PENGARUH *NET PROFIT MARGIN* (NPM) DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP HARGA SAHAM
(Survei Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)

THE INFLUENCE OF NET PROFIT MARGIN (NPM) AND SALES GROWTH TO STOCK PRICE (Survey on Manufacturing Company Sector Consumer Goods Listed In Indonesia Stock Exchange The Year 2012-2015)

Oleh:
Kurnia Dwi Astuti
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

ABSTRACT

Net profit margin and sales growth are some factors that affect the increase of stock prices. This research is conducted to find out the effect of net profit margin and sales growth to the stock prices at manufacturing company sector consumer goods listed in Indonesian Stock Exchange. A phenomena that happened in manufacturing company sector consumer goods is the increasing of net profit margin and sales growth are followed by the decreasing of stock prices.

Descriptive and verificative method are used in this research. Analysis method that was used is multiple regression analysis. The population in this study were 148 financial statements from 37 manufacturing companies sector consumer goods that listed in Indonesia Stock Exchange on 2012-2015 period. The sample method is using purposive sampling method with certain criteria.

The conclusion of this research shows that net profit margin have positive significant effect on stock prices that is 26%. Sales growth have the positive significant effect to stock prices that is 5,9% in manufacturing company sector consumer goods listed in Indonesian Stock Exchange on 2012-2015 period.

Keywords : Net profit margin, Sales Growth, Stock Price

I. PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang

Investasi kini menjadi aktivitas alternatif untuk mendapatkan keuntungan sebagai pemenuhan kebutuhan seseorang (Devi dan Bagus, 2014). Investasi adalah penggunaan sejumlah dana atau sumber daya yang lainnya saat ini, untuk memperoleh sejumlah keuntungan di masa yang akan datang (Tandelilin, 2010:2). Saham menjadi salah satu alternatif investasi di pasar modal yang paling banyak digunakan oleh para investor karena keuntungan yang diperoleh lebih besar, dana yang dibutuhkan oleh investor untuk melakukan investasi tidak begitu besar jika dibandingkan dengan obligasi (Mahpudin, 2016).

Pada transaksi pasar modal, harga saham dianggap sebagai salah satu faktor terpenting karena dari harga saham tersebut dapat mencerminkan nilai perusahaan (Bhagas dan Agus, 2014). Jika perusahaan mencapai prestasi yang baik, maka saham perusahaan tersebut akan banyak diminati oleh para investor (Achmad, 2012). Perusahaan yang bergabung dalam pasar modal harus menjaga nilai perusahaan mereka karena nilai perusahaan yang baik akan memberikan pandangan positif mengenai perusahaan dan memberikan peluang return yang besar, pandangan positif tersebut dapat menyebabkan semakin banyak investor yang tertarik untuk membeli saham perusahaan sehingga harga saham perusahaan meningkat dan saham perusahaan menjadi bernilai (Devi dan Bagus, 2014).

Rasio profitabilitas ini yang biasanya dijadikan bahan pertimbangan seorang investor dalam menanamkan sahamnya di suatu perusahaan, bila suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi terhadap pengembalian saham, maka seorang investor akan memilih perusahaan tersebut untuk menanamkan sahamnya (Mahpudin, 2016). *Net profit margin* merupakan salah satu rasio profitabilitas, rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu sesudah dikurangi dengan seluruh *expenses* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan (Syamsuddin, 2013:62). Semakin tinggi *Net profit margin* akan menunjukkan adanya efisiensi yang semakin tinggi, sehingga variabel ini menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan (Achmad, 2012).

Pertumbuhan penjualan mencerminkan prospek perusahaan dan profitabilitas perusahaan di masa yang akan datang, apabila pertumbuhan penjualan meningkat maka profitabilitas perusahaan akan meningkat, dan akhirnya kinerja perusahaan semakin baik (Wawan, 2016). Diharapkan dengan peningkatan penjualan harga saham akan mengalami peningkatan yang dapat menyebabkan terjadinya capital gain sehingga return saham akan meningkat, dan demikian pula sebaliknya (Nizar dan Prijati, 2014). Tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan memengaruhi nilai perusahaan atau harga saham perusahaan sebab pertumbuhan perusahaan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak respon positif dari investor (I Putu dan I Made, 2014).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang penelitian, maka rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *Net profit margin* (NPM) terhadap Harga Saham.
2. Seberapa besar pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh serta mengumpulkan data dan informasi atas seberapa besar pengaruh *net profit margin* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dijelaskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Net profit margin* (NPM) terhadap Harga Saham.
2. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti
   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta membantu penulis untuk memperoleh gelar sarjana juga sebagai salah satu syarat kelulusan.
2. Bagi Perusahaan
   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna bagi perusahaan dalam menentukan strategi penjualan saham.

3. Bagi Investor
   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan untuk menilai kinerja keuangan, sehingga membantu pengambilan keputusan investor dalam menanamkan modalnya.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Pengembangan Ilmu
   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi yang terbaru bagi pengembangan ilmu manajemen keuangan khususnya mengenai pengaruh *net profit margin* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
   Sebagai bahan masukan dan referensi untuk penelitian selanjutnya agar dapat diteliti kembali sesuai perkembangan ilmu pengetahuan.

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Net profit margin* (NPM)

Menurut Kasmir (2013:200), *Net profit margin* (NPM) adalah "margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan".

Agus Sartono (2013:123), mendefinisikan *Net profit margin* (NPM) yaitu "rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan yang sudah dikurangi seluruh biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan".

Menurut Agus Sartono (2013:123) *Net profit margin* (NPM) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}} x100\%$$

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

Menurut Amstrong (2012:327), pertumbuhan penjualan adalah "perubahan penjualan per tahun. Pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk".

Menurut Van Horne dan Wachowicz (2013:122) bahwa "pertumbuhan penjualan merupakan tingkat stabilitas jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan untuk setiap periode tahun buku. Pertumbuhan penjualan yaitu peningkatan dari segi jumlah, produktivitas perusahaan untuk menjual produknya dari tahun sebelumnya".

Menurut Horne (2013:122) tingkat pertumbuhan penjualan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$g = \frac{\text{S1} - \text{S0}}{\text{S0}} \text{x}100\%$$

2.1.3 Saham

Eduardus Tandelilin (2012:81) mendefinisikan saham sebagai “surat bukti kepemilikan atas aset-aset perusahaan yang menerbitkan saham. Dengan memiliki saham suatu perusahaan, maka investor akan mempunyai hak terhadap pendapatan dan kekayaan perusahaan, setelah dikurangi dengan pembayaran semua kewajiban perusahaan”.

Sedangkan Bambang Riyanto (2013:240) mendefinisikan “saham adalah tanda bukti pengembalian bagian atau peserta dalam perseroan terbatas, bagi yang bersangkutan, yang diterima dari hasil penjualan sahamnya akan tetapi tertanam di dalam perusahaan tersebut selama hidupnya, meskipun bagi pemegang saham sendiri bukanlah merupakan peranan permanen, karena setiap waktu pemegang saham dapat menjual sahamnya”.

2.1.4 Harga Saham

Pengertian harga saham menurut Darmadji & Fakhrudin (2012:102) adalah “harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu. Harga saham bisa berubah naik atau pun turun dalam hitungan waktu yang begitu cepat. Ia dapat berubah dalam hitungan menit bahkan dapat berubah dalam hitungan detik. Hal tersebut dimungkinkan karena tergantung dengan permintaan dan penawaran antara pembeli saham dengan penjual saham”.

Sedangkan menurut Jogiyanto (2010:167) harga saham adalah “harga yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal”.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Net profit margin* (NPM) Terhadap Harga Saham

Berkaitan dengan pengaruh antara *Net profit margin* (NPM) dan harga saham dikemukakan oleh Eduardus Tandelilin (2012:236) yang 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 menurut hasil penelitian Paulsen William (2012) menunjukkan bahwa variabel ROA, ROE, NPM, dan EPS berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada bank swasta nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Begitu pula berdasarkan penelitian Edduar Hendri (2015) menunjukkan variabel NPM berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun. Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian kenaikan harga saham proporsional dengan pertumbuhan penjualan (Husnan 2015:344).

Adapun menurut hasil penelitian Dina Agustina (2012) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham di Bursa Efek Indonesia. Begitu juga dengan penelitian Darwis Harahap (2016) menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif pada harga saham Jakarta Islamic Index.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka peneliti berasumsi mengambil hipotesis sebagai berikut:

H_1: *Net profit margin* (NPM) berpengaruh terhadap harga saham.
H_2: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Ulber Silalahi (2012:12) merupakan "cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atau masalah tersebut".

3.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2014:38).

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu Pengaruh *Net profit margin* (NPM) dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap dipakai. Data sekunder mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan meskipun dapat diolah lebih lanjut. Sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder (Tony Wijaya 2013:19).

3.4 Populasi, Sampel dan Tempat serta Waktu Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2014:117).

Berdasarkan pada pengertian di atas, populasi yang digunakan peneliti adalah laporan keuangan tahunan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 yaitu sebanyak 148 laporan keuangan.

3.4.2 Sampel

Teknik penarikan sample yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*. Sugiyono (2014:85) mendefinisikan bahwa: "*Purposive Sampling* adalah teknik penentuan data sampel dengan pertimbangan tertentu".

Sampel yang diteliti oleh peneliti yaitu 24 Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan laporan keuangan tahunan periode tahun 2012-2015.

3.4.3 Tempat dan Waktu Penelitian

1) Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, maka penulis mengadakan penelitian di Kantor Perwakilan BEI Bandung yang beralamat di Jl. PH.H. Mustofa No. 33 Bandung Telepon: (022) 20524208 Fax: (022) 20524208 Email: pipm.bandung@idx-pipm.net. Dan data didapat juga melalui website Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id.

2) Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 7 bulan yang dimulai pada bulan Februari sampai dengan bulan Agustus 2017.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Penelitian Secara Langsung *(Field Research)*

Menurut Jonathan Sarwono (2012:82) studi lapangan merupakan desain penelitian yang mengkombinasikan antara pencarian literature (literature studi), survei berdasarkan pengalaman dan/atau studi kasus dimana peneliti berusaha mengidentifikasi variabel-variabel penting dan hubungan antar variabel tersebut dalam situasi permasalahan tertentu.

Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang tersedia dari laporan keuangan periode tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2) Studi Pustaka (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai pembanding dengan data penelitian yang diperoleh. Data tersebut dapat diperoleh dari literatur, catatan kuliah serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.6 Metode Pengujian Data

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Definisi analisis regresi linier berganda menurut Misbahudin dan Iqbal Hasan (2013: 5) adalah “uji statistik linier berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya”.

2) Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi juga tidak menunjukkan hubungan fungsional. Dengan kata lain, analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam analisis regresi, analisis korelasi yang digunakan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen selain mengukur kekuatan asosiasi (hubungan).

3) Analisis Determinasi

Analisis koefisiensi determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase.

3.6.1 Metode Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya korelasi dan pengaruh variabel independen X1 dan X2 secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

a) Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik T).
Uji statistik t digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh signifikan secara parsial atau satu pihak dari masing-masing variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Hipotesis nol (H0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis alternatif (H1) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen

$H_0 : \beta = 0$: *net profit margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham
$H_1 : \beta \neq 0$: *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap harga saham
$H_0 : \beta = 0$: pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham
$H_2 : \beta \neq 0$: pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif

Perkembangan *Net profit margin* (NPM), Pertumbuhan Penjualan dan Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015.

1) Hasil Analisis Deskriptif Variabel *Net profit margin* (NPM)

Berdasarkan gambar grafik 4.1 di atas dapat di lihat bahwa rata-rata nilai *net profit margin* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI memiliki *trendline* yang fluktuatif setiap tahunnya. Meskipun rata-rata NPM mengalami penurunan pada tahun 2012-2014 namun dapat meningkat pada tahun 2015. Hal ini disebabkan oleh penerimaan laba bersih dan penjualan beberapa perusahaan mengalami penurunan.

2) Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pertumbuhan Penjualan

Dari gambar grafik 4.2 di atas dapat di lihat bahwa selama periode tahun 2012-2015 rata-rata pertumbuhan penjualan cenderung fluktuatif. Hal ini disebabkan oleh karena perusahaan-perusahaan tersebut mengalami fluktuasi juga dalam hal penjualan. Selain itu juga dikarenakan naiknya beban administarasi, penjualan maupun pemasaran produk.

3) Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga Saham

Dari gambar grafik 4.3 di atas dapat di lihat bahwa rata-rata harga per lembar saham perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI mengalami fluktuasi sepanjang periode penelitian yaitu rentang tahun 2012 sampai dengan 2015 dimana rata-rata harga saham tertinggi yaitu pada tahun 2014 sedangkan rata-rata harga per lembar saham terendah pada tahun 2012. Fluktuasi ini disebabkan perusahaan mendapatkan laba dan penjualan yang juga

fluktuatif setiap tahunnya. Sehingga harga per lembar saham perusahaan cenderung naik dan turun.

4.1.2 Analisis Verifikatif

4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pada tabel 4.12 *output* SPSS di atas, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,202 > 0,05 sehingga sesuai dengan kriteria pengujian dapat disimpulkan bahwa residu dalam model regresi berdistribusi secara normal, maka model telah memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

2) Uji Multikolinieritas

Pada tabel 4.11 *output* SPSS di atas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance yang diperoleh untuk kedua variabel bebas adalah sebesar 0,991 > 0,1 dengan nilai VIF sebesar 1,009 < 10. Hasil tersebut menunjukan bahwa variabel bebas dalam model terbebas dari masalah multikolinearitas, sehingga model telah memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar grafik 4.5 *scatterplot* di atas, terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik yang ada tersebar secara acak, di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari masalah heteroskedastisitas, sehingga model telah memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

4) Uji Autokorelasi

Pada tabel 4.12 *output* SPSS di atas, diketahui bahwa nilai Durbin-Watson yang diperoleh adalah sebesar 0.682 dan berada diantara -2 dan +2 atau -2 < DW < +2. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari adanya autokorelasi, sehingga model regresi telah memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

4.1.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.13 memberikan informasi mengenai hasil estimasi regresi linier berganda antara *net profit margin* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham. Pada tabel di atas, terlihat bahwa nilai konstanta (a) yang diperoleh adalah sebesar 2.678 dengan nilai koefisien regresi (βi) sebesar 0.060 X1; 0.045 X2. Berdasarkan pada nilai-nilai yang diperoleh, dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.678 + 0.060\ X_1 + 0.045\ X_2$$

Nilai konstan sebesar 2.678, menunjukan besarnya harga saham, jika *net profit margin* dan pertumbuhan penjualan bernilai 0. Koefisien regresi untuk *net profit margin* sebesar 0.060 X1 dan bertanda positif, artinya setiap terjadi peningkatan 1 satuan pada NPM dan pertumbuhan penjualan bernilai konstan, diprediksikan mampu meningkatkan harga saham pada perusahaan sektor industri barang konsumsi sebesar 0.060 per lembar saham. Koefisien regresi untuk pertumbuhan penjualan sebesar 0.045 X2 dan bertanda positif, artinya setiap terjadi peningkatan 1 satuan pada pertumbuhan penjualan dan NPM bernilai konstan, diprediksikan mampu

meningkatkan harga saham pada perusahaan sektor industri barang konsumsi sebesar 0.045 per lembar saham.

4.1.2.3 Analisis Korelasi

1) Analisis Korelasi Parsial

a) Hubungan Antara *Net profit margin* (NPM) Terhadap Harga Saham

Pada tabel 4.14 *output* SPSS di atas, terlihat bahwa nilai korelasi parsial antara *net profit margin* dengan harga saham adalah sebesar 0,517 dan termasuk dalam kategori korelasi yang sedang berada pada interval korelasi antara "0,60 – 0,599".

b) Hubungan Antara Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham

Pada tabel 4.15 *output* SPSS di atas, terlihat bahwa nilai korelasi parsial antara tingkat pertumbuhan penjualan dengan harga saham adalah sebesar 0,259 dan termasuk dalam kategori korelasi yang rendah berada pada interval korelasi antara "0,20 – 0,399".

4.1.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.16 di atas memberikan informasi mengenai hasil pengujian koefisien determinasi parsial antara *net profit margin* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham. Pada tabel di atas, terlihat bahwa secara parsial *net profit margin* memberikan pengaruh sebesar 26%, sedangkan pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh sebesar 5.9%, sehingga total pengaruh yang diberikan keduanya adalah sebesar 31.9%.

4.1.2.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Berdasarkan tabel 4.17 dan table 4.18, gambar 4.5 dan gambar 4.6 pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat sebagai berikut:

Untuk uji hipotesis pengaruh NPM terhadap harga saham diperoleh nilai t_{hitung} berada di daerah penolakan Ho (t_{hitung} (5.759) > t_{tabel} (1,986)) sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak Ho dan menerima Ha yang berarti secara parsial *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Untuk uji hipotesis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham diperoleh nilai t_{hitung} berada di daerah penolakan Ho (t_{hitung} (2.561) > t_{tabel} (1.986)) sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak Ho dan menerima Ha yang berarti secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Net profit margin* (NPM) Terhadap Harga Saham

Dari penelitian yang telah dilakukan didapatkan hubungan antara *nilai net profit margin* terhadap harga saham sebesar 0,517 artinya nilai *net profit margin* memiliki hubungan yang sedang dengan harga saham. Hal ini terlihat dari nilai korelasi berada diantara 0,60 hingga 0,599 yang tergolong dalam kategori sedang dan hubungan yang bersifat positif, artinya setiap kenaikan *net profit margin* maka hal tersebut akan meningkatkan harga saham perusahaan dan sebaliknya.

Besar pengaruh *net profit margin* terhadap harga saham adalah sebesar 26%, yang artinya harga saham dipengaruhi oleh NPM 26%, sedangkan sisanya sebesar 74% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti EPS, tingkat bunga, jumlah kas dividen yang diberikan. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis uji t yang diperoleh menunjukkan bahwa H_0 ditolak dikarenakan hasil uji t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel}. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa *net profit margin* memiliki pengaruh secara signifikan secara parsial terhadap harga saham pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Hasil penelitian yang dilakukan sama seperti yang dilakukan oleh William (2012) yang menyatakan bahwa *net profit margin* memilik pengaruh signifikan terhadap harga saham. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmad Husaini (2012) dimana *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap harga saham.

4.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham

Dari penelitian yang telah dilakukan didapatkan hubungan antara nilai pertumbuhan penjualan terhadap harga saham sebesar 0,259 artinya nilai pertumbuhan penjualan memiliki hubungan yang rendah dengan harga saham. Hal ini terlihat dari nilai korelasi berada diantara 0,20 hingga 0,399 yang tergolong dalam kategori rendah dan hubungan yang bersifat positif, artinya setiap kenaikan pertumbuhan penjualan maka hal tersebut akan meningkatkan harga saham perusahaan dan sebaliknya.

Besar pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham adalah sebesar 5,9%, yang artinya harga saham dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan 5,9%, sedangkan sisanya sebesar 94,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti jumlah laba yang didapat perusahaan, tingkat resiko serta pengembalian. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis uji t yang diperoleh menunjukkan bahwa H_0 ditolak dikarenakan hasil uji t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel}. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh secara signifikan secara parsial terhadap harga saham pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Hasil penelitian yang dilakukan sama seperti yang dilakukan oleh Darwis Harahap (2016) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meti Zuliyana (2014) dimana pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1) *Net profit margin* (NPM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015 dengan besar pengaruh yang termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan ketika *net profit margin* perusahaan meningkat maka harga saham perusahaan akan meningkat. Meningkatnya harga saham disebabkan karena perusahaan memiliki persentase NPM yang besar, sehingga investor lebih tertarik membeli saham.
2) Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap harga saham perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015 dengan besarnya pengaruh masuk dalam kategori rendah. Hal ini berarti apabila pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat maka harga saham

meningkat. Meningkatnya hargsa saham dikarenakan pertumbuhan penjualan adalah salah satu indikator apakah perusahaan tersebut dapat memperoleh laba dan mampu memberikan return yang besar pada investor. Sehingga investor lebih tertarik membeli saham perusahaan dan meningkatkan harga saham.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Operasional

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan masukan kepada perusahaan dan investor sebagai berikut:

1) Agar *net profit margin* perusahaan dapat meningkat maka perusahaan perlu melakukan upaya-upaya untuk memaksimalkan laba yang diperoleh setiap tahunnya dari hasil penjualan. Seperti menambah nilai produk yang dijual, melakukan investasi baru, atau melakukan ekspansi usaha, dengan hal tersebut perusahaan dapat memiliki laba yang besar sehingga berdampak kepada minat investor untuk membeli saham dan mampu meningkatkan harga saham.
2) Agar pertumbuhan penjualan dapat bertumbuh dengan lebih stabil setiap tahun dan mampu menunjang pada peningkatan harga saham, perusahaan perlu melakukan upaya-upaya atau kebijakan-kebijakan yang secara umum akan meningkatkan pertumbuhan penjualan perusahaan, seperti meningkatkan kualitas produk, pemasaran produk yang lebih luas, menekan biaya bahan baku, mengurangi beban produksi, menghindari pos-pos diluar dugaan dan hal-hal lainnya yang menyebabkan turunnya pertumbuhan penjualan. Namun pertumbuhan penjualan tidak bisa dijadikan faktor utama dalam menunjang peningkatan harga saham.

5.2.2 Saran Akademik

1) **Bagi Pengembang Ilmu**
   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, sebagai sumber informasi dan sebagai sumbangan pemikiran dalam mengmbangkan disiplin ilmu akuntansi keuangan, serta kontribusi dalam pengembangan penelitian khususnya mengenai *net profit margin* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham. Serta sebagai masukan dan tambahan referensi bagi pembaca.
2) **Bagi Peneliti Selanjutnya**
   Diharapkan agar para peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai harga saham, diharapkan dapat meneliti variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi harga saham seperti, *earning per share*, tingkat bunga, jumlah dividen yang dibagikan dan hal lainnya. Selain itu penulis juga menyarankan untuk menambah hasil penelitian, menambah objek yang diteliti, juga menambah periode penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad Husaini, 2012. *Pengaruh Variabel Return On Assets , Return On Equity, Net profit margin Dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham Perusahaan*. Jurnal Profit. Volume 6 No. 6

Agus Sartono. 2013. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.

Bambang Riyanto. 2013. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.

Bhagas Adhitya dan Agus Purwanto. 2014. *Pengaruh Economic Value Added (Eva), Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham*. Diponegoro Journal Of Accounting. Volume 3 No. 3. ISSN 2337-3806.

Darmadji, T dan Fakhrudin M.H. 2012. *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan dan Tanya Jawab*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.

Darwis Harahap. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Jakarta Islamic Index (JII)*. Journal Analytica Islamica. Volume 5 No. 2.

Edduar Hendri. 2015. *Pengaruh Debt To Asset Ratio (Dar), Long Term Debt To Equity Ratio (Ltder) Dan Net profit margin (Npm) Terhadap Harga Saham Pada Perusahan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Media Wahana Ekonomika. Volume 12 No.2.

Endang Mahpudin. 2016. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Pada Periode 2011-2015*. Jurnal Unsika. Volume 1 No.2.

Eduardus Tandelilin. 2012. *Analisis Investasi Dan Manajemen Portofolio*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Horne, Van dan Wachowicz. 2013. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

I Putu Andre dan I Made Karya. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Serta Harga Saham*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. ISSN 2302-8556.

Jogiyanto, H. M. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.

Jonathan Sarwono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Cetakan Keenam. Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-13. Jilid 1. Jakarata: Erlangga.

Misbahudin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Edisi Ke-2. Jakarta: Bumi Aksara

Nizar Immanuel dan Prijati. 2014. *Pengaruh Volume Penjualan Saham Dan Tingkat Suku Bunga Sbi Terhadap Harga Saham*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 3 No. 7.

Savitri Devi dan Bagus Badjra. 2014. *Pengaruh Roe, Npm, Leverage Dan Nilai Pasar Terhadap Harga Saham*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana. Volume 3 No. 2.

Suad Husnan. 2015. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta: AMP YKPN.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

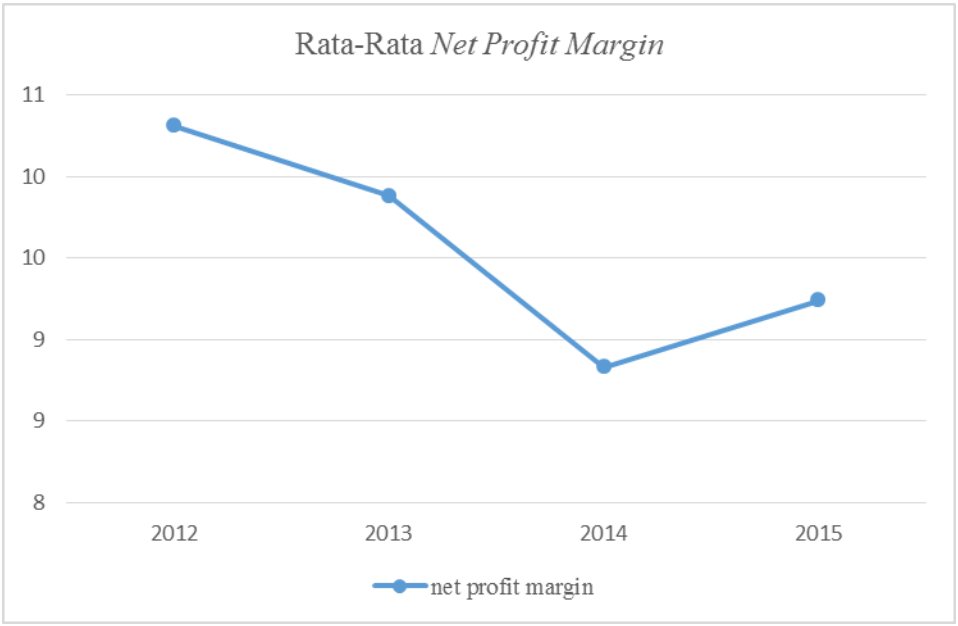
Syamsuddin, Lukman. 2013. *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi Dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Tony Wijaya. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

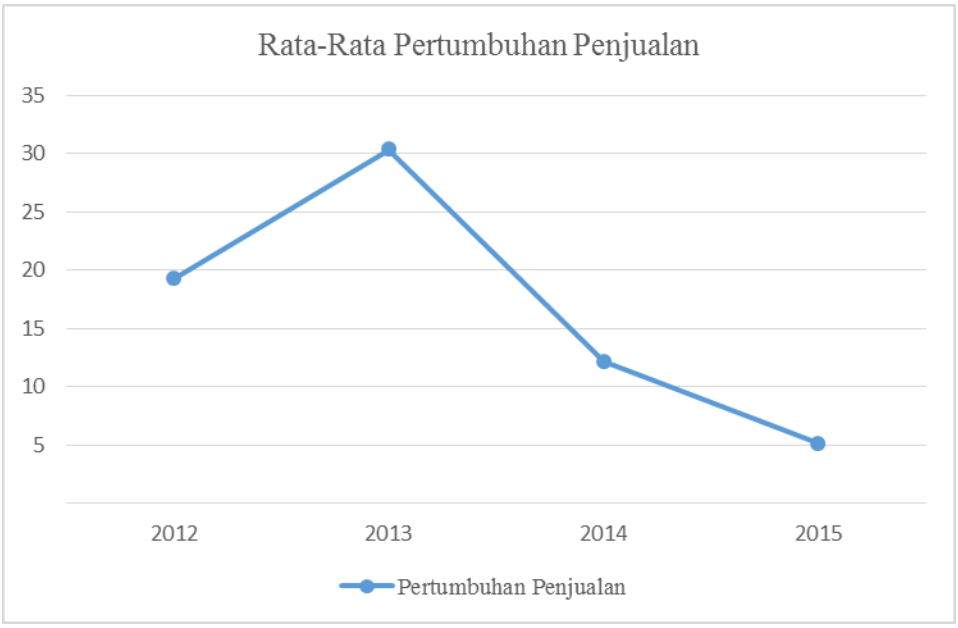
Ulber Silalahi. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Wawan Setiawan. 2016. *Pengaruh Pertumbuhan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Volume 12.

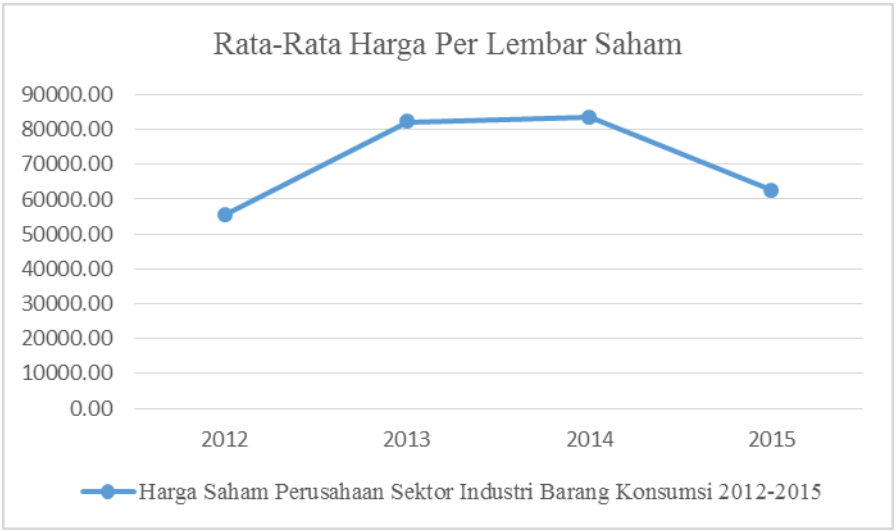
LAMPIRAN



Gambar 4.1
Grafik Perkembangan Rata-Rata *Net profit margin* pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015



Gambar 4.2
Grafik Perkembangan Rata-Rata Pertumbuhan Penjualan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015



Gambar 4.3
Grafik Perkembangan Rata-Rata Harga Per Lembar Saham pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015
(dalam rupiah)

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.53000973
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		1.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.202

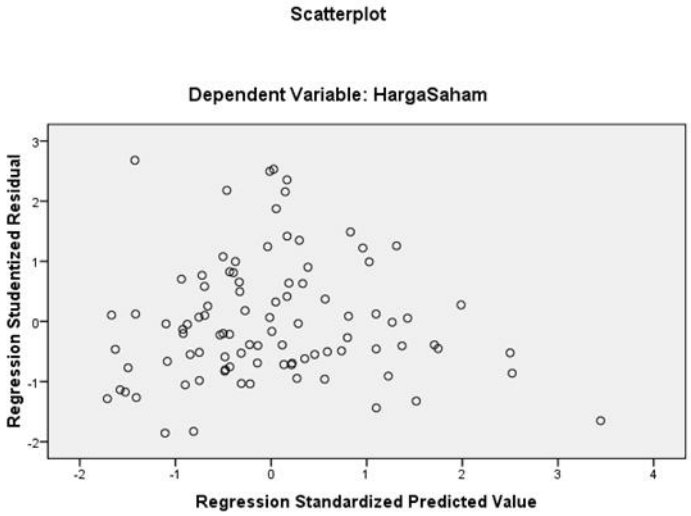
a. Test distribution is Normal.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	NPM	.991	1.009
	Pertumbuhan_Penjualan	.991	1.009

a. Dependent Variable: Harga_Saham



Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.566[a]	.321	.306	.53580	.682

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan_Penjualan, NPM

b. Dependent Variable: Harga_Saham

Tabel 4.13
Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.678	.128		20.865	.000
	NPM	.060	.010	.500	5.759	.000
	Pertumbuhan_Penjualan	.045	.018	.222	2.561	.012

a. Dependent Variable: Harga_Saham

Tabel 4.14
Hasil Analisis Korelasi Parsial

Correlations

Control Variables			Harga_Saham	NPM
Pertumbuhan_Penjualan	Harga_Saham	Correlation	1.000	.517
		Significance (2-tailed)	.	.000
		df	0	91
	NPM	Correlation	.517	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		df	91	0

Tabel 4.15
Hasil Analisis Korelasi Parsial

Correlations

Control Variables			Harga_Saham	Pertumbuhan_ Penjualan
NPM	Harga_Saham	Correlation	1.000	.259
		Significance (2-tailed)	.	.012
		df	0	91
	Pertumbuhan_Penjualan	Correlation	.259	1.000
		Significance (2-tailed)	.012	.
		df	91	0

Tabel 4.16
Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

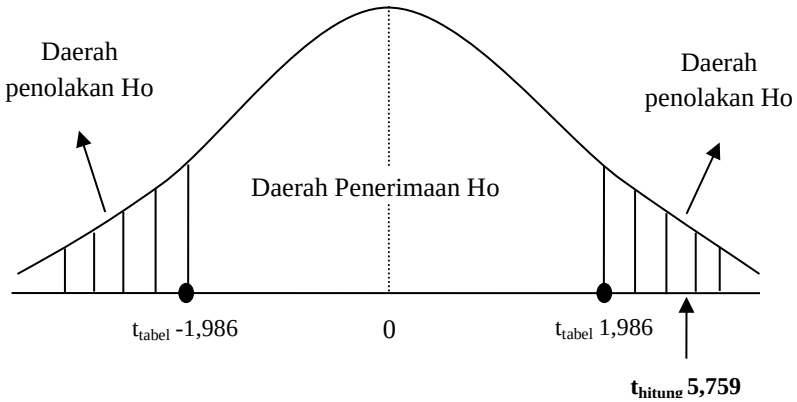
Model		Standardized Coefficients	Correlations	Partial Coefficient of Determination
		Beta	Zero-order	
1	*Net profit margin*	.500	.521	26%
	Pertumbuhan Penjualan	.222	.270	5.9%
Total Effect				31.9%

Tabel 4.17
Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

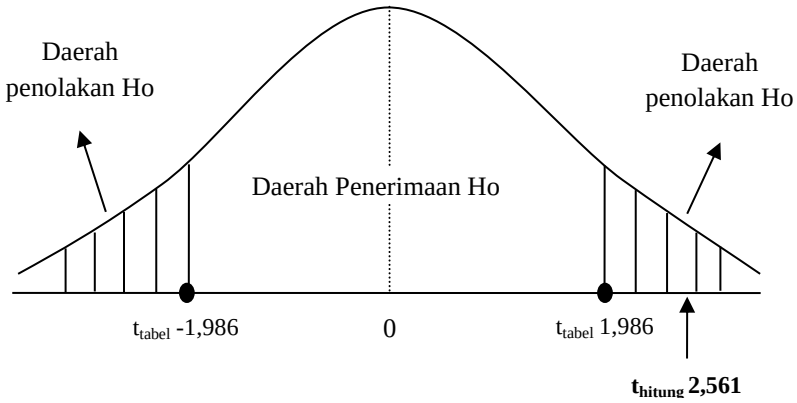
Model	**t_{hitung}**	**$t_{tabel\ (0,05;93)}$**	***Sig***	**A**	**Keterangan**	**Kesimpulan**
$X_1 \rightarrow Y$	5.759	1,986	0,000	0,05	Ho ditolak	Signifikan

Tabel 4.18
Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Model	**t_{hitung}**	**$t_{tabel\ (0,05;93)}$**	***Sig***	**A**	**Keterangan**	**Kesimpulan**
$X_1 \rightarrow Y$	2.561	1.986	0,012	0,05	Ho ditolak	Signifikan



Gambar 4.6
Pengujian Hipotesis Parsial X_1



Gambar 4.7
Pengujian Hipotesis Parsial X_2