

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP
HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG
KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

*THE EFFECT OF FIRM SIZE AND SALES GROWTH ON STOCK PRICES ON THE
MANUFACTURING COMPANIES OF CONSUMPTION GOODS INDUSTRIAL SECTORS LISTED
ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE*

Oleh:

¹Preisiasigar

²Lintje Kalangi

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

preisiachiasigar@gmail.com

lintje_kalangi@yahoo.com

Abstrak: Perusahaan ketika memaksimalkan nilai perusahaan dan kinerja perusahaan yaitu perusahaan akan berusaha memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan melakukan aktivitas yang dapat meningkatkan harga saham dengan menjalankan aktivitas kinerja perusahaan yang efektif dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Metode penelitian yaitu pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yaitu dengan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 32 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap harga saham, yang artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel ukuran perusahaan terhadap harga saham. Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Perusahaan kedepannya lebih memperhatikan kondisi keuangannya agar bisa menjadi pertimbangan kepada investor untuk berinvestasi.

Kata Kunci: *ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, harga saham*

Abstract: *The company when maximizing company value and company performance, namely companies will try to maximize shareholder wealth by conducting activities that can increase stock prices by running effective and efficient company performance activities. The purpose of this research was to the influence of firm size and sales growth on stock price. Sampling method is by purposive sampling method. The research method is a quantitative approach. The sample of this research are 32 consumer goods industry manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange. The analysis tool used is multiple linear regression. The results showed that firm size has positive and not significant on stock prices, which means that there is partially not influence between firm size variable too stock price. Partial sales growth has positive and significant on stock price of companies in consumer goods industry manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange period 2015-2017. In the future companies pay more attention to their financial conditions so that foam becomes a consideration for investors to invest.*

Keywords: *firm size, sales growth, stock price*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasar modal pada hakekatnya adalah pasar yang tidak berbeda jauh dengan pasar tradisional, ada penjual, pembeli dan terjadi tawar menawar harga juga. Pasar modal merupakan tempat memperjual belikan surat-surat berharga yang dilaksanakan di bursa. Perusahaan dengan menjadi *go public* dapat memanfaatkan pasar modal untuk mendapatkan tambahan modal atau sebagai alternatif pembiayaan. Keadaan pasar modal sebagai langkah bagi investor untuk memutuskan membeli saham. Informasi yang ada di pasar modal mempengaruhi kepercayaan investor yang membentuk efisiensi pasar modal. Kenaikan dan penurunan volume transaksi dan indeks harga saham menunjukkan kepercayaan investor untuk melakukan transaksi di pasar modal.

Secara umum masyarakat pemodal atau investor yang akan melakukan investasi di pasar modal dalam bentuk saham, terlebih dahulu melakukan pengamatan dan penilaian terhadap perusahaan yang akan dipilih dalam mengambil keputusan. Salah satu bentuk informasi yang digunakan para investor dalam mengambil keputusan berinvestasi yaitu melalui laporan keuangan yang dipublikasikan oleh setiap entitas atau perusahaan.

Dalam perspektif manajemen keuangan, tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau kinerja dari perusahaan, yang juga berarti memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Perusahaan akan berusaha memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan melakukan aktivitas yang dapat meningkatkan harga saham. Pada sebuah perusahaan yang sudah *go public*, nilai dari sebuah perusahaan tercermin pada harga sahamnya yang diperdagangkan di bursa efek. Harga saham merupakan harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan terhadap profit perusahaan. Kondisi permintaan atau penawaran atas saham yang fluktuatif tiap harinya akan membawa pola harga saham yang fluktuatif juga. Jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan tersebut juga meningkat, dan kepercayaan investor atau calon investor terhadap emiten juga semakin tinggi dan hal ini dapat menaikkan nilai emiten, demikian juga dengan kekayaan pemegang sahamnya. Sebaliknya, jika harga saham perusahaan turun maka kinerja perusahaan tersebut turun, berarti dapat menurunkan nilai emiten dimata investor atau calon investor dan kekayaan pemegang sahamnya juga turun. Tujuan maksimalisasi kinerja perusahaan ini harus melandasi semua keputusan yang diambil dalam perusahaan.

Ukuran Perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Ernawati (2016) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Ukuran perusahaan bisa mempengaruhi kenaikan harga saham dimana semakin besar ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari total aktiva maka harga saham perusahaan akan semakin tinggi dan *return juga* yang didapatkan oleh investor tinggi, sedangkan jika ukuran perusahaan semakin kecil maka harga saham perusahaan akan semakin rendah.

Pertumbuhan penjualan diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu Kennedy, Azlina, dan Suzana (2013). Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Oleh karena itu sebelum investor memutuskan untuk membeli saham, investor perlu juga melihat bagaimana pertumbuhan penjualan suatu perusahaan.

Perusahaan manufaktur merupakan merupakan sektor utama perkembangan industri di Indonesia dan untuk melihat perkembangan industri secara nasional di suatu negara dapat dilihat dari kualitas produk maupun kinerja perusahaan secara keseluruhan. Investor dalam melakukan analisisnya biasanya memilih industri manufaktur sebagai objeknya karena industri manufaktur merupakan salah satu sektor utama di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat mencerminkan keadaan pasar modal. Selain jumlah perusahaannya yang banyak, rata-rata investor lebih memilih untuk berinvestasi pada perusahaan manufaktur, karena harga saham perusahaan manufaktur selalu meningkat setiap tahunnya.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan merupakan bidang akuntansi yang menyediakan informasi akuntansi secara umum bagi para pemakai atau pengambil keputusan yang ada di luar organisasi. Pontoh (2013:2) menyatakan Akuntansi keuangan merupakan bidang akuntansi yang menyediakan informasi akuntansi secara umum bagi para pemakai atau pengambil keputusan yang ada di luar organisasi.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan juga menunjukkan kondisi kesehatan keuangan dan akan menuntukan setiap perusahaan dalam mengambil keputusan. Hery (2016:3) laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Spence pada tahun 1973, yang mengemukakan bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Brigham dan Ehrhardt (2005) dikutip dalam Sari (2016) mengemukakan Isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek kedepan, tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan di mana manajemen mengetahui informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai internal perusahaan dan prospek perusahaan di masa depan dari pada pihak investor. Jika sinyal manajemen mengindikasikan *good news*, maka dapat meningkatkan harga saham. Namun sebaliknya, jika sinyal manajemen mengindikasikan *bad news* dapat mengakibatkan penurunan harga saham perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang digunakan sebagai pertimbangan dalam penelitian keuangan. Hal ini dikarenakan banyaknya keputusan atau hasil keuangan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan Harahap (2013:23) menyatakan ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva. Besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Perusahaan dengan jumlah aktiva yang tinggi sering dinilai sebagai perusahaan dengan prospek yang baik dan dapat memberikan keuntungan kepada pemegang saham, sehingga saham tersebut apat bertahan di pasar modal dan harganya akan naik jika banyak diminati investor.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Menurut Kesuma (2009) dikutip dalam Maryanti (2016) juga menyatakan bahwa *sales growth* adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan yang tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga meningkat.

Saham

Saham adalah surat berharga yang merupakan tanda kepemilikan seseorang atau badan terhadap suatu perusahaan. Tumbuan dan Wauran (2017:88) menyatakan saham atau *stock* adalah surat tanda bukti atau kepemilikan terhadap suatu perusahaan suatu perseroan terbtas. Dalam transaksi jual di bursa efek, saham atau sering disebut share merupakan instrumen yang paling dominan diperdagangkan.

Harga Saham

Harga saham adalah harga saham 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. Jogiyanto (2000) dikutip dalam Hardiansya (2014) menyatakan harga saham merupakan indikator adanya keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan.

Return Saham

Return adalah hasil yang diperoleh dari suatu investasi. *Return* saham merupakan tingkat pengembalian saham yang diharapkan atas investasi yang dilakukan dalam saham atau beberapa saham melalui suatu portofolio. Fahmi (2013:152) menyatakan bahwa *return* saham adalah keuntungan yang diharapkan oleh seorang investor di kemudian hari terhadap sejumlah dana yang telah ditempatkannya. Semakin tinggi harga jual saham di atas harga belinya, maka semakin tinggi pula *return* yang diperoleh investor.

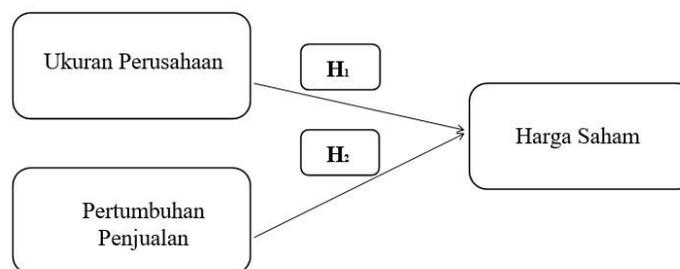
Penelitian Terdahulu

Idamanti (2016) tentang pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham mendapatkan hasil yaitu likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Karimah (2015) tentang arus kas, ukuran perusahaan, laba akuntansi dan nilai buku terhadap harga saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI mendapatkan hasil arus kas, laba akuntansi, dan nilai buku berpengaruh terhadap harga saham, tetapi ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap harga saham.

Surya (2016) tentang analisis pengaruh rasio keuangan, pertumbuhan penjualan, dan dividen terhadap harga saham *consumer goods* mendapatkan hasil rasio lancar berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, pertumbuhan penjualan, dan dividen tidak berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

Kerangka Konseptual Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Landasan Teoritis dan Kajian Empiris, 2019

Berdasarkan latar belakang, landasan teoritis serta kajian penelitian terdahulu yang telah dikemukakan, dapat diketahui bahwa harga saham dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara pencatatan dan penganalisaan data hasil penelitian secara eksak dengan menggunakan perhitungan statistik. Metode kuantitatif data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif digunakan apabila masalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang

terjadi, antara aturan dengan pelaksanaan, antara teori dengan praktik, antara rencana dengan pelaksanaan Sugiyono (2016:23).

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Untuk sampel yang digunakan adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017 yang telah melewati kriteria-kriteria dalam metode sampling dan jumlah perusahaan yang masuk menjadi kriteria-kriteria dalam metode sampling dan jumlah perusahaan yang masuk menjadi sampel adalah 32 perusahaan.

Metode Sampling

Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan tipe *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan didasarkan pada kriteria atau karakteristik yang ditetapkan dari peneliti. Kriteria dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum 2015 dan masih terdaftar hingga tahun 2017 .
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang mempublikasikan secara lengkap dan berturut-turut laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan tahunan perusahaan dari tahun 2015 sampai tahun 2017.
3. Menampilkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk menganalisa harga saham yang dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan.

Jenis data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu jenis data yang berbentuk angka yang dapat dianalisis menggunakan prosedur statistika.

Sumber data

Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang sudah dipublikasikan oleh sumber-sumber yang sudah ada atau yang sudah diterbitkan sebelumnya oleh perusahaan. Data tersebut diambil dari situs resmi PT. Bursa Efek Indonesia, yaitu <http://www.idx.co.id/>. Untuk melihat laporan keuangan perusahaan-perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini yaitu dokumentasi, yaitu pengumpulan data berupa dokumen perusahaan yaitu laporan keuangan tahunan. Peneliti melakukan pencarian data tersebut dengan cara *browsing* atau mengambil dari situs resmi PT. Bursa Efek Indonesia, kemudian dikumpulkan dan dipilih sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya dan dianalisis untuk mengukur dan mengidentifikasi antar variabel yang ada dalam penelitian. Data yang dianalisis yaitu perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini yaitu metode regresi linear berganda dengan bantuan program *Statistica Product and Service Solution (SPSS)*, yang dimana regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan (X1), Pertumbuhan Penjualan (X2), terhadap Harga Saham (Y) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI selama tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 . Untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel tersebut, maka harus dilakukan berbagai pengujian untuk mengetahui hasil dari penelitian ini, dimulai dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji t).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Uji Outlier

Deteksi adanya outlier univariate dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang dikategorikan sebagai outlier dengan cara mengkonversikan nilai data penelitian kedalam standart score atau disebut juga dengan *Z-score* yang mempunyai nilai rata-rata nol dan standart deviasi satu. Observasi data yang memiliki *Z-score* lebih besar dari angka +2,50 atau lebih kecil dari angka -2,50 akan dikategorikan sebagai *outlier*. Hasil uji *outlier* pada ukuran perusahaan (X_1), pertumbuhan penjualan (X_2) dan harga saham (Y) adalah: **Tabel 1.**

Hasil Uji Outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore: Ukuran Perusahaan	96	-2.63048	1.55217	0.0000000	1.00000000
Zscore: Pertumbuhan Penjualan	96	-2.25967	8.71495	0.0000000	1.00000000
Zscore: Harga Saham	96	-1.98483	5.090725	0.0000000	1.00000000
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2019

Berdasarkan hasil *descriptive statistics* pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa pada variabel penelitian yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan harga saham (*return* saham) terdapat outlier karena nilai *Z-score* yang dihasilkan diluar selang $\pm 2,50$. Dengan demikian, jumlah data outlier yaitu sebanyak 6 (enam) data sehingga jumlah observasi untuk uji selanjutnya sebanyak $96 - 6 = 90$.

Uji Normalitas Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0.36402846
Most Extreme Differences	Absolute	0,072
	Positive	<u>0,032</u>
	Negative	-0,072
Kolmogorov-Smirnov Z		0,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2019

Hasil pengujian normalitas data dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel 1 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) atau nilai signifikan sebesar 0,200 yang dimana lebih besar dari 0,05. Itu artinya asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas a

Coefficients		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Ukuran Perusahaan	0,999	1,001
Pertumbuhan Penjualan	0,999	1,001

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2019

Hasil perhitungan nilai *tolerance* pada tabel 2 menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* juga menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Korelasi Rank Spearman

Variabel	Tingkat signifikansi	Rank spearman
Ukuran Perusahaan	0,775	-0.031
Pertumbuhan Penjualan	0,914	-0.012

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang dihasilkan tidak terjadi heteroskedastisitas, karena tingkat signifikansi pada variabel ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan melebihi 5% ($\text{sig} > 5\%$).

Analisis Regresi Linear Berganda Tabel 5. Hasil Analisis**Regresi Linear Berganda Coefficients^a**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients				
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,358	0,417		-0,858	0,393
	Ukuran Perusahaan	0,022	0,030	0,077	0,735	0,456
	Pertumbuhan Penjualan	0,533	0,241	0,231	2,213	0,029

a. Dependent Variable : Harga Saham

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2019

Tabel 5 menunjukkan hasil uji regresi linear berganda untuk menganalisis bagaimana persamaan regresi untuk penelitian ini, oleh karena itu persamaan regresinya adalah sebagai berikut : $Y = -3,58 + 0,022 X1 + 0,533 X2$

1. Konstanta sebesar -3,58 artinya jika ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak ada maka harga saham perusahaan sebesar -3,58.
2. Koefisien regresi X1 yang merupakan variabel ukuran perusahaan sebesar 0,022 artinya setiap kenaikan satu satuan variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan total asset akan meningkatkan harga saham sebesar 0,022. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan ukuran perusahaan, akan menurunkan harga saham sebesar 0,022 dengan anggapan bahwa pertumbuhan penjualan tetap. Tanda (+) menunjukkan arah hubungan yang searah antara variabel ukuran perusahaan dengan harga saham.
3. Koefisien regresi X2 yang merupakan variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,533 artinya setiap kenaikan satu satuan variabel pertumbuhan penjualan akan meningkatkan harga saham sebesar 0,533. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan pertumbuhan penjualan, akan menurunkan harga saham sebesar 0,533 dengan anggapan bahwa struktur modal tetap. Tanda (+) menunjukkan arah hubungan yang searah antara variabel pertumbuhan penjualan dengan harga saham.

Koefisien Determinasi (R^2) Tabel 6. Hasil Uji Koefisien

Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,240 ^a	0,058	0,036	0,36819
a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan				
b. Dependent Variable: Harga Saham				

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda yang dihasilkan tidak terjadi heteroskedastisitas, karena tingkat signifikan pada variabel ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan melebihi 5% ($\text{sig} > 5\%$).

Uji Hipotesis (Uji t) Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,358	0,417		-0,858	0,393
	<u>Ukuran Perusahaan</u>	<u>0,022</u>	<u>0,030</u>	<u>0,077</u>	0,735	0,465
	Pertumbuhan Penjualan	0,533	0,241	0,231	2,213	0,029

a. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber: Data diolah oleh SPSS, 2019

Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan diperoleh t_{hitung} sebesar 0,735 dengan signifikansi sebesar 0,465 yang nilainya diatas 0,05. Dengan demikian H1 ditolak, Variabel ukuran perusahaan terhadap harga saham. Hasil pengujian untuk variabel pertumbuhan penjualan diperoleh t_{hitung} sebesar 2,213 dengan probabilitas sebesar 0,029 yang nilainya dibawah 0,05. Dengan demikian hasil dari pengujian tersebut H2 diterima, Variabel pertumbuhan penjualan terhadap harga saham.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap harga saham, dilihat dari t_{hitung} sebesar 0,735 dengan probabilitas lebih dari 5% yaitu sebesar 0,465. Syarat untuk variabel dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikan menunjukkan dibawah 5% atau 0,05 ($p > value > 0,05$). Untuk itu dengan nilai tersebut hipotesis 1 (H1) ditolak yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham, yang artinya kenaikan harga saham tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap harga saham tidak terdukung. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Setiyono (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2.213 dengan probabilitas kurang dari 5% yaitu sebesar 0,029. Syarat untuk variabel dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikan menunjukkan dibawah 5% atau 0,05 ($p > value > 0,05$). Untuk itu dengan nilai tersebut hipotesis 2 (H2) diterima yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham, yang artinya kenaikan harga saham dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Idamanti (2016) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hal ini berarti ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak terlalu berperan penting dalam kontribusi peningkatan harga saham. Hal ini karena investor kurang memperhitungkan ukuran perusahaan yang dalam hal ini melihat total asset dalam melakukan investasi atau menentukan pembelian saham. Karena faktor yang mempengaruhi pertumbuhan suatu perusahaan bukan hanya dilihat dari berapa besar perusahaan dan tidak dapat memprediksi laba yang akan didapat oleh perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak.
2. Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hal ini berarti pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki peran penting dalam kontribusi peningkatan harga saham. Hal ini karena perusahaan mampu memberikan sinyal yang bagus kepada investor berdasarkan pertumbuhan penjualan dari perusahaan bahwa peningkatan penjualan perusahaan meningkat secara konsisten atau pendapatan perusahaan meningkat dari setiap tahun, dan investor bisa menangkap sinyal tersebut dengan baik sehingga tertarik menanam modal mereka di perusahaan. Dengan demikian, Hipotesis kedua (H2) diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis memberikan saran yaitu :

1. Bagi perusahaan, kedepannya harus lebih bijak lagi dalam mengenali kondisi dan situasi kemampuan keuangan dalam menyelesaikan masalah-masalahnya secara tepat waktu untuk bisa meningkatkan kepercayaan

- pemegang saham bagi perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mampu menunjukkan prospek kinerja perusahaan untuk menghasilkan perusahaan yang performanya bagus dari segi fundamentalnya. Perusahaan hendaknya penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan dalam memprediksi harga saham dengan melihat ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan setiap tahun ke tahun sehingga investor tertarik untuk menanamkan dana mereka di perusahaan.
2. Bagi investor, untuk bisa mengetahui prospek dan kinerja dari perusahaan sebelum melakukan investasi. Sebaiknya para investor dan calon investor mencari tahu mengenai profil perusahaan dan juga hasil kinerja perusahaan melalui berbagai analisa dalam laporan keuangan, termasuk yang dibahas dalam penelitian ini yaitu mengenai ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan. Hal-hal tersebut bisa menjadi pertimbangan dalam melakukan investasi.
 3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah kajian pustaka lebih lanjut dalam menetapkan variabel lain yang berpengaruh terhadap harga saham. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk tidak meneliti pada manufaktur sektor industri barang konsumsi saja, melainkan memperluas objek penelitian karena setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbedaserta meneliti variabel keuangan yang lain yang mempengaruhi harga saham seperti struktur kepemilikan, kebijakan dividen, nilai perusahaan, kebijakan hutang, dan keputusan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ernawati, D. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 4(4). <https://ejournal.stiesia.ac.id/jira>. Diakses tanggal 11 Mei 2019.
- Harahap, S. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Cetakan Kesebelas. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hardiansyah, R. 2014. Pengaruh Kepemilikan Institusional, Free Cash Flow, dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham Perusahaan Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Darussalam*. http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=6893. Diakses tanggal 27 April 2019
- Hery. 2016. *Analisa Laporan Keuangan Integrated and Comprehensive Edition*. Jakarta Barat: PT Grasindo.
- Idamanti, N. 2016. Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Penjualan Terhadap Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. *Jurnal. Department of Management FEB UMM*. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/article/downloads/5538/5227>. Diakses tanggal 27 Februari 2019.
- Karimah, N. 2015. Pengaruh Arus Kas, Ukuran Perusahaan, Laba Akuntansi dan Nilai Buku Terhadap Harga Saham di Bei (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Listing di BEI Tahun 2009-2013). *Jurnal Ilmiah Akuntansi. Universitas Pandanaran 1(1)*. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/view/204>. Diakses tanggal 14 Mei 2019.
- Kennedy., N. Azlina., dan Anisa R. S. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Real Estate and Property yang Go Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi. Universitas Riau 19(2)*. <https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/798>. Diakses tanggal 18 Mei 2019.
- Maryanti, E. 2016. Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia 1(2): 143-151*. <http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/article/view/2730>. Diakses tanggal 19 Mei 2019.
- Pontoh, W. 2013. *Akuntansi konsep dan Aplikasi*. Jakarta Barat: Halaman Moeka.

- Sari, D. S. 2016. *Pengaruh Risiko Bisnis, Life Cycle dan Diversifikasi Terhadap Struktur Modal Serta Hubungannya dengan Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Fakultas Bisnis dan Teknologi Informasi. Universitas Teknologi Yogyakarta 9(1): 58-77. <https://ejournal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2787>. Diakses tanggal 18 Mei 2019.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surya, Y. Y. A. 2016. Analisis Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham Consumer Goods. *Jurnal. Prodi Akuntansi STIE Widya Wiwaha Yogyakarta* 24(2): 181-195. <http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jkb/article/view/226>. Diakses tanggal 24 Februari 2019.
- Tumbuan, A. dan Wauran P. 2017. *Bank & Pasar Modal*. Fakultas Ekonomi & Bisnis. Universitas Sam Ratulangi.

