

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1 Pengertian Profitabilitas

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar. Setiap perusahaan mengharapkan profit yang maksimal. Laba merupakan alat ukur utama kesuksesan suatu perusahaan.

Menurut Kasmir (2016 : 196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Menurut Hery (2016:192) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal.

Profitabilitas menurut Toto Prihadi (2019:166) adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang menjadi tolak ukur utama keberhasilan perusahaan tergantung dari kebutuhan pengukuran laba tersebut.

Dari beberapa pengertian profitabilitas menurut ahli di atas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya perusahaan itu sendiri.

2.1.1.2 Macam-Macam Rasio Profitabilitas

Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah (Kasmir, 2016:199) :

1. Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

Profit Margin on Sales atau Ratio Profit Margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Terdapat dua rumus untuk mencari profit margin, yaitu sebagai berikut (Kasmir, 2016:199):

- a. Untuk margin laba kotor menggunakan rumus:

$$Profit\ Margin = \frac{Penjualan\ Bersih - Harga\ Pokok\ Penjualan}{Sales}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

b. Untuk margin laba bersih menggunakan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

2. Hasil Pengembalian Investasi (Return on Investment/ROI)

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment* (ROI) atau *Return on Total Assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran rentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Di samping itu hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Rumus untuk mencari Return on Investment dapat digunakan sebagai berikut (Kasmir, 2016:202) :

$$ROI = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Total Assets}}$$

3. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumus untuk mencari *Return on Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Equity}}$$

4. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share of Common Stock*)

Rasio laba per saham biasa atau biasa 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. Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas. Rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut (Kasmir, 2016 : 207) :

$$\text{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa Yang Beredar}}$$

2.1.1.3 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016:197) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk (Kasmir, 2016:198):

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

2.1.2.1 Definisi Perumbuhan Penjualan

Perusahaan akan menarik ketika berada pada kondisi pertumbuhan, masa pertumbuhan akan menentukan berapa lama perusahaan akan eksis, salah satunya dapat dilihat dari sisi pertumbuhan penjualan atau *sales growth* perusahaan (Toto Prihadi, 2019:96). Definisi Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) menurut Kasmir (2016:107) adalah menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.

Menurut Diana Dkk (2019) pertumbuhan penjualan mendefinisikan adalah sebagai berikut:

“Analysis of trends in sales by segments is useful in assessing profitability. Sales growth is often the result of one or more factors, including (1) price changes, (2) volume changes, (3) acquisitions/divestitures, and (4) changes in exchange rates. A company’s Management’s Discussion and Analysis section usually offers insights into the causes of sales growth”.

Dari pemaparan para ahli diatas diatas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan rasio untuk mengetahui peningkatan penjualan perusahaan setiap periode dari tahun sebelumnya.

2.1.2.2 Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Rumus yang digunakan dalam mengukur pertumbuhan penjualan menurut Kasmir (2016:107) adalah sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sales}_t - \text{Net Sales}_{t-1}}{\text{Net Sales}_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

Net Sales_t : Penjualan bersih perusahaan tahun t

Net Sales_{t-1} : Penjualan bersih perusahaan tahun t-1

2.1.3 Harga Saham

2.1.3.1 Definisi Harga Saham

Harga saham menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012:102) menyebutkan bahwa harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu. Harga saham bisa berubah naik ataupun turun dalam hitungan waktu yang begitu cepat. Harga saham dapat berubah dalam hitungan menit bahkan dapat berubah dalam hitungan detik. Hal tersebut dimungkinkan karena permintaan dan penawaran antar pembeli saham dengan penjual saham.

Menurut Jogiyanto (2017:143), menyatakan bahwa harga saham sebagai berikut: “Harga saham merupakan harga yang terjadi dipasar 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.

Menurut Rohmah (2020), Harga saham adalah cerminan dari pengelolaan perusahaan yang baik oleh manajemen untuk menciptakan dan memanfaatkan proseppek usaha, sehingga memperoleh keuntungan dan mampu memenuhi tanggung jawabnya kepada pemilik, karyawan, masyarakat dan pemerintah (stakeholders).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga saham merupakan harga yang bersedia dikeluarkan untuk memperoleh saham, dimana harga saham dapat berubah naik atau turun pada waktu tertentu yang disebabkan oleh permintaan dan penawaran antara pembeli dengan penjual saham.

2.1.3.2 Jenis Harga Saham

Harga saham menurut Widiatmojo (2001:45 dalam Rohmah, dkk 2020), dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu:

1. Harga Nominal

Harga nominal merupakan nilai yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkannya. Harga nominal ini tercantum dalam lembar saham tersebut.

2. Harga Perdana

Harga perdana merupakan harga sebelum harga tersebut dicatat di bursa efek. Besarnya harga perdana ini tergantung dari persetujuan antara emiten dan penjamin emisi.

3. Harga Pasar

Harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu ke investor yang lain. Harga pasar terjadi setelah saham tersebut dicatat di bursa efek.

4. Harga Pembukaan

Harga pembukaan adalah harga yang diminta penjual dari pembeli pada saat jam bursa dibuka.

5. Harga Penutupan

Harga penutupan merupakan harga pasar yang terjadi di BUMN pada akhir tahun yang bersangkutan.

6. Harga Tertinggi

Harga saham tidak hanya sekali atau dua kali dalam satu hari, tetapi bisa berkali dan tidak terjadi pada harga saham yang lama. Dari harga harga yang

terjadi tentu ada harga yang paling tinggi pada satu hari bursa tersebut, harga itu disebut harga tertinggi.

7. Harga Terendah

Harga terendah merupakan kebalikan dari harga tertinggi, yaitu harga yang paling rendah pada satu hari bursa.

8. Harga Rata-rata

Harga rata-rata merupakan rata-rata dari harga tertinggi dan terendah. Harga ini bisa dicatat untuk transaksi harian, bulanan, atau tahunan.

2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham

Menurut Alwi (2008:87 dalam Prasetyo & Riswati 2016) ada beberapa faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham atau indeks harga saham. Faktor-faktor tersebut dapat dimasukkan ke dalam faktor fundamental yang berasal dari lingkungan internal dan faktor kondisi ekonomi yang berasal dari lingkungan eksternal. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham tersebut antara lain yaitu:

1. Faktor internal terdiri dari:

- a. Pengumuman tentang pemasaran, produksi, penjualan seperti pengiklanan, rincian kontrak, perubahan harga, penarikan produk baru, laporan produksi, laporan keamanan produk, dan laporan penjualan.
- b. Pengumuman pendanaan (*financing announcements*), seperti pengumuman yang berhubungan dengan ekuitas dan hutang.

- c. Pengumuman badan direksi manajemen (*management boards of director announcements*) seperti perubahan dan pergantian direktur, manajemen, dan struktur organisasi.
- d. Pengumuman pengambilalihan diversifikasi, seperti laporan merger, investasi ekuitas, laporan take over oleh pengakuisisian dan diakuisisi.
- e. Pengumuman investasi (*investment announcements*), seperti melakukan riset ekspansi pabrik, pengembangan riset, dan penutupan usaha lainnya.
- f. Pengumuman ketenagakerjaan (*labour announcements*), seperti negoisasi baru, kontrak baru, pemogokan dan lainnya.
- g. Pengumuman laporan keuangan perusahaan, seperti peramalan laba sebelum akhir tahun fiskal dan setelah akhir tahun fiskal, *Earning Per Share (EPS)*, *Dividend Per Share (DPS)*, *Price Earning Ratio*, *Net Profit Margin*, *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Debt to Equity Ratio (DER)* dan lain-lain.

2. Faktor eksternal terdiri dari:

- a. Pengumuman dari pemerintah seperti perubahan suku bunga tabungan dan deposito, kurs valuta asing, inflasi serta berbagai regulasi dan deregulasi ekonomi yang dikeluarkan oleh pemerintah.
- b. Pengumuman hukum (*legal announcements*), seperti tuntutan karyawan terhadap perusahaan atau terhadap manajernya dan tuntutan perusahaan terhadap manajernya.

- c. Pengumuman industri sekuritas (*securities announcements*), seperti laporan pertemuan tahunan, insider trading, volume atau harga saham perdagangan, pembatasan atau penundaan trading.
- d. Gejolak politik dalam negeri dan fluktuasi nilai tukar.
- e. Berbagai isu baik dalam negeri maupun luar negeri.

2.1.3.4 Indikator Harga Saham

Menurut Pandji Anoraga dan Piji Pakari (2010:59) harga saham adalah harga pada pasar riil (*market price*), merupakan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga suatu saham pada pasar saham yang sedang berlangsung atau jika pasar ditutup, maka harga pasar adalah harga penutupnya (*closing price*) Sejalan dengan penjelasan diatas menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012:102) harga saham yang digunakan adalah harga saham akhir transaksi (*closing entries*).

Berdasarkan indikator di atas dapat disimpulkan bahwa indikator harga saham menggunakan harga saham penutupan (*closing price*).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham

Menurut Wulandari & Badjra (2019) Profitabilitas merupakan suatu rasio yang mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau dengan kata lain ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Laba merupakan faktor utama mengukur tingkat efektifitas dan efisiensi perusahaan 51 dengan seluruh dana dan sumber daya perusahaan. Dengan memperoleh laba yang

maksimal, perusahaan dapat memenuhi ekspektasi karyawan dan pemegang saham. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi target sesuai yang telah ditetapkan. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran pemilik perusahaan meningkat. Sehingga hal tersebut akan menarik minat investor yang akhirnya akan meningkatkan harga saham.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimilikinya. Dalam peranannya analisis profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari sumber daya modal yang dimilikinya. Profitabilitas dapat mempengaruhi harga saham suatu perusahaan. Semakin besar nilai profitabilitas suatu perusahaan akan berdampak pada peningkatan harga saham perusahaan karena perusahaan mampu menghasilkan return saham yang besar pula (Raymond, 2018) Penelitian yang dilakukan oleh Hikmah (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara profitabilitas terhadap harga saham perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Dicky Hidayat dan Topowijono (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara profitabilitas terhadap harga saham.

2.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham

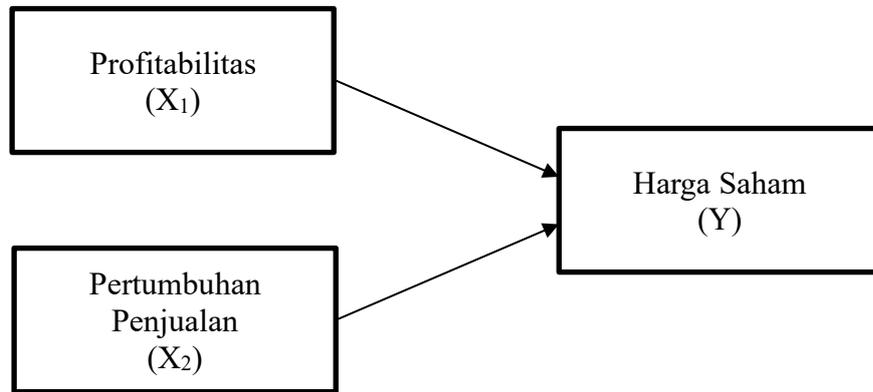
Harga saham adalah harga yang terbentuk di pasar jual beli saham. Apabila bursa efek telah tutup, maka harga pasar adalah harga penutupannya (*closing price*). Harga penutupan saham (*closing price*) yaitu harga yang diminta oleh penawaran atau permintaan pada saat akhir bursa. Harga saham sifatnya berubah-ubah atau berfluktuasi setiap saat dan selalu mengalami pasang surut tergantung oleh

banyaknya penawaran dan permintaan atas saham tersebut serta beberapa faktor lain yang mempengaruhinya, namun, pada prinsipnya semakin baik prestasi perusahaan dalam menghasilkan suatu keuntungan, maka akan meningkatkan permintaan saham perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan harga saham itu sendiri. Contohnya kondisi perusahaan sangat berpengaruh terhadap harga dan volume perdagangan saham, jika perusahaan tersebut mengalami peningkatan, maka secara otomatis harga dan volume perdagangan saham meningkat, selain itu harga saham juga dipengaruhi oleh tingkat deviden, tingkat inflasi, tingkat suku bunga dan penjualan (Muhajir, 2019: 5-6)

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni Nasution (2021) menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ridwan, Muchamad, and Lucia Ari Diyani (2015) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penjualan terhadap harga saham.

2.2.3 Paradigma Penelitian

Melihat adanya hubungan antara pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham, maka paradigma penelitian ini dapat digambarkan dalam Gambar 2.1 berikut ini:



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:55) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_1 = Profitabilitas berpengaruh terhadap Harga Saham Perusahaan Subsektor Perbankan.

H_2 = Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Harga Saham Perusahaan Subsektor Perbankan.