

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Ukuran Perusahaan

2.1.1.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Definisi Ukuran Perusahaan menurut Stanny S (2019:22) adalah sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan mempengaruhi alokasi sumber, kapasitas produksi dan skala ekonomi, kesemuanya ini mempunyai hubungan positif dengan kinerja ekspor. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi kinerja ekspornya. Ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah tenaga kerjanya, siklus produk maupun total penjualan ekspornya”.

Menurut Hery (2017:17) menyatakan bahwa definisi ukuran perusahaan sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklafikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain dengan total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan sebgainya. Ukuran perusahaan dapat menentukan persepsi investor terhadap perusahaan tersebut.”

Dan definisi ukuran perusahaan menurut Hartono (2015:254) menyatakan bahwa:

” Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logarit ma total aktiva”.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan yaitu gambaran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat

dilihat dari tingkat penjualan, total aktiva atau ukuran labanya. Sehingga besar kecilnya ukuran suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap struktur modalnya, semakin besar perusahaan maka akan semakin besar pula dana yang dibutuhkan perusahaan tersebut.

2.1.1.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut Suryana (2006:119) klasifikasi ukuran perusahaan dapat dilihat dengan berbagai nilai antara lain dengan total tenaga kerja, aset, dan penjualan. klasifikasi ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Industri yang menyerap tenaga kerja 1-9 orang termasuk industri kerajinan rumah tangga. Industri kecil menyerap 10-49 orang, industri sedang menyerap 50-99 orang, dan industri besar menyerap tenaga kerja 100 orang lebih”.

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil yaitu usaha 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 langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah yaitu 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 yaitu usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah 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.

Berdasarkan penjelasan diatas klasifikasi ukuran perusahaan merupakan tentang kategori usaha seperti usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar, karena ada perbedaan-perbedaan setiap kategori usaha.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Asset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 M
Usaha Menengah	>10 juta – 10 M	2,5 – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

2.1.1.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Hartono (2015:282) menyatakan bahwa “Besarnya kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva”.

Secara matematis ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ Total\ Asset$$

Sedangkan menurut Lela N (2019:31) ukuran perusahaan menggambarkan besarnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Size} = \ln \text{ Total Asset}$$

Keterangan

LN = Log Natural

Total Asset = Penjualan antara total aktiva lancar dengan aktiva tetap

Berdasarkan uraian di atas penjelasan pengukuran ukuran perusahaan, maka penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva.

2.1.2 *Price Earning Ratio*

2.1.2.1 Pengertian *Price Earning Ratio*

Menurut Eduardus Tandeilin (2017:387) menyatakan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

“*Price Earning Ratio* (PER) mengindikasikan banyaknya rupiah dari laba yang saat ini investor untuk bersedia membayar sahamnya, Dengan kata lain PER merupakan harga untuk tiap rupiah laba”.

Menurut Irham Fahmi (2014:83), definisi *Price Earning Ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

“Perbandingan antara market *price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning pershare* (laba perlembar saham), maka PER merupakan rasio yang digunakan investor untuk menilai saham suatu perusahaan”.

Dan menurut Bambang Wahyudiono (2014:123) definisi *Price Earning Ratio* sebagai berikut:

”*Price Earning Ratio* (PER) merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. *Price Earning Ratio* (PER) sebagai cara penilaian untuk mengetahui nilai saham yang

sesungguhnya dari suatu perusahaan. PER ini digunakan untuk menganalisis harga saham yang menunjukkan harga yang tidak wajar”.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *price earning ratio* suatu perusahaan, investor dapat memperkirakan posisi suatu saham relatif terhadap saham-saham lainnya, apakah saham tersebut layak untuk dibeli atau tidak. Sehingga membuat para investor mudah menganalisis apakah investasi yang dilakukan menguntungkan atau merugikan.

2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Price Earning Ratio*

Menurut Adler H (2008:28) :

“Faktor yang mempengaruhi PER dengan asumsi adanya tingkat pertumbuhan dividen yang konstan yaitu tingkat dividen pay out ratio (DPOR) perusahaan yang bersangkutan. Jika DPOR mengalami peningkatan, maka PER akan mengalami peningkatan dan turun bila DPOR diputuskan perusahaan diturunkan”.

Sedangkan Menurut Suad Husnan (2004: 155) ternyata bahwa salah satu yang mempengaruhi *Price Earning Ratio* adalah

“Menaksir harga saham dengan mendasarkan diri atas pertumbuhan laba”.

Meskipun makin populer, banyak analisis sekuritas yang menggunakan semacam rasio perkalian laba untuk menaksir harga saham rasio yang banyak dipergunakan adalah *Price Earning Ratio*. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Price Earning Ratio* adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat pertumbuhan laba
Semakin tinggi pertumbuhan laba maka semakin tinggi pula Price Earning Ratio apabila faktor-faktor lainnya sama.
- b. Devidend Pay Out Rate
Merupakan perbandingan antara Deviden Per Share dan Earning Per Share, jadi perspektif yang dilihat adalah pertumbuhan Devidend Per Share terhadap pertumbuhan Earning Per Share.
- c. Deviasi Tingkat Pertumbuhan

Investor dapat mempertimbangkan rasio tersebut guna memilah-milah saham, mana yang nantinya dapat memberikan keuntungan yang besar dimasa yang akan datang, perusahaan dengan kemungkinan pertumbuhan yang tinggi (*High Growth*) biasanya mempunyai *Price Earning Ratio* yang besar.

Dapat disimpulkan bahwa jika perusahaan dengan pertumbuhan yang rendah (*Low Growth*) biasanya memiliki *Price Earning Ratio* yang rendah. Disamping itu juga dapat berarti bahwa semakin besar *Price Earning Ratio* memungkinkan harga pasar dari setiap lembar saham akan semakin baik, demikian juga sebaliknya.

2.1.2.3 Kegunaan *Price Earning Ratio*

Menurut Adler H (2008:27):

“*Price Earning Ratio* dipergunakan untuk berbagai pihak atau investor untuk membeli saham. Investor akan membeli suatu saham jika perusahaan dengan PER yang kecil, karena PER yang kecil menggambarkan laba bersih per saham yang cukup tinggi dan harga yang rendah. Keputusan yang diambil untuk membeli saham dengan PER saham sejenis atau industrinya bahkan dilihat dari PER pasarnya”.

Sedangkan menurut Oktarini dan Riduwan (2019):

“*Price earning ratio* yang tinggi belum tentu mencerminkan kinerja yang baik, karena PER yang tinggi bisa saja disebabkan oleh rata-rata pertumbuhan laba perusahaan tersebut. Adapun kegunaan rasio ini sebagai berikut: a. Menentukan nilai pasar saham yang diharapkan, b. Menentukan nilai pasar saham dimasa yang akan datang”.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *price earning ratio* ditentukan oleh laba bersih yang dihasilkan perusahaan, PER juga dipergunakan oleh investor untuk memprediksikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dimasa yang akan datang.

2.1.2.4 Pengukuran *Price Earning Ratio*

Menurut Irham Fahmi (2014:83) *Price Earning Ratio* (PER) atau rasio laba dari saham yang merupakan salah satu cara untuk mengukur prestasi saham di bursa efek. Maka dengan PER para calon investor mampu menilai dan menganalisa kinerja keuangan perusahaan, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Sedangkan rumus price earning ratio menurut Kariyoto (2017:63) sebagai berikut :

$$\text{Price earning ratio} = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Earning Per Share}}$$

Keterangan

PER : *Price Earning Ratio*

Market Price Per Share : Harga pasar perlembar saham

Earning Per Share : Laba Perlembar Saham

Berdasarkan uraian diatas maka *price earning ratio* merupakan perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. Maka dengan PER para calon investor mampu menilai dan menganalisis kinerja keuangan perusahaan. Hal ini berarti dalam berinvestasi investor harus memperhatikan PER sebagai salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.

2.1.3 Return Saham

2.1.3.1 Definisi Return Saham

Menurut Jogiyanto (2015:263), *return* saham adalah sebagai berikut:

“*Return* merupakan hasil yang diperoleh dari investasi. *Return* dapat berupa *return* realisasi yang sudah terjadi atau *return* ekspektasi yang belum terjadi tetapi yang diharapkan akan terjadi di masa mendatang”.

Sedangkan menurut Irham Fahmi (2015:456) definisi *Return* Saham yaitu sebagai berikut:

“Keuntungan yang diperoleh perusahaan, individu, dan institusi dari hasil kebijakan investasi yang dilakukan”.

Dan definisi *Return* Saham menurut Brigham dan Houston (2010:2015) adalah sebagai berikut:

“*Return* Saham yaitu selisih antara jumlah yang diterima dengan jumlah yang diinvestasikan dibagi dengan jumlah yang diinvestasikan”.

Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa, *return* saham merupakan tingkat pengembalian keuntungan atas investasi yang telah dilakukan. *Return* saham dapat menjadi daya tarik para investor untuk menanamkan dananya di pasar modal.

2.1.3.2 Macam-macam Return Saham

Menurut Hartono (2013:235) *return* saham dibagi menjadi dua macam yaitu sebagai berikut :

1. *Return* realisasi (*realized return*)
Return realisasi (*realized return*) merupakan *return* yang telah terjadi. *Return* realisasi dihitung dengan menggunakan data historis. *Return* realisasi

penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan.

2. *Return* ekspektasi (*expected return*)
Return ekspekasi (*expected return*) yaitu return yang diharapkan akan diperoleh investor dimasa mendatang.

Sedangkan menurut Zulfikar (2016:236) komponen return saham dibagi menjadi dua macam yaitu sebagai berikut:

1. *Return* realisasi (*realized return*)
Yaitu return yang sudah terjadi dan dihitung berdasarkan data historis.
2. *Return* Ekspektasi (*expected return*)
Yaitu return yang diharapkan akan diperoleh dari investor dimasa mendatang.

Dapat disimpulkan bahwa macam-macam return saham ada dua yaitu Return realisasi yaitu return yang telah terjadi karena dipergunakan untuk pengukur kinerja perusahaan dan return ekspektasi yaitu return yang diperoleh dimasa mendatang atau sifatnya belum terjadi.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Return* saham

Menurut Irham F (2012:87), faktor yang mempengaruhi *return* saham yaitu kondisi mikro dan makro ekonomi kebijakn perusahaan dalam memutuskan ekspansi (perluasan), pergantian direksi secara tiba-tiba dari kinerja keuangan.

Sedangkan menurut Samsul (2015:200), faktor-faktor yang mempengaruhi reutrn saham adalah sebagai berikut:

- a. Faktor makro, yaitu faktor yang berada pada luar perusahaan, yaitu:
 1. Faktor makro ekonomi yang meliputi tingkat bunga umum domestik, tingkat inflasi, kurs valuta asing dan kondisi ekonomi internasional; dan
 2. Faktor non ekonomi yang meliputi peristiwa politik dalam negeri, peristiwa politik luar negeri, peperangan, demonstrasi, massa, dan kasus lingkungan hidup.
- b. Faktor mikro yaitu faktor yang berada di dalam perusahaan, yaitu:
 1. Laba bersih per saham
 2. Nilai buku per saham

3. Rasio hutang terhadap ekuitas
4. Rasio keuangan lainnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *return* saham ialah ada dua faktor yaitu faktor mikro dan faktor makro, yang merupakan dalam kebijakan perusahaan yang memutuskan ekspansi (perluasan), pergantian direksi secara tiba-tiba pada kinerja keuangan.

2.1.3.4 Komponen *Return* Saham

Menurut Zulfikar (2016:235) return saham terdiri dari dua komponen yaitu $\text{Return} = \text{yield} + \text{capital gain (loss)}$. Capital gain atau capital loss merupakan selisih dari harga investasi sekarang relatif dengan harga periode tertentu.

Sedangkan menurut Eduardus T (2010:52) return saham terdiri dari dua komponen yaitu sebagai berikut :

1. Capital gain (*loss*)
Capital gain (*loss*) yaitu kenaikan (penurunan) harga suatu saham yang bisa memberikan keuntungan (kerugian) bagi investor.
2. Yield
Yield merupakan komponen return yang mencerminkan aliran kas atau pendapatan yang diperoleh secara periodik dari suatu investasi saham.

Terdapat dua komponen return saham yaitu capital gain (*loss*) dan *yield* yang merupakan kenaikan atau penurunan harga saham yang memberikan keuntungan dan kerugian bagi investor, hal ini pula jika kita membeli saham, *yield* akan menunjukkan besarnya deviden yang kita peroleh.

2.1.3.5 Pengukuran *Return* Saham

Menurut Jogiyanto (2015:264), *return* saham bisa diperhitungkan dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{i,t} = \frac{P_t - P_{(t-1)}}{P_{(t-1)}} \times 100\%$$

Keterangan

R_{it} = *Return* sesungguhnya perusahaan I pada t

P_t = Harga saham perusahaan I pada hari t

P_{t-1} = Harga saham perusahaan I pada hari t-1

Sedangkan menurut T Renald (2018:78) *return indeks* pasar (*Market Adjusted Model*) merupakan selisih antara indeks pasar penutupan hari ini dengan hari sebelumnya dibagi indeks pasar penutupan hasil sebelumnya, rumusnya sebagai berikut:

$$E(R_{i,t}) = R_{m,t}$$

Keterangan

$E(R_{i,t})$ = Tingkat keuntungan saham yang diharapkan pada hari ke t

$R_{m,t}$ = Tingkat keuntungan pasar pada periode t

Berdasarkan uraian di atas penjelasan pengukuran return saham, maka peneliti yang digunakan penulis yaitu selisih dari harga saham sekarang relatif dengan harga saham periode yang lalu.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap *Return* Saham

Menurut Hery (2017:18) :

“Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Return* Saham, hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil. Kestabilan ini akan menarik investor untuk memiliki saham di perusahaan tersebut, sehingga apabila ukuran perusahaan meningkat maka *return* saham pun meningkat”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Olivia, Achmad dan Harry (2019) bahwa besar kecilnya suatu aset yang dimiliki oleh perusahaan akan dapat

memprediksi besarnya laba yang akan didapat oleh suatu perusahaan dan return yang akan didapat oleh investor. Hal ini menyebabkan tertarik investor dalam melihat besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan akan membuat suatu keputusan untuk investasi sehingga bahwa Ukuran Perusahaan (Size) berpengaruh terhadap *return* saham.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erik dan Lailatur (2016) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return* saham, karena investor akan lebih berspekulasi untuk memilih perusahaan besar dengan harapan memperoleh keuntungan (*return*) yang besar pula. Perusahaan yang memiliki total aktiva dalam jumlah yang besar maka perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan karena pada tahap tersebut arus kas telah positif dan dianggap memiliki prospek yang lebih baik dalam jangka relatif lama.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti diatas bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return* saham, karena investor akan lebih memilih perusahaan besar dengan harapan memperoleh keuntungan (*return*) yang besar pula. Hal ini akan menarik investor untuk memiliki saham diperusahaan tersebut, jadi apabila ukuran perusahaan meningkat maka *return* saham pun meningkat.

2.2.2 Hubungan *Price Earning Ratio* Terhadap *Return* Saham

Menurut Zulfikar (2016:160) :

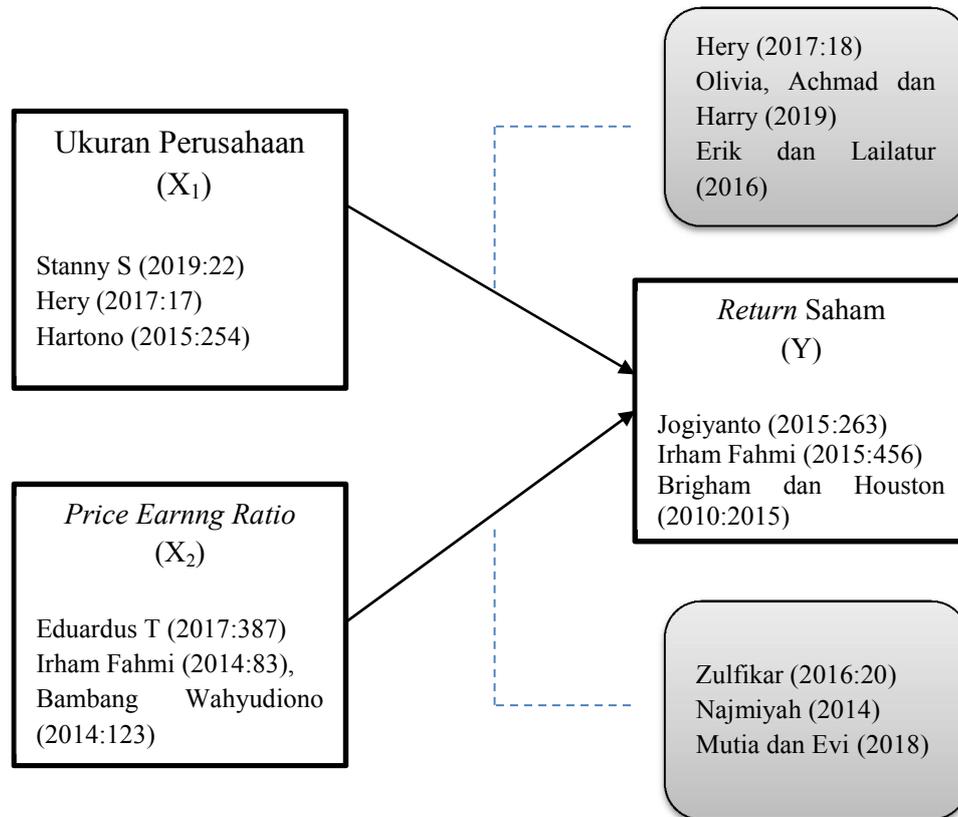
“*Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap *return* saham, karena PER merupakan pendekatan yang dipakai dikalangan analisis untuk mengetahui

perkiraan laba perusahaan di masa yang akan datang, jika PER tinggi maka akan menyebabkan harga saham tinggi, begitu pula sebaliknya”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Najmiah, dkk (2014) bahwa PER berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi PER maka mengindikasikan besarnya dana yang dikeluarkan investor memungkinkan pertumbuhan yang lebih tinggi. Tingginya PER akan membuat harga saham perusahaan tersebut meningkat sehingga akan meningkat pula return perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Mutia dan Evi (2018) menyatakan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh positif signifikan terhadap *Return* saham.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti di atas dapat disimpulkan bahwa *Price Earning Ratio* dan *Return Saham* berpengaruh positif, karena PER mencerminkan penilaian investor terhadap pendapatan perusahaan dimasa mendatang atas kegiatan investasi yang dilakukannya. *Price earning ratio* yang tinggi menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan *return* dimasa mendatang.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka penulis melihat dengan adanya hubungan antara Ukuran Perusahaan dan *Price Earning Ratio* terhadap *Return Saham* maka paradigma penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:63) Hipotesis adalah :

“Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumus penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan”.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat penelitian yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut:

H1 :Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Return Saham*

H2 :*Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap *Return Saham*