

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Pertumbuhan Penjualan**

Penjualan adalah perubahan tingkat penjualan yang dialami oleh sebuah perusahaan pada setiap tahunnya. Maka dari itu apabila terjadi tingkat pertumbuhan penjualan yang baik perusahaan dikatakan memiliki prospek yang baik untuk mengambil keputusan dimasa yang akan datang (Sisi Aura, Desi Efrianti, 2021). Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen cenderung meningkat.

Menurut (Kasmir 2018) pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya. Dengan kata lain, pertumbuhan perusahaan menimbulkan konsekuensi pada keputusan investasi dan keputusan pembiayaan.

Menurut Kesuma dikutip dalam (Preisia Sigar, 2019) juga menyatakan bahwa sales growth adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan yang tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga meningkat

Dalam (Heni Kurniati, Indah Yuliana, 2022) pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi pada masa lalu dan dapat pula difungsikan sebagai alat untuk memprediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan didefinisikan sebagai suatu pencapaian perusahaan yang meningkat ketika melakukan penjualan produk yang dihasilkan. Laju pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan tersebut dalam mempertahankan keuntungan guna mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Suatu perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi, akan membutuhkan banyak investasi pada aset tetap maupun aset lancar.

Menurut penelitian dalam (Cendylia Dika Permatasari, Astri Fitria, 2020) berkembangnya suatu perusahaan yang baik akan mendapat balasan yang baik juga dari kacamata investor karena adanya pertumbuhan penjualan yang mampu mempengaruhi nilai dan harga saham yang menjadikan indikator berkembangnya suatu perusahaan.

### **2.1.2 Pengukuran Pertumbuhan Penjualan**

Menurut (Wati Aris Astuti 2023) Sales growth dapat dikatakan baik atau positif ketika angka penjualan lebih tinggi daripada angka penjualan periode sebelumnya. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan maka pendapatan perusahaan juga meningkat, begitu pula sebaliknya. Sehingga pengukuran pertumbuhan penjualan adalah proses mengidentifikasi dan menilai perubahan dalam volume atau nilai penjualan suatu produk atau layanan dari satu periode waktu ke periode waktu lainnya. Ini adalah metode untuk

memantau dan menganalisis performa penjualan suatu perusahaan atau produk dalam jangka waktu tertentu. Pengukuran ini penting untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, mengidentifikasi tren pasar, dan merencanakan strategi bisnis di masa depan. Hal ini membantu manajemen dan investor dalam membuat keputusan yang lebih baik terkait dengan strategi bisnis dan investasi. Pertumbuhan penjualan merupakan faktor yang berhubungan dengan tingkat modal kerja dan komponennya. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa suatu perusahaan menginvestasikan sebagian modal kerjanya yang diperlukan untuk menunjang kegiatan operasional dan meningkatkan penjualan (Lestari, Evas, & Likumahua, 2022)

Pada dasarnya, cara menghitung pertumbuhan penjualan tidak rumit. Diketahui dalam rumus pertumbuhan penjualan, akan mencari angka selisih dari penjualan periode sekarang dan periode sebelumnya. Kemudian, hasilnya akan dibagi dengan penjualan periode sebelumnya dikali 100.

Pengukuran pertumbuhan penjualan dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$GS = \frac{S_1 - S_0}{S_0} \times 100\%$$

Keterangan :

GS = *Growth Sales Rate* (tingkat pertumbuhan penjualan)

S1 = *Total Current Sales* (total penjualan selama periode berjalan)

S0 = *Total Sales For Last Period* (total penjualan periode yang lalu)

Setelah diketahui hasil akhir *sales growth* dari rumus pertumbuhan penjualan. Perusahaan dapat memahami apakah perusahaan profit atau justru

merugi. Dengan *sales growth* yang terus naik, maka bisa disimpulkan bahwa perusahaan juga mendapatkan keuntungan dari penjualan.

### **2.1.3 Harga Saham**

Menurut (Windi Novianti, Reza Pazzila Hakim, 2019) harga saham merupakan salah satu indikator yang dapat dijadikan tolak ukur bagi seorang investor untuk mendapatkan keuntungan dari investasi yang di berikan kepada sebuah perusahaan.

Harga saham yang berlaku di pasar modal biasanya ditentukan oleh para pelaku pasar yang sedang melangsungkan perdagangan sahamnya. Dengan harga saham yang ditentukan otomatis perdagangan saham di bursa efek akan berjalan. Kesuma (Novy Ravelita, Rita Andini, Edi Budi Santosa, 2018) menyatakan bahwa harga saham adalah nilai nominal penutupan (*closing price*) dari penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas yang berlaku secara reguler di pasar modal Indonesia.

Menurut Wardhani dkk (2022) Harga saham adalah harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan terhadap entitas lain yang ingin memiliki hak kepemilikan saham atas perusahaan tersebut.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada waktu tertentu dan dapat berubah-ubah kapan saja dalam hitungan waktu yang begitu cepat. Ia dapat berubah dalam hitungan menit bahkan dapat berubah dalam hitungan detik sesuai dengan banyaknya permintaan para investor di pasar modal.

#### 2.1.4 Faktor yang mempengaruhi harga saham

Menurut (Iswandi Sukartaatmadja 2022) Dalam teori ekonomi, perubahan harga saham yang naik turun merupakan sesuatu yang normal terjadi, karena hal itu dipengaruhi oleh tingkat penawaran dan permintaan. Harga saham akan naik saat permintaan tinggi, sebaliknya harga saham akan turun saat penawaran tinggi. Faktor yang mempengaruhi naik turunnya harga saham perusahaan secara umum dikategorikan menjadi 2 yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Menurut Brigham dan Houston (2019) menyebutkan harga saham dipengaruhi oleh beberapa factor utama antara lain:

##### a. Faktor internal

1. Pengumuman tentang pemasaran produksi penjualan seperti pengiklanan, rincian kontrak, perubahan harga, penarikan produk baru, laporan produksi, laporan keamanan, dan laporan penjualan.
2. Pengumuman pendanaan, seperti pengumuman yang berhubungan dengan ekuitas dan hutang.
3. Pengumuman badan direksi manajemen (*management board of director announcements*) seperti perubahan dan pergantian direktur, manajemen dan struktur organisasi.

##### b. Faktor eksternal

1. Pengumuman dari pemerintah seperti perubahan suku bunga tabungan dan deposito kurs valuta asing, inflasi, serta berbagai regulasi dan regulasi ekonomi yang dikeluarkan oleh pemerintah.

2. Pengumuman hukum seperti tuntutan terhadap perusahaan atau terhadap manajernya dan tuntutan perusahaan terhadap manajernya.
3. Pengumuman industri sekuritas, seperti laporan pertemuan tahunan *insider trading*, *volume* atau harga saham perdagangan pembatasan atau penundaan trading.

Menurut Fahmi dalam (Arifiani, 2019), ada beberapa kondisi dan situasi yang menentukan suatu saham itu akan mengalami fluktuasi, yaitu;

1. Kondisi mikro dan makro ekonomi.
2. Kebijakan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi (perluasan usaha), seperti membuka kantor cabang (*brand office*), kantor cabang pembantu (*sub brand office*) 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.

### 2.1.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Jurnal Nasional	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Preisia Sigar, Lintje Kalangi (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017	Pertumbuhan Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu Pengaruh Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen (X) dan Objek penelitian
2	Meindro Waskito dan Siti Faizah (2021)	Pengaruh <i>Return On Equity (Roe)</i> Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Harga saham	Pertumbuhan Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu Pengaruh <i>Return On Equity (Roe)</i> sebagai variabel independen (X)
3	Muchama d Ridwan, Lucia Ari Diyani (2018)	Pengaruh Rasio Keuangan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham	Variable independen CR, DAR, ROE dan SG secara bersamaan memiliki perubahan harga saham efekon signifikan	Pertumbuhan Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu Pengaruh Rasio Keuangan sebagai variabel independen (X)
4	Cendylia Dika Permatasari, Astri	Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan penjualan berpengaruh	Pertumbuhan Penjualan sebagai variable	Menggunakan variabel lain yaitu Pengaruh

	Fitria (2020)	Terhadap Harga Saham	positif terhadap harga saham	bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Kinerja Keuangan sebagai variabel independen (X)
5	Desi Nurul Hikmati Ilahiyah (2021)	Pengaruh <i>Earning Per Share (EPS)</i> Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu Pengaruh <i>Earning Per Share (EPS)</i> sebagai variabel independen (X) dan objek penelitian
6	Ika Octaviani, Ngatno (2019)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Dengan Pertumbuhan <i>Return On Asset (Roa)</i> Dan <i>Return On Equity (Roe)</i> Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor <i>Food And Beverages</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)	Pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham, ROA, dan ROE. ROA dan ROE memiliki pengaruh terhadap harga saham. ROA dan ROE tidak dapat memediasi hubungan antara pertumbuhan penjualan dan harga saham.	Pertumbuhan Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Objek Penelitian ( <i>Food and Beverage</i> )
7	Nurul Fatimah Fandi Kharisma (2020)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.	Pertumbuhan Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai	Objek Penelitian (Perusahaan manufaktur)

		(BEI) pada tahun 2017		variable terkait (Y)	
8	Siti Nuridah, Rony Marthin Sitohang, Ari Sarah Sofura, Elda Sagitarius (2022)	<i>Effect Of Sales Profitability And Growth On Stock Price</i>	<i>Return On Equity</i> dan pertumbuhan penjualan secara simultan mempunyai pengaruh positif dan pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.	Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu <i>Profitability</i> sebagai variabel independen (X)
9	Kampomo Imam Yulianto, Mayasari (2022)	<i>The Influence Of Sales Growth And Asset Growth On Stock Return</i>	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan Pertumbuhan Penjualan terhadap <i>Return Saham</i> , terdapat pengaruh yang signifikan Pertumbuhan Aset terhadap <i>Return Saham</i> , Selanjutnya secara simultan terdapat a pengaruh signifikan Pertumbuhan Penjualan dan Pertumbuhan Aset terhadap <i>Return Saham</i> .	Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu <i>Asset Growth</i> sebagai variabel independen (X)
10	Zora Nayaka Widyadhana, Isnurhadi, Marlina Widiyanti, Mohamad Adam (2022)	The Effect of Sales Growth, Earning Per Share, Total Assets Turn Over, Return on Equity, and Debt to Equity on Stock Prices during the COVID-19 Pandemic	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Total Assets Turn Over</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham, sedangkan Pertumbuhan Penjualan, <i>Earning Per Share</i> , <i>Return</i>	Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu <i>Earning Per Share</i> , <i>Total Assets Turn Over</i> , <i>Return on Equity</i> , and <i>Debt to Equity</i> sebagai

			<i>On Equity</i> , dan <i>Debt</i> ke Ekuitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.		variabel independen (X)
11	Agustinus Zai, melly Darniati Laila, Tri Muthia Ashri, Satria Sugania, Thomas Firdaus Hutahaean (2021)	The Effect of Fundamental Variables and Sales Growth on Stock Prices in Wholesale Sub-Sector Companies	Secara simultan variabel fundamental yang diwakili oleh <i>Return on Assets</i> (X1), <i>Current Ratio</i> (X2), <i>Debt to Equity Ratio</i> (X3) dan <i>Sales Growth</i> (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan dan signifikan terhadap harga saham	Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu <i>Fundamental Variables</i> sebagai variabel independen (X)
12	Nursiam, Vicky Sari Rahayu (2019)	The Effect Of Company Size, Sales Growth, Current Ratio (Cr), Net Profit Margin (Npm)And Return On Equity (Roe)On Stock Prices	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, NPM, dan ROE berpengaruh terhadap harga saham, sedangkan CR tidak mempengaruhi harga saham.	Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu <i>Company Size</i> , <i>Current Ratio (Cr)</i> , <i>Net Profit Margin (Npm)And Return On Equity (Roe)</i> sebagai variabel independen (X)
13	Wiji Astuti, Risal Rinofah, Pristin Primasari	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel	Pertumbuhan Penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan	Penjualan sebagai variable bebas (X) dan Harga Saham sebagai variable terkait (Y)	Menggunakan variabel lain yaitu Profitabilitas, Struktur Aktiva sebagai variabel independen

		Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Pada Tahun 2015-2021	kimia yang tercantum di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2021.		(X) dan Objek penelitian
--	--	--	---	--	--------------------------

## 2.2 Kerangka Pemikiran

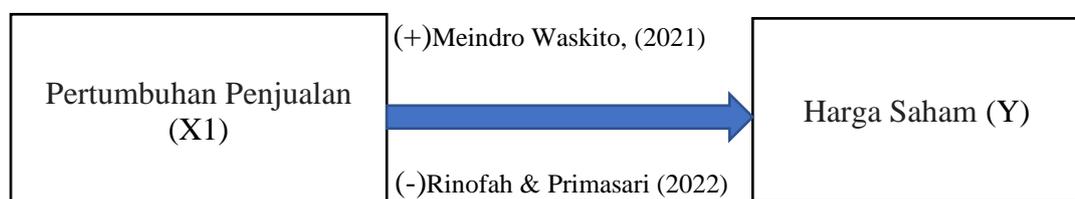
### 2.2.1 Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham

Menurut Kusumajaya dalam (Wiji Astuti, Risal Rinofah, Pristin Primasari, 2022) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan atau harga saham perusahaan sebab pertumbuhan perusahaan menjadi tanda perkembangan yang baik dan berdampak respon positif dari investor. Semakin tinggi presentase pertumbuhan penjualan pada sebuah perusahaan maka dapat diartikan kinerja perusahaan tersebut untuk memperoleh keuntungan dalam keadaan optimal, oleh karena itu jika presentasi pertumbuhan penjualan yang terus meningkat akan menarik perhatian investor untuk dapat berinvestasi pada perusahaan tersebut, hal ini tentu akan menyebabkan perubahan terhadap harga saham akan meningkat karena permintaan akan saham tersebut ikut meningkat.

Dalam Penelitian (Melisa, 2022), perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan bergantung pada dana dari luar perusahaan dikarenakan dana dari dalam perusahaan tidak mencukupi untuk mendukung tingkat pertumbuhan yang tinggi. Pertumbuhan yang diharapkan juga merupakan salah satu faktor penentu retron saham. Seperti yang telah diperkirakan, bahwa pertumbuhan

penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap return saham. Pengaruh pertumbuhan penjualan perusahaan terhadap harga saham dijelaskan dalam *signaling theory*. Pertumbuhan perusahaan yang tinggi memberikan sinyal positif atas kinerja perusahaan yang baik.

### 2.3 Paradigma Penelitian



### 2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022) Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan kajian Pustaka dan kerangka pemikiran yang telah dibuat, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

H0 : Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Harga Saham Sub sektor Perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022

H1 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Harga Saham Sub sektor Perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022