdampak respon positif terhadap investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan, semakin tinggi permintaan terhadap suatu saham perusahaan, semakin tinggi pula harga saham perusahaan.

Adanya pengaruh positif pertumbuhan penjualan terhadap harga saham, apabila perusahaan yang menunjukkan perkembangan pertumbuhan penjualan setiap tahunnya, menjadi tanda perkembangan yang baik dan mendapat respon positif dari investor. Adanya kecenderungan perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi sehingga perusahaan memiliki biaya modal rendah dan kemampuan mempertahankan keuntungan. Hal ini diperkuat penelitian dari Elyzabet Marpaung (2010) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Selain *Earning Per Share* perubahan yang didapat, pertumbuhan penjualan dapat mempengaruhi harga saham. Kemudian Debora Sitonga, dkk (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan

penjualan secara simultan berpengaruh terhadap harga saham. Pertumbuhan penjualan dihitung dengan penjualan tahun t dikurangi penjualan tahun sebelumnya dibagi penjualan tahun sebelumnya lalu dikali 100%.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori sinyal (*signalling theory*). Teori sinyal menyatakan bahwa terdapat kandungan informasi pada pengungkapan suatu informasi, yang dapat menjadi sinyal bagi investor dan pihak lainnya dalam mengambil keputusan ekonomi. Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana investor mempunyai informasi yang sama tentang prospek perusahaan, sebagai manajer perusahaan ini disebut informasi asimetris. Manajer melakukan publikasi laporan keuangan untuk memberikan informasi kepada pasar terutama mengenai informasi *Earning Per Share*, pertumbuhan penjualan dan harga saham umumnya pasar akan merespon informasi tersebut sebagai suatu sinyal *good news* atau *bad news*. Sinyal yang diberikan akan mempengaruhi pasar saham khususnya harga saham perusahaan. Jika sinyal manajemen mengindikasikan *good news*, maka dapat meningkatkan harga saham. Namun sebaliknya, jika sinyal manajemen mengindikasikan *bad news* dapat mengakibatkan penurunan harga saham perusahaan. Oleh karena itu, sinyal dari perusahaan merupakan hal yang penting bagi investor guna pengambilan keputusan (Puput Wijayanti, 2011). Berikut merupakan gambar kerangka pemikiran yang memperlihatkan keterkaitan antara *Earning Per Share* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham.



Gambar 2.2

→ Pengaruh secara parsial
- - - - - Pengaruh secara simultan

2.3 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan serta mengacu terhadap beberapa teori terdahulu dan kerangka pemikiran yang diuraikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. *Earning Per Share*, pertumbuhan penjualan dan harga saham pada perusahaan tekstil yang terdapat di BEI tahun 2016-2020.
2. *Earning Per Share* dan pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif terhadap harga saham pada perusahaan tekstil yang terdapat di BEI tahun 2016-2020.
3. *Earning Per Share* dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh positif terhadap harga saham pada perusahaan tekstil yang terdapat di BEI tahun 2016-2020.