

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan salah satu kegiatan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengkaji secara sungguh-sungguh mengenai teori-teori dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti. Pada kajian pustaka ini, akan dikemukakan teori-teori serta hasil-hasil penelitian tersebut yang dimana ada hubungannya dengan penelitian ini untuk dijadikan sebagai landasan teori dalam pelaksanaan penelitian (Sugiyono, 2017 : 58).

2.1.1 Harga Saham

2.1.1.1 Definisi Harga Saham

Harga saham merupakan harga atas lembar saham yang dapat dibedakan menjadi harga nominal, harga perdana atau harga pasar serta mencerminkan informasi-informasi yang terjadi di pasar modal (Musdalifah Aziz, dkk., 2015:81).

Sedangkan menurut Imamul Arifin dan Giana Hadi W. (2009:53) yang dimaksud harga saham dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Harga suatu saham perusahaan yang ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar modal. Pada saat permintaan akan suatu saham meningkat, maka harga saham cenderung naik. Namun sebaliknya, jika penawaran atas suatu saham meningkat, maka harga saham tersebut cenderung akan turun”.

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga saham merupakan harga dari lembar saham pada suatu perusahaan yang akan terbentuk dari adanya transaksi yang terjadi di pasar modal serta ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya.

2.1.1.2 Jenis - Jenis Harga Saham

Menurut Musdalifah Azis, dkk (2015:81), harga saham dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu:

1. Harga Nominal merupakan harga yang ditetapkan oleh suatu emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkannya.
2. Harga Perdana merupakan harga saham pada saat saham tersebut tercatat di bursa efek. Besarnya harga perdana ini tergantung dari persetujuan antara emiten dengan penjamin emisi.
3. Harga Pasar merupakan harga jual saham dari investor yang satu ke investor yang lainnya, yang terjadi setelah saham suatu perusahaan tersebut tercatat di pasar modal.
4. Harga Pembukaan merupakan harga yang diminta oleh penjual dan pembeli saham pada saat jam bursa dibuka.
5. Harga Penutupan merupakan harga yang diminta penjual dan pembeli saat akhir hari buka pasar modal.

6. Harga Tertinggi, harga saham tidak hanya sekali atau dua kali dalam satu hari, tetapi bisa berkali-kali dan tidak terjadi pada harga saham yang lama, dari harga yang terjadi tentu ada harga yang paling tinggi pada satu hari bursa tersebut, maka harga itu disebut dengan harga tertinggi.
7. Harga Terendah merupakan kebalikan dari harga tertinggi, yaitu harga yang paling rendah pada suatu hari bursa.
8. Harga Rata-rata merupakan harga rata-rata dari harga tertinggi dan terendah.

Berdasarkan teori jenis-jenis harga saham diatas maka indikator harga saham pada penelitian ini yaitu diambil dari nilai harga saham penutupan (*closing price*). Harga penutupan saham yang digunakan adalah harga saham pada tutup tahun dari masing-masing perusahaan karena harga saham pada tutup tahun dianggap dapat mewakili fluktuasi harga saham yang terjadi dalam satu periode (Rahmawati Fadila dan Muhammad Saifi, 2018).

2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perubahan harga saham di pasar modal. Menurut Brigham dan Houston (2010:33) harga saham dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. “ Jumlah dividen kas yang diberikan

Dengan membagikan dividen dalam jumlah besar, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor kepada perusahaan dan hal itu pula akan berdampak pada kenaikan harga saham perusahaan tersebut. Karena semakin banyak investor yang tertarik terhadap saham perusahaan tersebut.

2. Jumlah laba yang didapat oleh perusahaan

Perusahaan yang dapat menghasilkan laba yang tinggi dan menunjukkan prospek yang cerah umumnya menjadi pilihan para investor untuk menanamkan dananya. Karena dengan memperoleh laba yang tinggi maka cenderung akan membagikan dividennya dalam jumlah yang besar. Semakin banyak investor yang menanamkan dananya dalam suatu perusahaan maka hal tersebut akan mempengaruhi harga saham dari perusahaan tersebut.

3. Laba per lembar saham (*earning per share*)

Sebagai seorang investor yang menanamkan dananya pada suatu perusahaan, tentunya akan memperoleh laba atas saham yang dimilikinya, semakin tinggi laba per lembar saham yang diberikan oleh perusahaan, maka investor akan semakin percaya bahwa perusahaan akan memberikan tingkat pengembalian yang cukup baik. Hal ini akan mendorong para investor untuk melakukan investasi yang lebih besar lagi kepada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan pula harga saham perusahaan tersebut.

4. Tingkat suku bunga

Tingkat suku bunga yang dapat mempengaruhi harga saham suatu perusahaan yaitu dengan cara:

a) Mempengaruhi laba perusahaan

Hal ini terjadi karena bunga merupakan biaya yang ditanggung oleh perusahaan, semakin tinggi suku bunga maka semakin rendah laba yang diperoleh perusahaan.

b) Mempengaruhi persaingan di pasar modal antara saham dan obligasi

Apabila suku bunga naik maka investor akan menjual sahamnya untuk ditukarkan dengan obligasi sehingga hal tersebut akan menurunkan harga saham. Hal sebaliknya juga akan terjadi apabila tingkat suku bunga turun maka harga sahamnya akan naik.

5. Tingkat risiko dan tingkat pengembalian

Pada umumnya semakin tinggi risiko maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor, hal ini akan mempunyai pengaruh yang besar antara sikap investor dengan harga saham yang diharapkan”.

2.1.2 *Net Profit Margin* (NPM)

2.1.2.1 Definisi *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan perusahaan dengan membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan (Kasmir, 2017:135).

Selanjutnya menurut Werner R. Murhadi (2013:64) yang dimaksud dengan *Net Profit Margin* (NPM) dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Rasio keuangan yang dimana rasio ini menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba neto atas setiap penjualannya”.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) merupakan suatu rasio keuangan atau ukuran yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan membandingkan laba setelah pajak dengan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

2.1.2.2 Perhitungan *Net Profit Margin* (NPM)

Menurut Kasmir (2010:280) *Net Profit Margin* merupakan salah satu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan net income dari kegiatan operasi pokoknya. Rumus *Net Profit Margin* (NPM) sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Operating Income}} \times 100\%$$

Sumber: Kasmir (2010:280)

Keterangan :

Net Income : Laba tahun berjalan setelah beban pajak.

Operating Income : Pendapatan bunga dan pendapatan operasional lainnya

Rasio ini membandingkan antara laba setelah pajak dengan hasil penjualan atau pendapatan yang dilakukan perusahaan tersebut. Apabila kinerja keuangan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak atas penjualannya semakin meningkat, maka pendapatan yang akan diterima oleh investor juga akan meningkat.

Menurut Kasmir (2015: 200) bahwa standar tingkat rasio untuk *Net Profit Margin* (NPM) adalah 20%. Semakin besar rasio *Net Profit Margin* (NPM) hal itu semakin baik karena menunjukkan kontribusi penjualan terhadap laba bersih yang dihasilkan semakin besar. Namun sebaliknya, apabila suatu perusahaan menunjukkan tingkat *Net Profit Margin* (NPM) yang semakin kecil maka hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi penjualan terhadap laba bersih yang dihasilkan perusahaan juga semakin kecil.

2.1.3 Debt to Equity Ratio (DER)

2.1.3.1 Definisi Debt to Equity Ratio (DER)

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan rasio keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan melunasi hutangnya dengan menunjukkan perbandingan antara utang dan ekuitas perusahaan (Werner R. Murhadi, 2013: 61).

Sedangkan menurut Kasmir (2017:112) yang dimaksud *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Salah satu rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas perusahaan serta rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan”.

Berdasarkan kedua definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara utang dan modal suatu perusahaan dengan cara membagi total utang dan modal tersebut.

2.1.3.2 Perhitungan *Debt to Equity Ratio* (DER)

Rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan suatu perusahaan. Menurut Werner R. Murhadi (2013:61) *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

Sumber: Werner R. Murhadi (2013:61)

Keterangan :

Total Debt : Total liabilitas yang terdiri dari liabilitas segera, simpanan-simpanan, liabilitas akseptasi dan liabilitas lain-lain (bunga yang masih harus dibayar dan setoran jaminan).

Total Equity : Jumlah ekuitas yang terdiri dari modal saham, agio saham, pendapatan komprehensif lain serta saldo laba.

Rasio ini menunjukkan perbandingan antara utang dan ekuitas perusahaan. Menurut Kasmir (2015:164) menyatakan bahwa standar rasio solvabilitas khususnya untuk *Debt to Equity Ratio* yaitu kurang dari 90%. Semakin rendah tingkat DER maka hal itu semakin baik, karena semakin rendah pula tingkat ketergantungan perusahaan terhadap permodalan dari pihak luar. Namun sebaliknya, apabila tingkat DER suatu perusahaan semakin tinggi maka menunjukkan bahwa ketergantungan perusahaan tersebut terhadap permodalan dari pihak luar juga tinggi.

2.1.4 Ukuran Perusahaan

2.1.4.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Jogiyanto Hartono (2016: 422) ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan merupakan indikator yang ditunjukkan seberapa besar suatu perusahaan memiliki kekayaan (*assets*) yang dimanfaatkan untuk menjalankan usaha, tetapi juga bisa ditunjukkan oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan penjualan, maupun indikator lainnya”.

Sedangkan menurut Hery (2017:3) ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran untuk menggambarkan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, yaitu antara lain dengan total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan sebagainya”.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran atau skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan dengan melihat *total assets* atau kekayaan perusahaan tersebut.

2.1.4.2 Kategori Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 mengategorikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

UU No. 20 Tahun 2008 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan /atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No.20 tahun 2008 diuraikan dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1
Kategori Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kategori	
	Aset (dalam Rupiah)	Penjualan/Tahun (dalam Rupiah)
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 M
Usaha Menengah	>500 juta – 10 M	>2,5 – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Sumber: Undang-Undang No. 20 Tahun 2008

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Harga Saham

Keterkaitan antara *Net Profit Margin* dan harga saham dikemukakan oleh Kasmir (2017:135), yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan perusahaan dengan membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan. Semakin besar angka NPM, Maka suatu perusahaan tersebut akan dianggap baik karena dianggap mampu menghasilkan laba yang tinggi. NPM berpengaruh terhadap harga saham, semakin tinggi NPM maka harga saham juga akan naik.

Sedangkan menurut Eduardus Tandelilin (2010:236) berpendapat bahwa jika NPM perusahaan tinggi maka pengembalian investasi perusahaan akan tinggi sehingga para investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut, sehingga harga saham tersebut akan mengalami kenaikan.

Adapun hasil dari beberapa penelitian sebelumnya yang mendukung pernyataan dari teori diatas yaitu menurut Sri Dewi Anggadini & Eva Tarsiah (2017), *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap Harga Saham. Ada hubungan positif antara *Net Profit Margin* dan harga saham yang berarti bahwa setiap peningkatan *Net Profit Margin* (NPM) maka akan meningkatkan Harga Saham dan sebaliknya. Perubahan Fluktuasi pada *Net Profit Margin* (NPM) disebabkan oleh kenaikan atau penurunan penjualan bersih, pendapatan keuangan, pendapatan lainnya, harga pokok penjualan, biaya umum dan administrasi, beban keuangan dan beban pajak penghasilan.

Kemudian menurut hasil penelitian Rahmawati Fadila dan Muhammad Saifi (2018) yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* merupakan rasio keuangan yang mengukur seberapa besar persentase dari penjualan setelah bunga dan pajak. NPM merupakan perbandingan dari laba bersih dengan penjualan. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena rasio ini dapat mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan oleh perusahaan dan kemampuannya dalam mengendalikan beban usaha. Semakin besar rasio NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut dan hal tersebut pula dapat meningkatkan harga saham pada perusahaan tersebut.

Hal ini pun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali Bayrakdaroglu, Cagatay Mirgen dan Ezgi Kuyu (2017) dengan judul penelitian "*Relationship Between Profitability Ratios And Stock Prices: An Empirical Analysis On Bist-100*" dalam hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya

hubungan positif antara *Net Profit Margin* dan harga saham, dimana apabila *Net Profit Margin* mengalami peningkatan 1% maka akan menyebabkan kenaikan harga saham antara 1,32% - 1,86%.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *Net Profit Margin* dengan harga saham. Semakin tinggi tingkat *Net Profit Margin* maka hal tersebut menunjukkan kemampuan kinerja perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba bersih dari setiap penjualannya juga tinggi. Hal ini akan menarik para investor untuk membeli saham perusahaan serta memberikan kepercayaan kepada investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dengan banyaknya permintaan atas suatu saham perusahaan maka akan meningkatkan pula harga saham perusahaan tersebut.

2.2.2 Pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap Harga Saham

Menurut Suad Husnan (2015:70), *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan suatu rasio yang menunjukkan perbandingan antara hutang dengan modal perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi tingkat DER maka akan menunjukkan bahwa ketergantungan permodalan perusahaan tersebut dari pihak luar itu tinggi. Apabila DER menunjukkan angka yang tinggi, maka hal tersebut pula akan membuat risiko semakin besar terhadap perusahaan dan membuat investor takut menanamkan modalnya, sehingga harga saham pun akan menjadi turun.

Sedangkan menurut Daniarto Raharjo dan Dul Muid (2013:3), menyatakan bahwa *Debt to Equity ratio* (DER), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan hutang terhadap ekuitas yang dimiliki oleh suatu

perusahaan. Apabila semakin tinggi tingkat *Debt to Equity Ratio* (DER) hal itu berarti modal perusahaan semakin sedikit dibandingkan hutangnya. Namun, apabila semakin kecil rasio hutang terhadap modal (DER) maka semakin baik bagi perusahaan dan akan meningkatkan harga sahamnya.

Adapun hasil dari penelitian sebelumnya yang mendukung pernyataan para ahli diatas yaitu menurut Tomáš Pražák dan Daniel Stavárek (2017) yang menganalisis mengenai *Debt To Equity Ratio* terhadap harga saham pada industri energi di Republik Ceko dan Polandia, dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa untuk kedua negara, *Debt To Equity Ratio* memiliki dampak positif yang signifikan secara statistik terhadap harga saham.

Hal ini pun sejalan pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Murdhaningsih, dkk (2018), yang dimana berdasarkan hasil penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap harga saham.

Berdasarkan paparan dari para ahli dan peneliti sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki hubungan dan pengaruh terhadap harga saham. Semakin tinggi tingkat *Debt to Equity Ratio* maka hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat penggunaan hutang perusahaan terhadap modal juga tinggi. Jika tingkat DER suatu perusahaan tinggi hal tersebut akan menimbulkan risiko yang besar terhadap perusahaan dengan begitu akan membuat para investor apakah ingin berinvestasi atau tidak dan akan mempengaruhi pula terhadap harga saham dimana harga saham tersebut akan mengalami penurunan.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Harga Saham

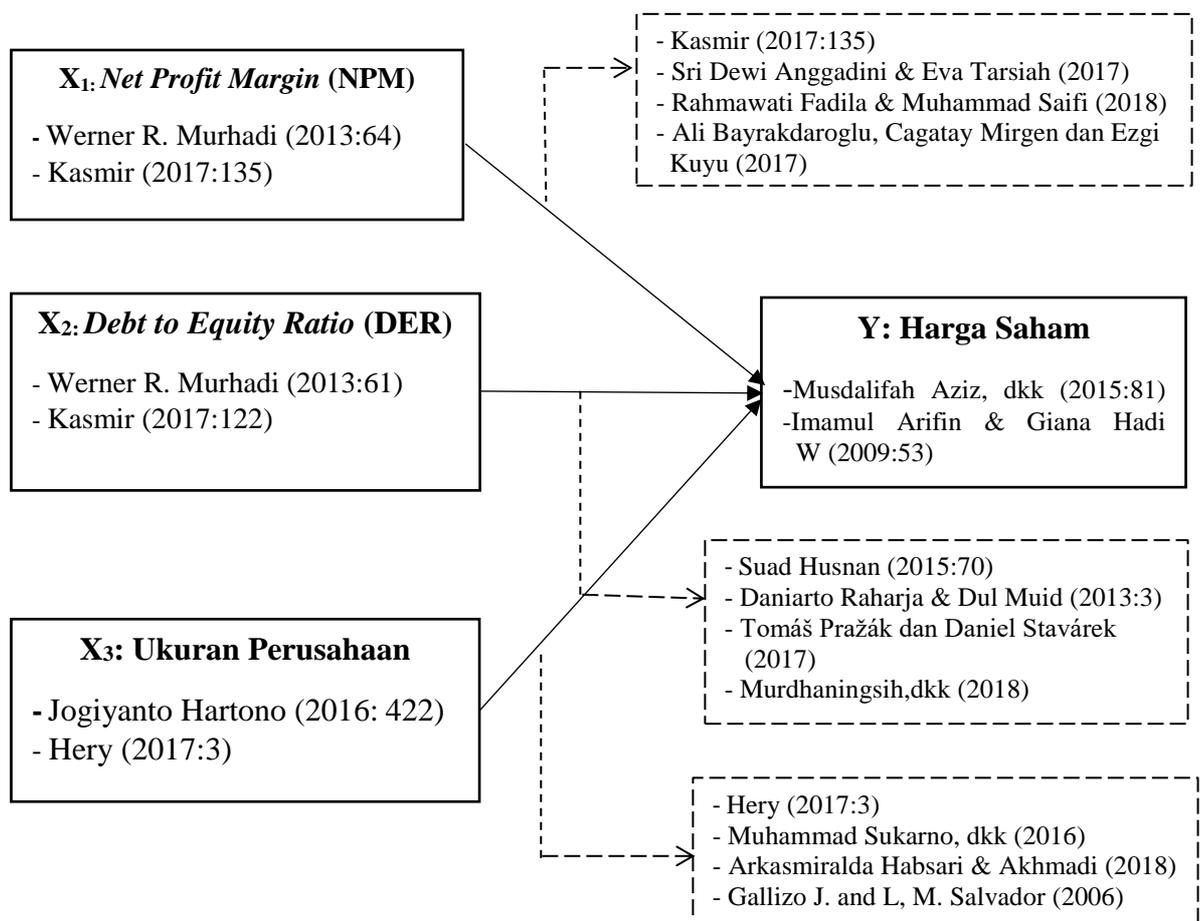
Menurut Hery (2017:3) ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran untuk menggambarkan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, yaitu antara lain dengan total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan sebagainya. Semakin besar ukuran suatu perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas sehingga para investor akan cenderung memberikan perhatiannya terhadap perusahaan dengan ukuran yang besar karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil dan lebih mudah dalam hal memperoleh sumber pendanaan bagi perusahaan itu sendiri. Dengan demikian, hal ini pun akan mempengaruhi harga saham perusahaan tersebut.

Sedangkan menurut Muhammad Sukarno, dkk (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan maka harga sahamnya pun akan tinggi, karena semakin besar ukuran suatu perusahaan sudah tidak diragukan lagi perusahaan tersebut unggul dalam segi kekayaan dan menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan tersebut bagus dalam mengelola kekayaan tersebut sehingga akan menarik kepercayaan para investor.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arkasmiralda Habsari dan Akhmadi (2018), bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Dimana perusahaan dengan ukuran yang besar akan dapat meningkatkan harga sahamnya. Sehingga semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula harga sahamnya.

Kemudian didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Gallizo J. and L, M. Salvador (2006) dengan judul penelitian “*Share Prices and Accounting Variables: A Hierarchical Bayesian Analysis*”, yang dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan adalah faktor yang paling relevan yang mempengaruhi harga saham.

Berdasarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini peneliti menyatakan atau menggambarkan paradigma dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:64), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian tersebut telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis di atas maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H₁ : *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap Harga Saham

H₂ : *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap Harga Saham

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Harga Saham