

**PENGARUH VOLUME PERDAGANGAN, *EARNING PER SHARE* DAN
PRICE EARNING RATIO TERHADAP HARGA SAHAM PADA
INDUSTRI SUB SEKTOR KOSMETIK DAN KEPERLUAN
RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2016-2020**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
(S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari Jambi

OLEH

Nama : Wulan Sari
NIM : 1500861201286
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
TAHUN 2022**

TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Dengan ini komisi Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh :

Nama : Wulan Sari

NIM : 1500861201286

Program Studi : Manajemen Keuangan

Judul : Pengaruh Volume Perdagangan, *Earning Per Share* Dan *Price Earning Ratio* Terhadap Harga Saham Pada Industri Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020.

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam ujian komprehensif dan ujian skripsi ini pada tanggal seperti tertera di bawah ini :

Dosen Pembimbing I



Ahmadi, SE, MM

Jambi, Agustus 2022

Dosen Pembimbing II



Amilia Paramita Sari, SE, M.Si

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Anisah, SE, MM

TANDA PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji skripsi dan komprehensif Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada :

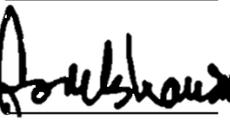
Hari : Sabtu

Tanggal : 20 Agustus 2022

Jam : 15.00 – 17.00

Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

PANITIA PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. R. Adi Setiawan, SE, MM	Ketua	
2. Amilia Paramita Sari, SE, M.Si	Sekretaris	
3. Fadil Iskandar, SE, MM	Penguji Utama	
4. Ahmadi, SE, MM	Anggota	

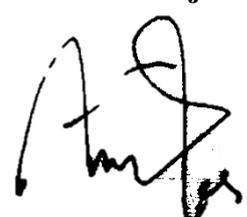
Disahkan Oleh :

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA, CMA

Ketua Program
Studi Manajemen



Anisah, SE, MM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wulan Sari
NIM : 1500861201286
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Dosen Pembimbing : Ahmadi, SE, MM
Amilia Paramita Sari, SE, M.Si
Judul Skripsi : Pengaruh Volume Perdagangan, *Earning Per Share* Dan *Price Earning Ratio* Terhadap Harga Saham Pada Industri Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang saya cantumkan dalam skripsi ini adalah benar bukan rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinil bukan hasil plagiarisme atau diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya dan pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, Agustus 2022


Wulan Sari
1500861201286

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya karena telah menghadiahkan orang-orang yang berarti disekelilingku, yang selalu memberi semangat dan doa sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan dengan baik.

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku, Bapak Iwon dan Ibu Sumiati yang telah mencurahkan kasih sayangnya, mendoakanku setiap waktu, serta selalu mengusahakan apapun yang terbaik untukku. Semoga karya kecil ini bisa merangkai senyum indah di wajah ibu dan bapak.

Untuk mbakku Nurmawati dan adikku Tofik Hidayat, terima kasih karena selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, serta keponakan yang kusayangi Faiz Septian Nuriansyah & Arsyila Farzana, semoga kelak kalian bisa menempuh pendidikan setinggi mungkin dan meraih cita-cita yang diinginkan agar bisa membanggakan kedua orang tua.

Untuk sahabatku Gustilawaty, Julia Dewi Lestari dan Sasri Efdalina yang selalu memberikanku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Untuk sahabatku di kampus Siti Dwi Hardiyanti, terima kasih telah memberikan semangat serta memberi masukan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Dan untuk sahabatku Eva Dila, terima kasih sudah berjuang bersama, melalui semua progres dan struggle bersama-sama. InshaAllah, semua perjuangan dan air mata kita setiap malam akan terbayarkan dengan kesuksesan yang akan kita raih kelak.

MOTTO

وَأُفَوِّضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah.”

[40:44]

When you start taking care of yourself, you start feeling better, you start looking better, it all starts with you.

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu setelah sekian banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit.”

- Ali Bin Abi Thalib –

You cried so many times in private. But now Allah is about to bless you in public.

ABSTRACT

WULAN SARI / 1500861201286 / FACULTY ECONOMIC OF MANAGEMENT / THE EFFECT OF TRADING VOLUME, EARNINGS PER SHARE AND PRICE EARNING RATIO TO STOCK PRICE SUB-SECTOR COSMETICS & HOUSEHOLD INDUSTRY ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD 2016-2020 / 1st ADVISOR AHMADI, SE, MM AND 2nd ADVISOR AMILIA PARAMITA SARI, SE, M.Si

This research aims to analyze firstly, to analyze the effect of stock trading volume, earning per share and price earning ratio simultaneously on stock prices in the Cosmetics and Household Industry during 2016-2020, secondly to analyze the effect of stock trading volume, earnings per share and price earning ratio partial on stock prices in the Cosmetics and Household Industry during 2016-2020.

The research methodology is descriptive and quantitative analysis methods, data used is secondary data. The population become object in this research is *Cosmetics and Household Industry* on Indonesia Stock Exchange period 2016-2020. Amount sample the used is the 5 (five) industry company and still stand up during period of perception and also publicized of year of 2016-2020 by Indonesian Stock Exchange. And the analysis multiple regression, hypotesis test so determinant coefficient F test and t test.

The object of this research is Cosmetics and Household Industry Industries on Indonesia Stock Exchange period 2016-2020. Sample of object is PT Ades Waters Indonesia Tbk (ADES), PT Martina Berto Tbk (MBTO), PT Mustika Ratu Tbk (MRAT), PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), PT Unilever Indonesia (UNVR).

Based on the results of multiple linear regression analysis, it is conclude that the regression equation $Y = 0,317 + 0,258X_1 + 0,791X_2 + 0,039X_3 + e$. F test result, it is known that variabel stock trading volume, earnings pershare and price earning ratio simultaneously effect on stock prices F_{count} bigger than F_{table} ($16.567 > 2.82$) or comparing significant level of 0.05 then ($0.000 < 0.05$) then H_0 is rejcted and H_a accepted . Based on the results of the t test is earnings pershare has significant effect on stock price $t_{count} > t_{table}$ and prop sig less than 0.005.

Conclusion is the variable independent simultaneously effect and partially only earnings per share effect on stock prices. Is recommended to the next researcher to examine the relationship of the ratio of financial to stock prices in other manufacturing industries on the Indonesia Stock Exchange.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Volume Perdagangan, *Earning Per Share* Dan *Prieces Earning Ratio* Terhadap Harga Saham Pada Industri Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020”**.

Skripsi ini digunakan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Herri, SE, MBA selaku Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA, CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Anisah, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak motivasi kepada penulis.
4. Bapak Ahmad Irwansyah, SE, MM selaku Pembimbing Akademik.
5. Bapak Ahmadi, SE, MM selaku Pembimbing Skripsi I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Amilia Paramita Sari, SE, M.Si selaku Pembimbing Skripsi II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah membimbing dalam proses perkuliahan di Universitas Batanghari Jambi.
8. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam urusan akademik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, karena itu penulis menyampaikan dengan rendah hati agar dapat dimaklumi atas setiap kesalahan dan kekurangan yang mungkin tidak disadari oleh penulis di dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya.

Jambi,

Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Wulan Sari', written in a cursive style.

Wulan Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Manajemen	14
2.1.2 Manajemen Keuangan	17
2.1.3 Laporan Keuangan	17
2.1.4 Rasio Keuangan	20
2.1.5 Pasar Modal	22
2.1.6 Saham	24

2.1.7	Harga Saham	27
2.1.8	Volume Perdagangan	31
2.1.9	Earning Per Share	32
2.1.10	Price Earning Ratio	34
2.1.11	Hubungan Antar Variabel	36
2.1.12	Penelitian Terdahulu	38
2.1.13	Kerangka Penelitian	40
2.1.14	Hipotesis Penelitian	41
2.2	Metode Penelitian	41
2.2.1	Jenis Dan Sumber Data	41
2.2.2	Metode Pengumpulan Data	42
2.2.3	Populasi Dan Sampel	43
2.2.4	Metode Analisis Data	44
2.2.5	Alat Analisis	45
2.2.6	Operasional Variabel	51

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1	PT Akasha Wira International Tbk	53
3.2	PT Martina Berto Tbk	58
3.3	PT Mustika Ratu Tbk	62
3.4	PT Mandom Indonesia Tbk	69
3.5	PT Unilever Indonesia Tbk	75

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	81
4.1.1	Uji Asumsi Klasik	81
4.1.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
4.1.3	Uji Hipotesis	87
4.1.4	Koefisien Determinasi (R^2)	90
4.2	Pembahasan	91
4.2.1	Pengaruh Secara Simultan	92

4.2.2 Pengaruh Secara Parsial	93
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Data Volume Perdagangan Pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Perioe 2016-2020	7
1.2	Data <i>Earning Per Share</i> Pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Perioe 2016-2020	8
1.3	Data <i>Price Earninig Ratio</i> Pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Perioe 2016-2020	9
1.4	Data Harga Saham Pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Perioe 2016-2020	10
2.1	Penelitian Terdahulu	38
2.2	Opersional Variabel	51
4.1	Uji Normalitas	82
4.2	Uji Multikolinieritas	83
4.3	Uji Autokorelasi	85
4.4	Regresi Linear Berganda	86
4.5	Uji F (simultan)	88
4.6	Uji t (parsial)	89
4.7	Uji Koefisien Determinasi	91

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran	40
4.1	Uji Heterokedastisitas	84

DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Hasil Olah Data SPSS	
2.	Tabel F (simultan)	
3.	Tabel t (parsial)	
4.	Laporan Keuangan Industri Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri sub sektor kosmetik & keperluan rumah tangga mengalami perkembangan yang sangat pesat, seiring dengan peningkatan jumlah penduduk di daerah perkotaan. Perkembangan industri ini diikuti juga dengan meningkatnya persaingan dalam dunia usaha pada industri tersebut. Oleh sebab itu maka perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik & keperluan rumah tangga dituntut untuk senantiasa meningkatkan efisiensinya agar perusahaan dapat tetap bertahan dan bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Pada dasarnya tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh profit atau keuntungan yang optimal. Untuk menjalankan perusahaan agar tetap dalam industri tersebut, maka perusahaan harus mencari terobosan-terobosan yang kreatif dan inovatif.

Dalam mencapai tujuan yang diinginkan tersebut, perusahaan berupaya mengelola berbagai sumber daya yang diinginkan secara efektif dan efisien. Manajemen keuangan yang kuat sangat dibutuhkan oleh perusahaan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan untuk lebih memudahkan dalam mengambil keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan tersebut, maka pengelolaan manajemen harus cepat tanggap dalam situasi yang serba cepat dan kompleksitas. Manajemen keuangan mengatur segala aktivitas yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana untuk membiayai usahanya,

mengelola dana sehingga tercapai pengelolaan aset yang dimiliki secara efektif dan efisien yang disusun dalam laporan keuangan.

Adapun tujuan dari pengelolaan manajemen keuangan perusahaan yang efektif dan efisien adalah bagaimana mengoptimalkan laba yang dapat dihasilkan oleh perusahaan. Namun untuk mengoptimalkan laba tersebut, perusahaan perlu mengelola sumber dana atau keuangan perusahaan dengan baik dan terarah. Tujuannya adalah apabila suatu saat perusahaan dijual maka harganya akan dapat ditetapkan setinggi mungkin. Di dalam mendanai suatu kegiatan perusahaan biasanya diperlukan dana yang relatif cukup besar, perolehan dana dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada seperti dari modal sendiri, modal pinjaman atau dari keduanya (Fahmi,2012:35).

Sumber dana dari modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pinjaman pihak luar, sedangkan modal sendiri diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham atau mencatatkan diri di bursa efek. Pentingnya perusahaan mencatatkan diri di bursa efek adalah perusahaan ingin menawarkan sahamnya kepada masyarakat luas (investor), mencari investor untuk meningkatkan modal dan untuk meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat. Selain itu, perusahaan harus mampu mengontrol atau mengelola utang lebih baik karena apabila perusahaan memiliki tingkat utang yang tinggi akan menyebabkan penurunan harga saham atau nilai perusahaan dimata investor. Oleh sebab itu perlu pengelolaan utang yang baik, dengan kata lain perlu kebijakan pegelolaan utang yang efektif dan efisien.

Salah satu tempat pinjaman yang mudah dan murah bagi perusahaan adalah pasar modal. Pasar modal seperti halnya pengertian pasar dalam ilmu ekonomi merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar modal di Indonesia dinamakan Bursa Efek Indonesia. Bursa efek merupakan lembaga atau perusahaan yang menyelenggarakan atau menyediakan fasilitas sistem (pasar) untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek antar berbagai perusahaan atau perorangan yang terlibat dengan tujuan memperdagangkan efek perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek.

Pada pasar modal yang diperjual belikan adalah surat berharga atau sekuritas seperti saham, obligasi, dan lain-lainnya. Pasar modal adalah tempat untuk mempertemukan penjual sekuritas atau surat berharga dengan pembeli sekuritas atau surat berharga. Dimana saham adalah surat berharga yang paling populer diantara surat berharga lainnya di pasar modal. Bila dibandingkan investasi lainnya saham memungkinkan investor untuk mendapatkan *return* atau keuntungan yang lebih besar dalam waktu relatif singkat. Meskipun saham juga memiliki sifat *high risk* yaitu suatu ketika harga saham dapat juga merosot secara cepat. Saham tersebut memiliki karakteristik *high risk high return* yaitu jika risiko tinggi maka imbal hasil atau keuntungan juga akan tinggi begitu pula sebaliknya jika imbal hasil rendah maka risiko juga akan rendah (Widoatmojo,2006:83) .

Investor merupakan mereka baik perseorangan maupun kelembagaan atau perusahaan yang menyisihkan kelebihan dananya untuk usaha yang lebih produktif. Sedangkan emiten adalah perusahaan yang memerlukan tambahan

dana untuk keperluan usahanya dengan cara mencatatkan diri di pasar modal dan menerbitkan saham. Salah satu faktor utama yang menjadi daya tarik investor untuk membeli suatu saham tertentu adalah dengan adanya peningkatan harga saham dimasa yang akan datang dan adanya pembagian dividen di akhir tahun. Tetapi umumnya investor secara awam akan menganggap sama saja apakah itu hasil dividen atau keuntungan modal, ia akan memperoleh keuntungan yang besar apabila saham yang ia beli harganya semakin meningkat dari tahun ke tahun berikutnya.

Keputusan investasi merupakan masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan pada masa yang akan datang. Keputusan pendanaan menyangkut penentuan kombinasi dari sumber-sumber dana yang ekonomis bagi perusahaan guna membelanjai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya.

Salah satu sumber informasi yang dapat digunakan untuk memperoleh gambaran tentang posisi keuangan perusahaan yaitu tersedianya laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan. Dengan begitu laporan diharapkan akan membantu bagi para pengguna (*users*) untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial. Dengan kata lain laporan keuangan sebagai hasil akhir dari proses akuntansi modal sendiri. Dalam menentukan investasi yang relevan maka pada penelitian ini ada beberapa variabel yang

disoroti yakni volume perdagangan saham, *earning per share* dan nilai buku yang diukur dari *price earning ratio*.

Volume perdagangan saham merupakan jumlah banyaknya lembar saham yang diperdagangkan oleh perusahaan di bursa efek. Perubahan dari volume perdagangan suatu perusahaan menunjukkan besaran aktivitas perdagangan saham suatu perusahaan dan mencerminkan suatu keputusan yang diambil oleh investor. Peningkatan dari volume perdagangan suatu perusahaan membawa signal bahwa perusahaan tersebut diminati oleh para investor, sehingga ini dapat memberikan peningkatan dari harga saham perusahaan tersebut.

Sedangkan *earning per share* merupakan parameter yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba untuk tiap lembar saham atau gambaran tentang sejumlah rupiah yang diperoleh oleh investor dari setiap jumlah saham yang dimilikinya. Dengan mengetahui *earning per share* suatu perusahaan maka investor dapat menilai potensi pendapatan yang akan diterima oleh investor tersebut. Dimana *earning per share* menjadi salah satu variabel yang diperhatikan atau faktor utama dalam pertimbangan oleh investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi ke perusahaan yang potensial.

Industri kosmetik di Indonesia disebut-sebut sebagai industri yang tengah berkembang pesat dalam lima tahun terakhir ini. Dimana potensi pasar yang cukup besar ini datang dari populasi wanita pengguna produk kosmetik dengan jumlah sekitar 136 juta orang. Lokasi perkotaan menjadi penyumbang terbanyak konsumsi kosmetik dan produk perawatan kulit. Demi menggaet

pasar Indonesia, pelaku usaha berlomba-lomba melakukan berbagai cara termasuk serangkaian inovasi-inovasi seperti memproduksi kosmetik lengkap dengan branding image maupun sertifikasi halal.

Pada penelitian ini fokusnya adalah Industri Kosmetik dan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2016-2020. Alasan memilih objek penelitian tersebut adalah : Pertama, Industri Kosmetik dan Rumah Tangga merupakan bagian dari Industri Manufaktur yang mana merupakan penyumbang terbesar bagi PDB nasional. Kedua, Industri Manufaktur adalah salah satu tumpuan utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut Wamen Perindustrian, Industri tersebut memberikan sumbangan pada PDRB sebesar 17,34 %.

Populasi dari emiten yang termasuk dalam Industri tersebut ada enam (6) emiten. Dengan metode *purposive sampling*, yakni metode penarikan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti, maka hanya ada lima (5) emiten yang dapat dijadikan sampel pada penelitian, adalah sebagai berikut : PT Ades Waters Indonesia Tbk (ADES), PT Martina Berto Tbk (MBTO), PT Mustika Ratu Tbk (MRAT), PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), PT Unilever Indonesia (UNVR). Dan yang tidak masuk ke dalam sampel adalah PT Kino Indonesia Tbk (KINO) karena tidak dapat memenuhi kriteria yang telah ditentukan yaitu data keuangannya tidak lengkap selama tahun pengamatan yakni 2016-2020.

Berikut ini data volume perdagangan saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga sebagai berikut :

Tabel 1.1
Volume Perdagangan Saham Industri Kosmetik
dan Keperluan Rumah Tangga
Periode 2016 – 2020
(Dalam Lembar)

No	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	ADES	94700	9900	3000	11300	74800	38740
2	MBTO	20400	170750	18900	3500	5400	43790
3	MRAT	5000	33300	114000	14400	26510	563680
4	TCID	10000	96000	10000	30500	14680	58660
5	UNVR	3818500	2552600	1951100	147050	80440	356730
Rata-Rata		789720	572510	419400	306040	218450	854446
Perkembangan (%)			(27,50)	(26,74)	(27,04)	613,82	133,14

Sumber : www.idx.co.id, 2022

Tabel di atas terlihat volume perdagangan Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020 mengalami fluktuasi. Dimana pada tahun 2020 Volume Perdagangan Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga rata-rata data industri tertingginya sebesar 2.184.560 lembar saham. Sedangkan pada tahun 2019 data Volume Perdagangan dari Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga data terendahnya yakni sebesar 306.040 lembar saham. Dilihat dari rata-rata perkembangan volume perdagangan Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama 2016-2020 yakni sebesar 133,14%. Semakin besar nilai dari volume perdagangan dari perusahaan, maka semakin tinggi minat dari investor untuk memiliki saham industri tersebut. Dengan demikian dapat mempengaruhi peningkatan harga saham industri tersebut.

Selanjutnya pada tabel 1.2 data *Earning Per Share* pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020 sebagai berikut :

Tabel 1.2
***Earning Per Share* Industri Kosmetik**
dan Keperluan Rumah Tangga
Tahun 2016-2020
(Dalam Rupiah)

No	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	ADES	94,85	65,00	90,00	142,00	230,00	124,37
2	MBTO	8,24	23,08	106,66	62,57	189,92	78,09
3	MRAT	12,97	3,00	5,27	0,31	15,81	7,47
4	TCID	806	891	861	722	272	710,40
5	UNVR	837,57	918	1194	194	188	666,31
Rata-Rata		351,93	380,02	451,39	224,18	179,15	317,33
Perkembangan (%)			7,98	18,78	(50,34)	(20,09)	(10,92)

Sumber : www.idx.co.id,2022

Tabel 1.2 terlihat *Earning Per Share* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016–2020 mengalami fluktuasi. Dimana data *Earning Per Share* rata-rata industri tertinggi dari Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2018 sebesar Rp 451,39. Sedangkan data *Earning Per Share* rata-rata industri yang terendah dari Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2020 sebesar Rp 179,15. Dilihat dari rata-rata perkembangan *Earning Per Share* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama 2016-2020 menurun yakni sebesar 10,92%. Penurunan dari nilai *Earning Per Share* akan membawa pengaruh terhadap penurunan keuntungan. Ini menunjukkan ketidakefisienan pengelolaan dari aset-aset yang ada untuk menghasilkan laba. Secara tidak langsung akan memberikan dampak

pada penurunan *value* dari perusahaan secara perlahan. Berikut Tabel 1.3, data *Price Earning Ratio* pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020, sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data *Price Earning Ratio* Industri Kosmetik
dan Keperluan Rumah Tangga
Tahun 2016-2020
(Dalam %)

No	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	ADES	10,54	13,62	10,22	7,36	13,39	11,03
2	MBTO	22,45	5,85	1,18	1,50	0,50	6,30
3	MRAT	16,19	68,67	33,97	493,55	15,69	125,61
4	TCID	15.,51	20,09	20,03	15,24	23,62	19,75
5	UNVR	46,32	60,89	38,02	216,49	39,10	80,16
Rata-Rata		22,2	33,82	20,69	146,83	18,46	48,40
Perkembangan (%)			52,33	(38,84)	609,81	(87,43)	133,97

Sumber : www.idx.co.id,2022

Tabel 1.3 terlihat *Price Earning Ratio* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020 mengalami fluktuasi. Dimana data *Price Earning Ratio* rata-rata industri tertinggi dari Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2019 sebesar 146,83%. Sedangkan data *Price Earning Ratio* rata-rata industri terendah dari Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2020 sebesar 18,46%. Dilihat dari rata-rata perkembangan *Price Earning Ratio* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama 2016-2020 yakni sebesar 133,97%. Peningkatan dari nilai *Price Earning Ratio* yang semakin besar akan membawa pengaruh terhadap peningkatan keuntungan sehingga dapat meningkatkan *price earning ratio* industri dan secara tidak langsung *performance* industri ikut meningkat.

Selanjutnya tabel 1.4, data Harga Saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama 2016-2020 sebagai berikut :

Tabel 1.4
Harga Saham Industri Kosmetik
dan Keperluan Rumah Tangga
Tahun 2016-2020
(Dalam Rp)

No	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	ADES	1.010	885	920	1045	1560	1.084
2	MBTO	189	135	126	93	94	127
3	MRAT	202	206	179	153	174	183
4	TCID	12.950	17900	17250	11600	6500	13.240
5	UNVR	40.000	55900	45400	42800	7350	38.290
Rata-Rata		13.587,75	18.756,50	15.968,75	13,922,5	3.919,50	13.058
Perkembangan (%)			38,04	(14,86)	(12,81)	(71,85)	(15,37)

Sumber : Data diolah (Lampiran), 2021

Tabel 1.4 terlihat harga saham Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020 mengalami fluktuasi. Dimana data harga saham rata-rata industri tertinggi dari Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2017 sebesar Rp18.756,50. Sedangkan harga saham rata-rata industri terendah dari Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga pada tahun 2020 sebesar Rp3.919,50. Dilihat dari rata-rata perkembangan harga saham industri kosmetik dan keperluan rumah tangga selama 2016-2020 yakni menurun sebesar 15,37%. Penurunan dari nilai harga saham yang semakin besar membawa pengaruh terhadap peningkatan penurunan minat dari investor untuk membeli saham dari industri tersebut.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hutapea dkk (2020) berpendapat bahwa, *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham dan *price earning ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Dilain pihak peneliti Febrioni (2016) berpendapat, *earning per share* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham dengan arah yang positif. Dan volume perdagangan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham dengan arah pengaruh yang negatif.

Dari fenomena-fenomena peneliti terdahulu yang saling bertolak belakang, maka penulis tertarik untuk meneliti yang lebih fokus dan objek penelitian yang berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu. Adapun judul penelitian ini adalah “**Pengaruh Volume Perdagangan, *Earning Per Share*, *Price Earning Ratio* Terhadap Harga Saham Pada Industri Manufaktur Sub Sektor Kosmetik & Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020.**”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang penelitian yang menyajikan data-data, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- 1 Rata-rata perkembangan Volume Perdagangan Saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia selama 2016-2020, cenderung berfluktuasi yakni dengan rata-rata sebesar 133,14%. Ini dapat mempengaruhi nilai dari harga saham dari industri tersebut.

- 2 Perkembangan *Earning Per Share* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama 2016-2020 cenderung berfluktuasi menurun dengan rata-rata yakni sebesar 10,92%. Ini dapat mempengaruhi nilai dari harga saham dari industri tersebut.
- 3 Perkembangan *Price Earnig Ratio* Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama 2016-2020 cenderung berfluktuasi menurun dengan rata-rata yakni sebesar 133,97%. Ini dapat mempengaruhi nilai dari harga saham dari industri tersebut.
- 4 Perkembangan Harga Saham Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama 2016-2020 cenderung berfluktuasi menurun dengan rata-rata yakni sebesar 15,37%.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Bagaimana Pengaruh Volume Perdagangan Saham, *Earning Per Share* dan *Price Earning Ratio* secara simultan terhadap Harga Saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020?
- 2 Bagaimana Pengaruh Volume Perdagangan Saham, *Earning Per Share* dan *Price Earning Ratio* secara parsial terhadap Harga Saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah terdahulu, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

- 1 Untuk menganalisis Pengaruh Volume Perdagangan Saham, *Earning Per Share* dan *Price Earning Ratio* secara simultan terhadap Harga Saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020.
- 2 Untuk menganalisis Pengaruh Volume Perdagangan Saham, *Earning Per Share* dan *Price Earning Ratio* secara simultan terhadap harga saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat di bagi atas beberapa manfaat, sebagai berikut :

- a. Bagi akademis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana berfikir untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang dampak pengaruh volume perdagangan saham, *earning per share* dan *price earning ratio* terhadap harga saham. Selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dikembangkan dan sebagai referensi sehingga dapat digunakan sebagai salah satu informasi untuk penelitian selanjutnya.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan mengenai pengaruh dari kinerja keuangan perusahaan. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi secara efektif dan efisien.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Manajemen

Manajemen merupakan suatu tata cara proses dalam pengelolaan suatu perusahaan yang sangat penting. Manajemen adalah seni melestarikan suatu pekerjaan melalui orang lain dan menurut Manullang (2018:5) manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Manajemen merupakan alat untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Dengan manajemen, daya guna dan hasil guna unsur-unsur manajemen dapat ditingkatkan. Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut Fahmi (2011:2) manajemen adalah suatu ilmu yang mempelajari secara komperhensif tentang bagaimana mengarahkan dan mengelola barang-barang dengan berbagai latar belakang yang berbeda-beda dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Afandi (2018:1) Manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk

mencapai tujuan organisasi untuk pelaksanaan fungsi perencanaan (*planning*), perorganisasian (*organizing*), penyusunan personalia atau kepegawaian (*staffing*), pengarahan dan kepemimpinan (*leading*), dan pengawasan (*controlling*).

Jadi, dapat dikatakan bahwa manajemen adalah suatu keterampilan yang dimiliki seseorang dalam perencanaan organisasi. Timbul pertanyaan tentang apa yang diatur, mengapa harus diatur, siapa yang mengatur, siapa yang mengatur dan bagaimana mengaturnya. Menurut Terry (2012:68) fungsi manajemen terdiri dari :

1. Perencanaan (*planning*) yaitu sebagai dasar pemikiran dari tujuan dan penyusunan langkah-langkah yang akan dipakai untuk mencapai tujuan. Perencanaan berarti mempersiapkan segala kebutuhan, memperhitungkan bentuk pelaksanaan kegiatan yang bermaksud untuk mencapai tujuan.
2. Perorganisasian (*organization*) yaitu sebagai suatu cara untuk mengumpulkan orang-orang dan menempatkan mereka menurut kemampuan dan keahliannya dalam pekerjaan yang sudah direncanakan.
3. Penggerakan (*actuating*) yaitu untuk menggerakan organisasi agar berjalan sesuai dengan pembagian kerja masing-masing serta menggerakan seluruh sumber daya yang ada dalam perorganisasian agar pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan bisa berjalan sesuai dan bisa mencapai tujuan.
4. Pengawasan (*controlling*) yaitu untuk mengawasi apakah gerakan dari organisasi ini sudah sesuai dengan rencana atau belum. Serta mengawasi

penggunaan sumber daya dalam organisasi agar bisa terpakai secara efektif dan efisien tanpa ada yang melenceng dalam rencana.

2.1.2 Manajemen Keuangan

Menurut Riyanto (2016:4), bahwa : Keseluruhan aktivitas yang bersangkutan dengan usaha untuk mendapatkan dana dan menggunakan atau mengalokasikan dana tersebut disebut Manajemen Keuangan. Sedangkan Menurut Sartono (2011:6), Manajemen Keuangan atau sering disebut pembelanjaan dapat diartikan sebagai semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien.

Menurut Martono dan Harjito (2014:4) dinyatakan bahwa : Manajemen Keuangan (*Financial Manajemen*) atau dalam literatur lain disebut pembelanjaan adalah segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana dan mengelola asset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh. Dengan kata lain manajemen keuangan merupakan manajemen (pengelolaan) mengenai bagaimana memperoleh asset, mendanai aset dan mengelola asset untuk mencapai tujuan.

Sedangkan Menurut Husnan dan Pudjuastuti (2014:3), menyatakan bahwa : Manajemen Keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian kegiatan keuangan. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen manajemen keuangan adalah keseluruhan

aktivitas atau proses pengambilan keputusan dalam bidang keuangan yang berkenaan dengan upaya untuk memperoleh dana, menggunakan, mengelola asset sesuai tujuan perusahaan dan menggunakannya untuk investasi maupun pembelanjaan secara efisien. Menurut Kamaludin dan Indriani (2012:1) dinyatakan bahwa : Manajemen keuangan dapat didefinisikan sebagai upaya dan kegiatan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Definisi lain juga dapat diartikan sebagai upaya untuk mendapatkan dana dengan cara yang paling menguntungkan serta mengalokasikan dana secara efisien dalam perusahaan sebagai sarana untuk mencapai sasaran bagi kekayaan pemegang saham.

2.1.3 Laporan Keuangan

Menurut Fahmi (2012:21) Laporan keuangan merupakan informasi yang diharapkan mampu memberikan bantuan kepada pengguna untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial. Laporan keuangan adalah suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Menurut Kasmir (2013:7) laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Sedangkan menurut Munawir (2014:2) laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan

pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut.

Selanjutnya menurut Sunyoto (2013:9) laporan keuangan adalah proses analisis dan penilaian yang membantu dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah sewajarnya diajukan. Menurut Nilasari dan Wiludjeng (2016:164) laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses pencatatan keuangan yang merupakan pencerminan dari prestasi manajemen perusahaan pada suatu periode tertentu. Dalam melakukan penelitian pada suatu perusahaan diperlukan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengetahui gambaran perusahaan secara menyeluruh mengenai pengelolaan dana. Pengelolaan dana bisa diketahui melalui laporan keuangan perusahaan, dimana laporan keuangan merupakan suatu alat yang sangat penting. Menurut Munawir (2014:3) laporan keuangan dapat digunakan untuk :

1. Mengukur tingkat biaya dari berbagai kegiatan perusahaan.
2. Untuk menentukan/mengukur efisiensi tiap-tiap bagian, proses atau produksi serta untuk menentukan derajat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan.
3. Untuk menilai dan mengukur hasil kerja tiap-tiap individu yang telah disertai wewenang dan tanggung jawab.
4. Untuk menentukan perlu tidaknya digunakan kebijaksanaan atau prosedur yang baru untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu. Berikut ini beberapa tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan yaitu :

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan.
8. Informasi keuangan lainnya.

Tujuan utamanya laporan keuangan adalah untuk kepentingan pemilik dan manajemen perusahaan dan memberikan informasi kepada berbagai pihak yang sangat berkepentingan terhadap laporan keuangan ditujukan untuk memenuhi kepentingan berbagai pihak, baik pihak intern maupun

ekstern perusahaan. Berikut ini penjelasan masing-masing pihak yang berkepentingan terhadap laporan keuangan menurut Kasmir (2013:19).

1. Pemilik, guna melihat perkembangan dan kemajuan perusahaan serta deviden yang diperolehnya.
2. Manajemen, untuk menilai kinerjanya selama periode tertentu.
3. Kreditor, untuk menilai kelayakan perusahaan dalam memperoleh pinjaman dan kemampuan membayar pinjaman.
4. Pemerintah, untuk menilai kepatuhan perusahaan untuk membayar kewajibannya kepada pemerintah.
5. Investor, untuk menilai prospek usaha tersebut ke depan, apakah mampu memberikan dividen dan nilai saham seperti yang diinginkan.

Dalam praktiknya, secara umum ada lima macam jenis laporan keuangan yang bisa disusun, yaitu : Neraca, Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Modal, Laporan Arus Kas, dan Laporan Catatan Atas Laporan Keuangan.

2.1.4 Rasio Keuangan

Analisa rasio keuangan dapat memungkinkan manajer keuangan memperkirakan reaksi para kreditur dan investor dan memberikan pandangan tentang bagaimana kira-kira dana dapat diperoleh. Analisa rasio keuangan meliputi dua jenis perbandingan yaitu:

1. Analisa dalam memperbandingkan rasio sekarang dengan yang lalu dan yang akan datang untuk perusahaan yang sama (perbandingan internal).
Jika rasio keuangan disajikan dalam bentuk suatu daftar untuk periode

beberapa tahun, analisa dapat mempelajari komposisi perubahan-perubahan dan menetapkan apakah telah terdapat suatu perbaikan atau bahkan sebaliknya didalam kondisi keuangan dan prestasi perusahaan selama jangka waktu tersebut. Rasio keuangan juga dapat diperhitungkan berdasarkan laporan keuangan performa atau proyeksi dan diperbandingkan dengan rasio sekarang atau masa lalu.

2. Perbandingan meliputi perbandingan rasio perusahaan dengan perusahaan lainnya yang sejenis atau dengan rata-rata industri pada suatu titik yang sama (perbandingan eksternal). Perbandingan tersebut dapat memberikan gambaran relatif tentang kondisi keuangan dan prestasi perusahaan hanya dengan cara membandingkan rasio keuangan suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis seorang analis dapat memberikan pertimbangan yang realistis.

Ada lima jenis rasio keuangan (Atmaja, 2012:77) :

1. *Leverage Ratios*, memperlihatkan berapa hutang yang digunakan perusahaan.
2. *Liquidity Ratios*, mengukur kemampuan perusahaan untuk Memenuhi kewajiban-kewajiban yang jatuh tempo.
3. *Asset Management Ratios*, mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola aktivitya.
4. *Profitabilrty Ratios*, mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

5. *Market – Value Ratios*, memperlihatkan bagaimana perusahaan dinilai oleh investor.

2.1.5 Pasar Modal

Menurut Martono dan Harjito (2014:359) Pasar modal (*Capital Market*) adalah suatu pasar dimana dana jangka panjang baik hutang maupun modal sendiri diperdagangkan tersebut diwujudkan dalam surat-surat berharga. Jenis surat berharga yang diperjual belikan di pasar modal memiliki jatuh tempo lebih dari satu tahun dan ada yang tidak memiliki jatuh tempo. Sedangkan menurut Darmadji dkk (2011:1) Pasar Modal merupakan pasar yang memfasilitasi perdagangan surat berharga jangka panjang berupa hutang yang diperdagangkan biasanya obligasi (*Bond*). Sedangkan dana jangka panjang yang merupakan modal sendiri berupa saham biasa (*Common stock*) dan saham preferen (*Preferred stock*). Pasar modal dalam arti sempit adalah suatu tempat (dalam pengertian fisik) yang terorganisasi di mana surat berharga (efek-efek) diperdagangkan, yang kemudian disebut bursa efek (*stock exchange*).

Selama ini pengertian investasi adalah kegiatan menanamkan modal baik langsung maupun tidak langsung, dengan harapan pada waktunya nanti pemilik modal mendapatkan sejumlah keuntungan dari hasil penanaman modal tersebut. Menurut Halim dalam Fahmi (2012:2) bahwa Investasi adalah penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang .

Investasi dalam sekuritas merupakan tanda keikutsertaan kepemilikan suatu perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan dari usaha pokoknya. Di dalam investasi yang bersifat jangka panjang di samping bertujuan untuk memperoleh pendapatan, dapat juga dengan tujuan untuk mengontrol atau menguasai perusahaan lain yaitu dengan cara membeli atau memiliki sebagian besar saham-saham perusahaan yang diawasi atau dikuasai tersebut. Apabila seorang investor membeli suatu saham biasa perusahaan lain, saham itu akan dicatat sesuai dengan harga perolehannya yaitu harga kurs saham ditambah biaya-biaya yang berhubungan dengan pembelian tersebut. Seluruh pembayaran oleh investor akan dibukukan dalam rekening investasi saham biasa.

Saham biasa mempunyai nilai nominal tertentu dan adanya hak bagi pemegang saham (investor) untuk mendapatkan bagian dari keuntungan perusahaan serta ikut menanggung risiko apabila mengalami kerugian. Akan tetapi apabila terjadi pembubaran perusahaan, pemilik saham bisa memiliki tuntutan (*Claim*) yang terakhir terhadap kekayaan perusahaan setelah seluruh kreditor dan pemilik saham istimewa mendapat bagian. Investor saham akan memperoleh tingkat keuntungan dari dividen yang dibagikan ditambah perbedaan nilai perusahaan pada waktu pertama kali investasi dengan nilai pada beberapa waktu kemudian atau disebut juga *capital gain/capital loss*. Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011:109) *Capital gain* merupakan selisih antara harga beli dan harga jual sedangkan *Capital loss* merupakan menjual saham dengan harga jual lebih rendah dari harga

beli. Nilai investasi dari saham biasa tergantung jumlah pendapatan dalam rupiah yang diharapkan akan diterima oleh seorang investor kalau seandainya investor membeli saham tersebut.

Tingkat keuntungan yang tinggi yang bisa diperoleh sebagai akibat dari investasi dalam saham berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Tingkat keuntungan masa lalu (*past performance*) bisa dipakai untuk menilai kemampuan perusahaan sekaligus memproyeksikan kemampuan perusahaan pada masa-masa mendatang dan harus memperhitungkan risiko yang akan diterima dari investasinya.

2.1.6 Saham

Saham menurut Fahmi (2012:270) adalah tanda bukti penyertaan kepemilikan modal/dana pada suatu perusahaan atau kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan di ikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya. Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011:5) Saham (stock) adalah sebagai tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroaan terbatas. Saham berwujud selembat kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan diperusahaan tersebut. Dalam pasar modal ada dua jenis saham yang paling umum dikenal oleh publik yaitu :

a) Saham Biasa (*Common Stock*)

Adalah suatu surat berharga yang dijual oleh suatu perusahaan yang menjelaskan nilai nominal (rupiah, dolar, yen, dan sebagainya) dimana pemegangnya diberi hak untuk mengikuti RUPS (Rapat umum pemegang saham) dan RUPSLB (Rapat umum pemegang saham luar biasa) serta berhak untuk menentukan membeli right issue (penjualan saham) atau tidak, yang selanjutnya di akhir tahun akan memperoleh keuntungan dalam bentuk deviden. Common Stock ini memiliki beberapa jenis yaitu :

- a. ***Blue Chip-Stock*** (Saham Unggulan) adalah saham dari perusahaan yang dikenal secara nasional dan memiliki sejarah laba, pertumbuhan, dan manajemen yang berkualitas. Saham-saham IBM dan Du Pont merupakan contoh *blue chip*. Jika di Indonesia kita bisa melihat pada 5 (lima) besar saham yang termasuk kategori LQ 45. LQ 45 adalah likuiditas empat puluh lima buah perusahaan yang dianggap memiliki tingkat likuiditas yang baik dan sesuai dengan pengharapan pasar modal.
- b. ***Growth Stock*** adalah saham-saham yang diharapkan memberikan pertumbuhan laba yang lebih tinggi dari rata-rata saham-saham lain, dan karenanya mempunyai PER yang tinggi.
- c. ***Defensive Stock*** (Saham-saham Defensif) adalah saham yang cenderung lebih stabil dalam masa resesi atau perekonomian yang tidak menentu berkaitan dengan deviden, pendapatan, dan kinerja pasar. Contoh perusahaan yang masuk kategori ini biasanya

perusahaan yang produknya memang dibutuhkan oleh publik seperti perusahaan yang masuk kategori *food and beverage*, yaitu gula, beras, minyak makan, garam dan sejenisnya.

- d. ***Cyclical Stock*** adalah sekuritas yang cenderung naik nilainya secara cepat saat ekonomi semarak dan jatuh juga secara cepat saat ekonomi lesu. Contohnya saham pabrik mobil dan real estate. Sebaliknya saham non siklis mencakup saham-saham perusahaan yang memproduksi barang-barang kebutuhan umum yang tidak berpengaruh oleh kondisi ekonomi, misalnya makanan dan obat-obatan.
- e. ***Seasonal Stock*** adalah perusahaan yang penjualannya bervariasi karena dampak musiman, misalnya karena cuaca dan liburan. Sebagai contoh, pabrik mainan memiliki penjualan musiman yang khusus pada saat musim natal.
- f. ***Speculative Stock*** adalah saham yang kondisinya memiliki tingkat spekulasi yang tinggi, yang kemungkinan tingkat pengembalian hasilnya adalah rendah atau negatif. Ini biasanya dipakai untuk membeli saham pada perusahaan pengeboran minyak.

b) Saham Istimewa (*Common Preferred*)

Adalah suatu surat berharga yang dijual oleh suatu perusahaan yang menjelaskan nilai nominal (rupiah, dolar, yen, dan sebagainya) dimana pemegangnya akan memperoleh pendapatan tetap dalam bentuk deviden yang biasanya akan diterima setiap kuartal (tiga bulanan). Menurut

Martono dan Harjito (2005:368) saham *preferred* dalam prakteknya terdapat beberapa jenis yaitu :

- a. *Cumulative Preferred Stock* adalah saham preferen jenis ini memberikan hak kepada pemiliknya atas pembagian dividen yang sifatnya kumulatif dalam suatu persentase atau jumlah tertentu. Sehingga jika pada tahun tertentu dividen yang dibayarkan tidak mencukupi atau tidak dibayar sama sekali, maka hal ini diperhitungkan pada tahun-tahun berikutnya.
- b. *Non Cumulative Stock* adalah pemegang saham jenis ini mendapat prioritas dalam pembagian dividen sampai pada suatu persentase atau jumlah tertentu, tetapi tidak kumulatif.
- c. *Participating Preferred Stock* adalah pemilik saham ini selain memperoleh dividen tetap juga memperoleh dividen tambahan (*extra dividend*)

2.1.7 Harga Saham

Harga saham adalah harga dari suatu saham yang ditentukan pada saat saham sedang berlangsung dengan berdasarkan kepada permintaan dan penawaran pada saham yang dimaksud (Anoraga,2015:86). Harga saham yang berlaku dipasar modal biasanya ditentukan oleh para pelaku pasar yang sedang melangsungkan perdagangan sahamnya (Ang,2017:73). Dengan harga saham yang ditentukan otomatis perdagangan saham di bursa efek akan berjalan. Jadi berdasarkan pengertian tersebut harga saham

adalah kesepakatan antara pemilik dan penjual dalam transaksi surat bukti kepemilikan atas asset-asset perusahaan.

Harga saham ditentukan menurut hukum permintaan dan penawaran atau kekuatan tawar-menawar, semakin banyak orang yang ingin membeli saham maka saham tersebut cenderung bergerak naik (Darmadji,2011:110). Sebaliknya makin banyak yang menjual saham maka harga saham tersebut akan bergerak turun. Namun jangka panjang kinerja perusahaan emiten dan pergerakan saham umumnya bergerak searah pergerakan harga saham selama jangka waktu tertentu umum yang membentuk suatu pola tertentu.

Menurut Darsono dkk (2015:111) Harga Saham dapat mencerminkan semua informasi yang ada di pasar, ketidaktahuan tentang nilai perusahaan akan menyebabkan investasi yang dilakukan mengalami kerugian. Secara umum terdapat dua jenis analisis harga saham yaitu :

- a. Analisis Teknikal adalah analisis yang dilakukan dengan melihat perkembangan harga saham secara historis untuk memprediksi harga saham di masa mendatang.
- b. Analisis Fundamental adalah analisis harga saham dengan melakukan analisis terhadap fundamental keuangan perusahaan

Pada umumnya Saham berwujud selebar saham yang mempunyai nilai atau harga. Menurut Sawidji Widodoatmojo (2016:46) harga saham dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) :

- a. Harga Nominal

Harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan. Besarnya harga nominal memberikan arti penting saham karena deviden minimal biasanya ditetapkan berdasarkan nilai nominal.

b. Harga Perdana

Harga ini merupakan pada waktu harga saham tersebut dicatat di Bursa Efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi (*underwriter*) dan emiten. Dengan demikian akan diketahui berapa harga saham emiten itu akan dijual kepada masyarakat biasanya untuk menentukan harga perdana.

c. Harga Pasar

Kalau harga perdana merupakan harga jual dari perjanjian emisi kepada investor, maka harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain. Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatatkan di Bursa. Transaksi di sini tidak lagi melibatkan emiten dari penjamin emisi harga ini yang disebut sebagai harga di pasar sekunder dan harga inilah yang benar-benar mewakili harga perusahaan penerbitnya, karena pada transaksi di pasar sekunder, kecil sekali terjadi negoisasi harga investor dengan perusahaan penerbit. Harga yang setiap hari diumumkan di surat kabar atau media lain adalah harga pasar.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham

Menurut Darmadji (2011:87), faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham adalah:

1. Laba per lembar saham (*Earning PerShare*/EPS)

Seorang investor yang melakukan investasi pada perusahaan akan menerimalaba atas saham yang dimilikinya. Semakin tinggi laba per lembar saham (EPS) yang diberikan perusahaan akan memberikan pengembalian yang cukup baik. Ini akan mendorong investor untuk melakukan investasi yang lebih besar lagi sehingga harga saham perusahaan akan meningkat.

2. Tingkat Bunga dapat mempengaruhi harga saham dengan cara :

a. Mempengaruhi persaingan di pasar modal antara saham dengan obligasi, apabila *Price to Book Value* naik maka investor akan menjual sahamnya untuk ditukarkan dengan obligasi. Hal ini akan menurunkan harga saham. Hal sebaliknya juga akan terjadi apabila tingkat bunga mengalami penurunan.

b. Mempengaruhi laba perusahaan, hal ini terjadi karena bunga adalah biaya, semakin tinggi *Price to Book Value* maka semakin rendah laba perusahaan. *Price to Book Value* juga mempengaruhi kegiatan ekonomi yang juga akan mempengaruhi laba perusahaan

c. Jumlah Kas Deviden yang Diberikan.

Kebijakan pembagian deviden dapat dibagi menjadi dua, yaitu sebagian dibagikan dalam bentuk deviden dan sebagian lagi disisihkan sebagai laba ditahan. Sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham, maka peningkatan pembagian deviden merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dari pemegang saham karena jumlah kas

dividen yang besar adalah yang diinginkan oleh investor sehingga harga saham naik.

d. Jumlah laba yang didapat perusahaan pada umumnya, investor melakukan investasi pada perusahaan yang mempunyai profit yang cukup baik karena menunjukkan prospek yang cerah sehingga investor tertarik untuk berinvestasi yang nantinya akan mempengaruhi harga saham perusahaan.

e. Tingkat Risiko dan Pengembalian

Apabila tingkat risiko dan proyeksi laba yang diharapkan perusahaan meningkat maka akan mempengaruhi harga saham perusahaan. Biasanya semakin tinggi risiko maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian saham yang diterima.

2.1.8 Volume Perdagangan

Volume perdagangan adalah jumlah lembar saham yang diperdagangkan pada periode tertentu. Volume perdagangan saham adalah jumlah lembar saham yang diperdagangkan secara harian (Magdalena, 2014:92). Pendapat lain dari Halim dan Hidayat (2010:131), volume perdagangan adalah lembar saham yang diperdagangkan pada hari t. Volume perdagangan saham merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk melakukan penilaian harga saham dan melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui aktivitas volume perdagangan saham di pasar. Volume perdagangan berpengaruh *negative* terhadap *bid ask spread* (Magdalena, 2014:95).

Menurut Rendi dan Supatmi (2013:110), volume perdagangan saham adalah aktivitas perdagangan saham yang terjadi pada waktu tertentu yang diperoleh dengan membandingkan atau membagi antara saham yang diperdagangkan dengan saham yang beredar di bursa efek. Volume perdagangan merupakan suatu instrumen yang dapat digunakan untuk melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui parameter volume saham yang diperdagangkan di pasar (Sutrisno dalam Siti Chodijah, 2010:87). Volume perdagangan saham merupakan jumlah lembar saham yang diperdagangkan secara harian. Nilai perdagangan saham dihitung dari perkalian antara harga pasar tiap kali transaksi dengan volume lembar saham yang diperjualbelikan.

2.1.9 *Earning Per Share*

Menurut Baridwan (2014:158) *earning pershare* adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dalam satu periode untuk tiap lembar saham yang beredar. Sedangkan Larson (2011:234) mendefinisikan *earning per share* bisa disebut juga sebagai pendapatan bersih per lembar saham yaitu jumlah pendapatan yang didapat dari tiap-tiap lembar saham biasa yang disetorkan perusahaan. Sedangkan *earning per share* menurut Widodoatmodjo (2014:188) merupakan rasio antara pendapatan setelah pajak dengan jumlah saham yang beredar.

Informasi mengenai laba per lembar saham dapat digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk menentukan dividen yang akan dibagikan. Informasi ini juga berguna bagi investor untuk mengetahui perkembangan

perusahaan selain itu juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan. Perhitungan laba per lembar saham yang menyatakan dua macam laba per lembar saham seperti berikut ini : Laba Per lembar saham dasar, adalah jumlah laba pada suatu periode yang tersedia untuk setiap saham biasa yang beredar dalam periode pelaporan. Laba per lembar saham adalah jumlah laba pada suatu periode yang tersedia untuk setiap saham biasa yang beredar selama periode pelaporan dan efek lain yang asumsinya diterbitkan bagi semua efek berpotensi saham biasa yang sifatnya dilutif yang beredar sepanjang periode pelaporan.

Pengertian *earning per share* yang diartikan sebagai rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham yang diperoleh investor. *Earning per share* merupakan salah satu hal utama yang diperhatikan oleh investor sebelum memutuskan untuk melakukan investasi, karena para investor pastinya akan mengharapkan pengembalian yang tinggi dari perusahaan atas investasinya kepada perusahaan. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki *earning per share* yang tinggi, dan apabila *earning per share* suatu perusahaan dinilai tinggi oleh para investor maka harga sahamnya akan bergerak naik. Ini menggambarkan bahwa tinggi rendahnya *earning per share* suatu perusahaan akan berakibat pada harga pasar sahamnya di pasar saham.

Earning per share diukur dengan menggunakan formula menurut Widioatmojo (2014:238) yaitu dengan menggunakan variabel-variabel pembentuk sebagai berikut :

- a. Laba Bersih Setelah Pajak
- b. Laba bersih yaitu angka terakhir dalam perhitungan laba rugi dimana untuk mencarinya laba operasi bertambah pendapatan lain-lain dikurangi oleh beban lain-lain. Laba bersih setelah pajak adalah laba setelah dikurangi berbagai pajak.
- c. Jumlah Saham Yang Beredar
- d. Jumlah saham yang beredar adalah jumlah saham yang telah dikeluarkan oleh perusahaan yang dimiliki oleh orang dalam dan investasi publik umum.

Berikut formulasi dari *earning pershare* :

$$Earning Per Share = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2.1.10 *Price Earning Ratio*

Price earning ratio merupakan rasio yang dipergunakan dalam mengukur nilai pasar dengan mengaitkan harga saham perusahaan dan laba yang diperoleh perusahaan. *Price Earning Ratio* ini merupakan rasio yang sering digunakan bagi investor untuk menilai suatu perusahaan apakah layak atau tidak untuk diinvestasikan. Menurut Tandeilin (2011:387) menyatakan bahwa *Price Earning Ratio* adalah sebagai berikut: *Price Earning Ratio* mengindikasikan banyaknya rupiah dari laba yang saat ini investor bersedia membayar sahamnya, Dengan kata lain *Price Earning Ratio* merupakan harga untuk tiap rupiah laba”. Menurut Fahmi (2014:83), pengertian *Price Earning Ratio* adalah sebagai berikut: “Perbandingan antara market price

per share (harga pasar per lembar saham) dengan *earning pershare* (laba perlembar saham), maka *Price Earning Ratio* merupakan rasio yang digunakan investor untuk menilai saham suatu perusahaan”. Sedangkan menurut Wahyudiono (2014:123) pengertian *Price Earning Ratio* adalah sebagai berikut: *Price Earning Ratio* merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. *Price Earning Ratio* sebagai cara penilaian untuk mengetahui nilai saham yang sesungguhnya dari suatu perusahaan. *Price Earning Ratio* ini digunakan untuk menganalisis harga saham yang menunjukkan harga yang tidak wajar”.

Berdasarkan pengertian diatas *Price Earning Ratio* adalah gambaran apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan melalui perbandingan harga pasar per lembar saham dan laba per lembar saham. Menurut Tandelilin (2011:387) cara mencari *Price Earning Ratio* adalah :

$$Price\ Earning\ Ratio = \frac{Harga\ Saham}{Earning\ Per\ Share}$$

Price Earning Ratio adalah perbandingan antara market *price pershare* (harga pasar perlembar saham) dengan *earning pershare* (laba perlembar saham) Kodrat (2010:240) Menyatakan *Price Earning Ratio* yang tinggi menunjukkan perusahaan ini mempunyai prospek yang tinggi untuk bertumbuh. Sebaliknya perusahaan yang diharapkan mempunyai pertumbuhan yang rendah. Dari segi investor, *Price Earning Ratio* yang

terlalu tinggi tidak menarik karena harga saham akan sulit untuk naik lagi. Ini berarti kemungkinan memperoleh capital gain akan lebih kecil lagi. Dari definisi di atas dapat disimpulkan *Price Earning Ratio* merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara harga perlembar saham dengan laba perlembar saham. Jika *Price Earning Ratio* ini tinggi maka harga saham pun ikut tinggi

2.1.11 Hubungan Antar Variabel Penelitian

a. Pengaruh Volume Perdagangan Terhadap Harga Saham

Volume perdagangan saham digunakan sebagai indikator pada analisis teknikal berkaitan dengan melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui besarnya aktivitas perdagangan saham. Apabila suatu perusahaan memiliki volume perdagangan yang besar maka pasar akan bereaksi positif terhadap potensi keuntungan yang akan diberikan oleh perusahaan pada masa yang akan datang. Perubahan volume perdagangan saham di pasar modal menunjukkan aktivitas perdagangan saham di bursa dan mencerminkan keputusan investasi investor. Aktivitas volume perdagangan ini digunakan untuk melihat apakah investor individual menilai pengumuman tersebut informatif. Sehingga dapat dikatakan informasi tersebut dapat memengaruhi suatu investasi. Apabila peningkatan volume perdagangan saham maka akan memberikan dampak peningkatan pada harga saham, diman volume perdagangan berhubungan positif terhadap harga saham.

b. Pengaruh *Earning Pershare* Terhadap Harga Saham

Earning per share adalah termasuk salah satu rasio pasar. Rasio pasar pada dasarnya mengukur kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai pasar yang melampaui pengeluaran investasi. Rasio ini merupakan pengukuran yang paling lengkap mengenai prestasi perusahaan dan berkaitan langsung dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan dan kekayaan para pemegang saham (Ang,2017:132). *Earning per share* merupakan salah satu hal utama yang diperhatikan oleh investor sebelum memutuskan untuk melakukan investasi, karena para investor pastinya akan mengharapkan pengembalian yang tinggi dari perusahaan atas investasinya kepada perusahaan. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki *earning per share* yang tinggi, dan apabila *earning per share* suatu perusahaan dinilai tinggi oleh para investor maka harga sahamnya akan bergerak naik. Ini menggambarkan bahwa tinggi rendahnya *earning per share* suatu perusahaan akan berakibat pada harga pasar sahamnya di pasar modal. Adapun hubungan *earning per share* terhadap harga saham mempunyai hubungan yang positif (Willen dkk,2016). Maknanya peningkatan *earning per share* akan membawa peningkatan terhadap harga saham.

c. Pengaruh *Price Earning Ratio* Terhadap Harga Saham

Price earning ratio merupakan rasio yang dipergunakan dalam mengukur nilai pasar dengan mengaitkan harga saham perusahaan dan laba yang diperoleh perusahaan. *Price Earning Ratio* ini merupakan rasio yang sering

digunakan bagi investor untuk menilai suatu perusahaan apakah layak atau tidak untuk diinvestasikan. Menurut Tandeilin (2011:387) menyatakan bahwa *Price Earning Ratio* adalah sebagai berikut: *Price Earning Ratio* mengindikasikan banyaknya rupiah dari laba yang saat ini investor bersedia membayar sahamnya. Semakin meningkat nilai *price earning ratio* maka akan semakin meningkat harga saham pada suatu perusahaan.

2.1.12 Penelitian terdahulu

Terdapat beberapa hasil dari penelitian terdahulu, yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

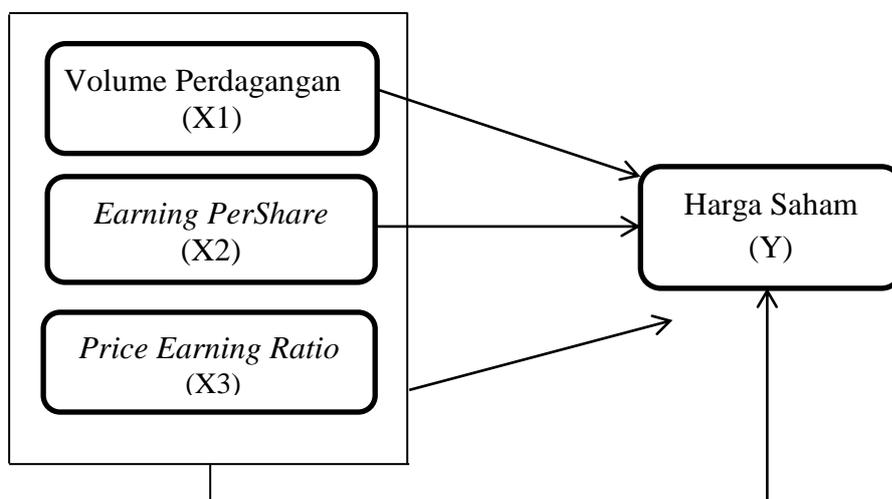
No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Neni Awika Andansari, Kharis Raharjo (Journal of Accounting, Vol 2 No 2, Maret 2019)	Pengaruh Volume Perdagangan, <i>Price</i> <i>Earning Ratio</i> , <i>Earning Per Share</i> Terhadap Harga Saham	Hasil Penelitian bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap harga Saham. Sedangkan secara parsial volume perdagangan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap harga saham, <i>Price earning</i> <i>ratio</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham Serta <i>earning pershare</i> mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap harga saham.
2	Albertha W. Hutapea, Ivonne S Saerang, Joy E Tulung (Jurnal EMBA, Vol 5 No 2 Juni 2020, Hal	Pengaruh <i>Earning</i> <i>pershare</i> dan <i>price</i> <i>earning ratio</i> Terhadap Harga Saham Industri Otomotif dan Komponen Yang	Bahwa hasil penelitian secara parsial hanya <i>earning pershare</i> yang pengaruh signifikan terhadap harga saham sedangkan <i>price earning ratio</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham

	541 – 552 , ISSN 2303-1174)	Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	
3	Alwi Abdul Rachman, Sutrisno (Proceeding Seminar Nasional dan Call Papers Sancall 2016, ISBN:978-979-636-147-2, Surakarta 23 Maret 2020)	Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel EPS, DER, PER, QAI dan ROI, secara parsial signifikan positif berpengaruh terhadap harga saham. Sedangkan CR, vol perdagangan, NPM dan TATO tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham. Secara simultan terbukti signifikan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan Manufaktur di BEI.
4	Rio Febrioni (e-Proceeding of Management : Vol 3, No 3 Desember 2019, ISSN : 2355-9357)	Pengaruh Volume Perdagangan, <i>Earning PerShare</i> dan <i>Price Earning Rasio</i> Terhadap Harga Saham (Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)	Bahwa volume perdagangan <i>earning pershare</i> dan <i>Price Earning Rasio</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Secara parsial <i>earning pershare</i> , <i>Price Earning Rasio</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Dan Volume Perdagangan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham dengan arah pengaruh yang negatif pada perusahaan yang terdaftar Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018
5	Rita Andini (Journal Manajemen dan Bisnis, Vol 2 No 2, Maret 2020)	Pengaruh Volume Perdagangan, <i>Price Earning Ratio</i> , <i>Earning Pershare</i> Terhadap Harga Saham Industri Perkebunan	Hasil Penelitian bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan secara parsial volume perdagangan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap harga saham, <i>Price earning ratio</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga

			saham Serta <i>earning pershare</i> mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap harga saham.
--	--	--	--

2.1.13 Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan secara teoritis hubungan antara variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016:60), kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah penting. Masalah yang dapat diformasikan mengenai pengaruh volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* terhadap harga saham. *Earning per share* dan *price earning ratio* merupakan rasio yang sangat diperhatikan oleh investor sebelum memutuskan untuk melakukan investasi, karena para investor pastinya akan mengharapkan pengembalian yang tinggi dari perusahaan atas investasinya kepada perusahaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar sebagai berikut :



Gambar 2.1 **Bagan Kerangka Pemikiran**

2.1.14 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:43) hipotesis merupakan dugaan sementara pada suatu penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukakan diatas maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

- 1 Ada pengaruh signifikan volume perdagangan, *earning per share* dan *price earning ratio* secara simultan terhadap harga saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020.
- 2 Ada pengaruh signifikan volume perdagangan, *earning per share* dan *price earning ratio* secara parsial terhadap harga saham pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016 -2020.

2.2 Metode Penelitian

Menurut Umar (2016:22), metode penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporan dengan cara menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, yakni metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah ditetapkan sebagaimana adanya (Sugiyono 2016:123)

2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam melakukan penelitian data dapat dibagi atas 2 jenis data yakni sebagai berikut (Suliyanto,20015:131):

1. Data Primer.

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama.

2. Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Sumber data penelitian yang tersedia di Bursa Efek Indonesia pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang diambil berupa laporan keuangan perusahaan pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016-2020 melalui situs website www.idx.co.id, dan berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian.

2.2.2 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data dapat dibagi atas :
(Sugiyono,2016:74)

1. *Field research* yakni pengumpulan data berdasarkan asal dari data misalnya: wawancara, kuisisioner dan lain-lain.
2. *Library research* yakni pengumpulan data yang telah diolah dari berbagai sumber.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan (*Library Research*) yang berasal dari bursa efek Indonesia dengan website www.idx.co.id. Dalam penelitian kepustakaan pengumpulan data yang diperoleh bersumber dari data sekunder yang terdiri dari teori-teori, konsep-konsep, dan literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

2.2.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:80). Populasi penelitian adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh perusahaan yang tergabung dalam Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 yang terdiri dari 6 (enam) emiten yaitu : PT Ades Waters Indonesia Tbk, PT Kino Indonesia Tbk, PT Martina Berto Tbk, PT Mustika Ratu Tbk, PT Mandom Indonesia Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk.

Sampel merupakan bagian atau wakil populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasinya (Sugiono, 2010:82). Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* yakni : pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Hanya elemen populasi yang mempunyai kriteria tertentu dari peneliti saja yang bisa dijadikan sampel dalam penelitian. Kriteria pengambilan sampel yang ditetapkan oleh peneliti adalah :

1. Perusahaan pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020.
2. Perusahaan pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang menerbitkan Laporan Keuangan selama 5 (lima) tahun berturut-turut dari Tahun 2016-2020 secara lengkap.
3. Perusahaan yang tidak delisting selama tahun 2016-2020.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel tersebut, akhirnya diperoleh 5 (lima) emiten pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga sebagai sampel penelitian ini yaitu : PT Ades Waters Indonesia Tbk, PT Martina Berto Tbk, PT Mustika Ratu Tbk, PT Mandom Indonesia Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk.

2.2.4 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010:90), metode analisis adalah langkah yang diambil dalam melakukan suatu penelitian yang dapat dijadikan suatu informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Metode analisis yang cocok pada penelitian ini adalah metode deskriptif, yang dapat dibagi atas :

a. Deskriptif Kualitatif

Yaitu suatu metode yang berfungsi untuk membuat gambaran fakta-fakta yang ada di lapangan berdasarkan teori-teori yang ada dalam literatur yang ada kaitannya dengan penelitian ini (Sugiono,2010:91).

b. Deskriptif Kuantitatif

Yaitu suatu metode yang berfungsi untuk membuat gambaran secara matematis berdasarkan perhitungan-perhitungan dari hasil penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kedua jenis metode deskriptif tersebut.

2.2.5 Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang adalah menggunakan program SPSS (Sunjoyo dkk, 2016:1), metode dalam analisis ini termasuk kedalam analisis kuantitatif diantaranya, yaitu :

a. Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini dilakukan data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui model dari volume perdagangan, *earning pershare* dan *Price Earning Ratio* terhadap harga saham. Data yang digunakan adalah data panel, yang mana data tersebut diambil dari sampel berdasarkan runtunan waktu (Suliyanto,2015:112). Maka digunakan persamaan regresi berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y_{it} = a + b_1 X_{1it} + b_2 X_{2it} + b_3 X_{3it} + e$$

Keterangan :

Y_{it} = Harga Saham
 X_{1it} = Volume Perdagangan
 X_{2it} = *Earning Pershare*
 X_{3it} = *Price Earning Ratio*
 a = Konstanta
 $b_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi
 i = Waktu
 t = *Cross-Section*
 e = error

Sehubungan dengan perbedaan satuan antara variabel independen dan variabel dependen maka persamaan linear regresi berganda harus ditransformasikan kedalam bentuk sebagai berikut :

$$\mathbf{LogY_{it} = a + b_1 LogX_{1it} + b_2 LogX_{2it} + b_3 LogX_{3it} + e}$$

Keterangan :

LogY _{it}	=	Harga Saham
LogX _{1it}	=	Volume Perdagangan
LogX _{2it}	=	<i>Earning Pershare</i>
LogX _{3it}	=	<i>Price Earning Ratio</i>
a	=	Konstanta
b _{1,2,3}	=	Koefisien Regresi
i	=	Waktu
t	=	<i>Cross-Section</i>
e	=	error

b. Uji Asumsi Klasik

Sehubungan dengan data yang digunakan adalah data sekunder, maka untuk menentukan ketepatan suatu model perlu dilakukan pengujian atas beberapa kriteria pada uji asumsi klasik (Sunjoyo,2016:58). Adapun uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam suatu model adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Ghozali,2012:161) . Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.

Jadi, uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *One Sample Kolomogorov-Smirnov* (K-S), dikatakan berdistribusi normal apabila uji K-S dilakukan dengan membandingkan nilai signifikannya, jika nilai signifikansi $< 0,05$

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Sunyoto, 2016:65)

Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation faktor* (VIF) atau tolerance. Apabila nilai $VIF > 10$ atau tolerance $< 0,10$, maka terdapat masalah multikolinearitas pada variabel tersebut.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Sunyoto,2016:69). Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residunya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah,

menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode $t-1$. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Run Test*. Uji ini merupakan bagian dari statistik non-parametric yang dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai Asymp. Sig (2-tailed) uji *Run Test*. Apabila nilai Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi (Ghozali, 2016:103)

c. Uji Hipotesis.

1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan atas variabel independen (volume perdagangan, *earnig pershare* dan *price earning ratio*) secara simultan terhadap variabel dependen (harga saham) pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016 – 2020.

Menurut Priyatno, (2016:141) Uji F dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Membuat rumusan hipotesis

$H_0 : = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

2. Menentukan tingkat signifikan dengan $\alpha = 5 \%$

3. Menentukan F_{hitung}

4. Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 %, $\alpha = 5 \%$ df 1 (jumlah variabel – 1), df 2 (n-k), (n adalah jumlah kasus, dan k adalah jumlah variabel independen dan variabel dependen)

5. Kriteria Keputusan :

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima

2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan atas variabel independen (volume perdagangan, *earnig pershare* dan *price earning ratio*) secara parsial terhadap variabel dependen (harga saham) pada Industri Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga selama tahun 2016 – 2020. Menurut Priyatno, (2016:137) Uji t dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Membuat rumusan hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya volume perdagangan, *earnig pershare* dan *price earning ratio* tidak berpengaruh secara parsial terhadap harga saham

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya volume perdagangan, *earnig pershare* dan *price earning ratio* Terhadap harga saham.

2. Menentukan tingkat signifikan dengan $\alpha = 5 \%$

3. Menentukan t_{hitung}

4 Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5 \%$ df_1 (uji satu sisi) dengan derajat kebebasan(df) $n-k$ (n adalah jumlah data, dan k adalah jumlah variabel independen dan variabel dependen).

5 Kriteria Keputusan :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung (Priyatno, 2016:143). Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel tergantung. $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel tergantung, atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model

tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel tergantung. Sebaliknya $R^2 = 1$, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah sempurna, atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model menjelaskan 100 % variasi variabel tergantung koefisien determinan

2.2.6 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan defenisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti dan mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Dengan adanya uraian tersebut maka akan lebih mudah mengukur variabel yang ada. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut :

Tabel 2.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Formulasi	Satuan	Skala
Volume Perdagangan (X1)	Volume perdagangan merupakan suatu instrumen yang dapat digunakan untuk melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui parameter volume saham yang diperdagangkan di pasar (Sutrisno dalam Siti Chodijah, 2010:87).	Spot	Lembar	Rasio

<i>Earning Per Share</i> (X2)	Jumlah pendapatan yang diperoleh dalam satu periode untuk tiap lembar saham yang beredar (Baridwan,2014:158)	$\frac{\text{Laba bersih}}{\text{Saham Beredar}}$	Rp	Rasio
<i>Price Eaning Ratio</i> (X3)	Rasio yang mengukur perbandingan antara harga perlembar saham dengan laba perlembar saham. (Tandelilin,2016:132)	$\frac{\text{Harga Saham}}{EPS}$	%	Rasio
Harga Saham (Y)	Harga yang terbentuk dari kekuatan permintaan dan penawaran (Fahmi,2012:270)	Harga Penutupan	Rp	Rasio

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 PT Ades Waters Indonesia Tbk (ADES)

3.1.1 Sejarah PT Ades Waters Indonesia Tbk

PT Ades Water Indonesia,Tbk didirikan pada visi untuk mempengaruhi kehidupan melalui pengembangan terencana kota-kota mandiri yang berkelanjutan dalam lingkungan hijau dan kelas infrastruktur fisik dan sosial pertama. Selama lebih dari satu dekade, Perusahaan telah membuktikan dirinya untuk menjadi seorang pengembang properti yang sangat terpercaya dengan nama merek yang paling dikenal. Ini adalah pemilik *landbank* diversifikasi terbesar dan pemimpin dalam proyek perintis di lokasi-lokasi strategis di seluruh Indonesia.

Melalui penggabungan 8 perusahaan kosmetik dan rumah tangga terkait pada tahun 2004 Perseroan telah memperluas portofolio bisnisnya untuk mencakup pembangunan perkotaan, skala perkembangan besar yang terintegrasi, mal ritel, kesehatan, hotel dan rekreasi, serta portofolio *fee based income*. Ades Water Indonesia,Tbk sekarang adalah perusahaan kosmetik terbesar di Indonesia berdasarkan total aset dan pendapatan, dengan model bisnis yang unik dan terpadu. Maskapai ini mengoperasikan kelompok rumah sakit swasta terkemuka di Indonesia, satu-satunya yang mencapai standar kelas dunia, dan merupakan pemimpin industri properti ritel tak terbantahkan.

3.1.2 Visi dan Misi PT Ades Water Indonesia,Tbk

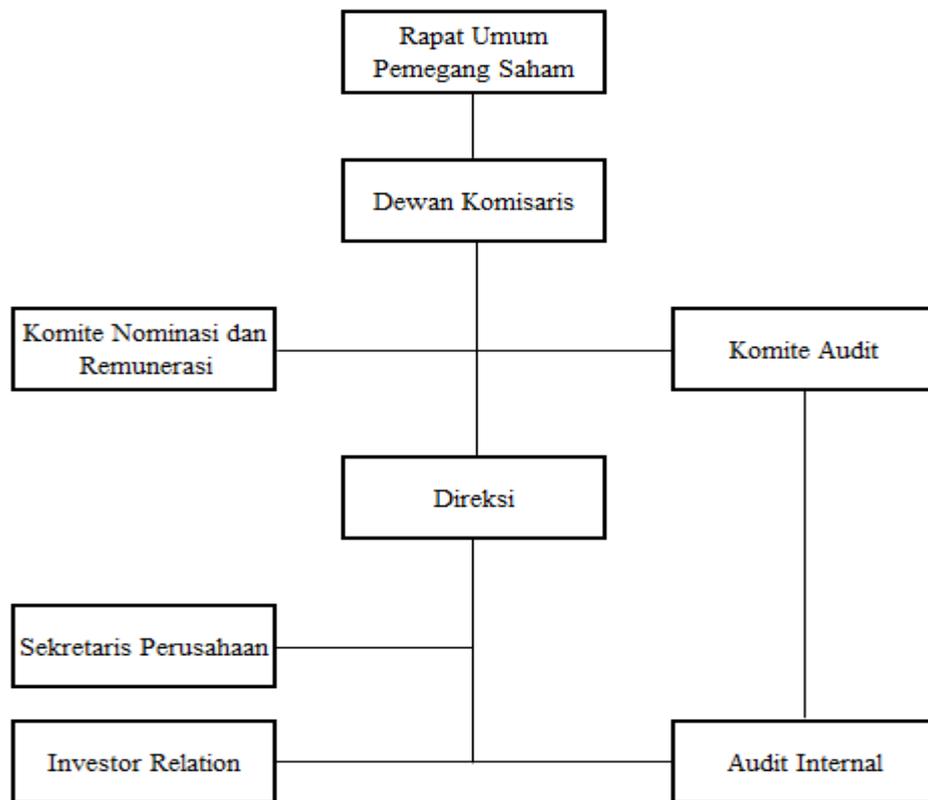
Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan yang ingin dicapai oleh Perusahaan pada masa yang akan datang. Pernyataan Visi Perusahaan harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga mempunyai sifat yang fleksibel. Visi perusahaan ini adalah menjadi perusahaan terkemuka di Indonesia dan Regional dengan tekad untuk mengubah kehidupan masyarakat luas menjadi lebih baik di semua lini bisnis dan senantiasa menciptakan nilai tambah bagi para Pemegang Saham.

Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju dan menjadi garis besar dalam mencapai Visi. Adapun misi perusahaan ini antara lain sebagai berikut :

- a. Memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia kelas menengah dan atas di bidang kosmetik dan keperluan rumah tangga melalui pengembangan sumber pendapatan berkesinambungan (Recurring Revenues) dan kegiatan pengembangan yang berkelanjutan.
- b. Menyediakan lingkungan hidup berkualitas yang meningkatkan pengalaman sosial dan spiritual bagi para pelanggan.
- c. Menyediakan suasana ramah lingkungan terbaik pada setiap proyek pengembangannya.

3.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berikut struktur organisasi dari PT Ades Water Indonesia, Tbk yakni :



Gambar 3.1
Struktur Organisasi PT Ades Water Indonesia, Tbk

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dalam menjalankan tugasnya.
- Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan.
- Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan perusahaan.

b. Direksi

- Menentukan kebijakan perusahaan sesuai visi, misi, dan tujuan perusahaan.
- Menetapkan strategi perusahaan secara menyeluruh dan mengukur kinerja dengan mengacu pada tujuan dan strategi perusahaan.
- Bertindak dan mewakili untuk dan atas nama perusahaan baik dengan pihak internal maupun pihak eksternal.
- Menjalankan pengurusan perusahaan dan kegiatan lainnya dengan anggaran dasar perusahaan atau petunjuk dewan komisari maupun RUPS.

c. Komite Audit

- Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan.
- Melakukan penelaahan atas kepatuhan terhadap peraturan perundangan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.

- Memberikan rekomendasi kepada dewan komisaris mengenai peunjukan akuntan yang didasarkan pada independensi, ruang lingkup penugasan, dan imbalan jasa.
- Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh direksi atas temuan audit internal.
- Menelaah megaduan yang berkaitan dnegan proses akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan.

d. Audit Internal

- Melaksanakan proses pemeriksaan bagi seluruh divisi cabang dan melaporkannya dalam bentuk audit.
- Menjalanlan proses audit internal perusahaan secara teknis dan berkala baik dari segi finansial maupun operasional.
- Melakukan koordinasi kesiapan cabang dan juga depo untuk menyiapkan laporan keuangan dengan lengkap serta nelakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan tersebut.
- Melakukan monitoring dan evaluasi hasil audit internal serta menjalin koordinasi dengan pihak terkait untuk menyiapkan solusi untuk hasil temuan masalah.

e. Sekretaris Perusahaan

- Melakukan aktivitas kesekretariatan perusahaan.
- Mengkoordinasikan pengurusan segala bentuk perizinan perusahaan.

- Memmbuat laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.
- Mengupayakan kelancaran pelaksanaan agenda kegiatan direksi.
- Memberikan masukan kepada direksi dari aspek hukum yang berkaitan dengan operasionalisasi dan pengembangan usaha perusahaan.
- Membuat database dan menyimpan dokumen asli perusahaan.
- Mengkoordinasikan bahan-bahan laporan untuk Rapat Komisaris dan Rapat Umum Pemegang Saham.
- Menyiapkan laporan secara keseluruhan mengenai kegiatan sekretaris perusahaan secara benar dan tepat waktu.

3.2 PT Martina Berto Tbk (MBTO),Tbk

3.2.1 Sejarah PT Martina Berto Tbk

Dimulai pada tanggal 22 Oktober 1981, Ny Martina mendirikan perusahaan dengan nama PT Martina Cop dan pada tahun 1990 mengubah nama perusahaan menjadi PT PT Martina Berto Tbk yang kemudian dikenal sebagai salah satu perusahaan kosmetik terdepan dan paling terdiversifikasi di Indonesia. Seiring dengan perkembangan usaha, pada tahun 1994 Perseroan melakukan Penawaran Umum Perdana pada Bursa Efek Indonesia (pada saat itu masih bernama Bursa Efek Jakarta).

Pada tahun 1999, anak perusahaan, PT Martina Berto Tbk melakukan Penawaran Umum Perdana pada Bursa Efek Indonesia dan

selanjutnya PT Martina Berto Tbk pada tahun 2007. Secara konsisten, Perseroan terus menawarkan konsep unik dan modern dalam seluruh kosmetik yang dikembangkannya dimana hal tersebut merupakan sebuah keunggulan tersendiri.

3.2.2 Visi dan Misi PT Martina Berto Tbk

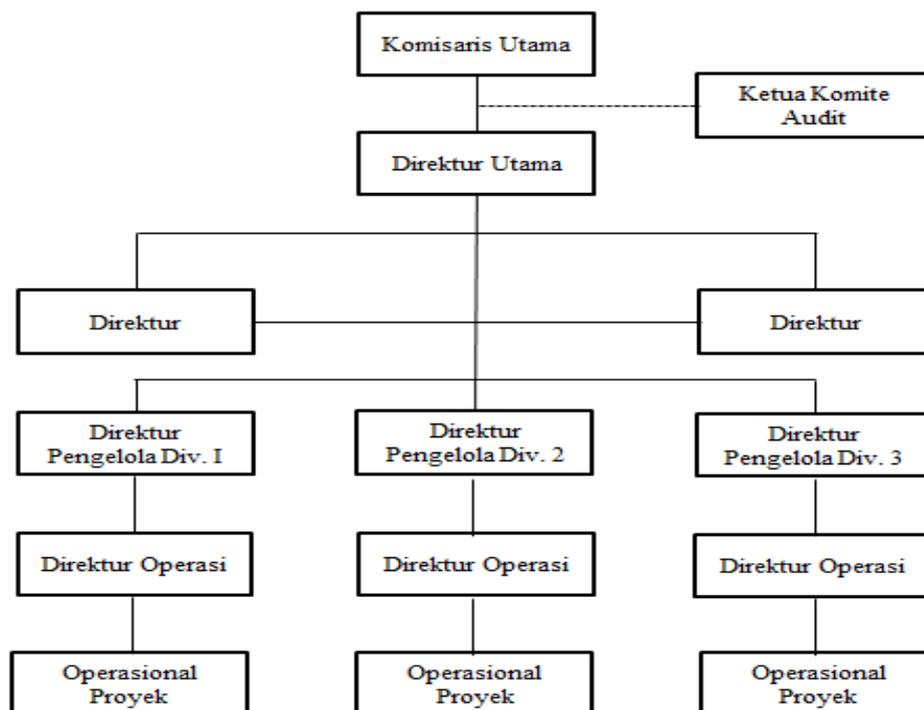
Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan yang ingin dicapai oleh Perusahaan pada masa yang akan datang. Pernyataan Visi Perusahaan harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga mempunyai sifat yang fleksibel. Visi perusahaan ini adalah mengembangkan sebuah grup bisnis kosmetik dengan semangat yang unggul dan penuh inovasi, sehingga menciptakan nilai tambah dalam menyediakan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat dan memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi para pemangku kepentingan.

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh Perusahaan dalam usahanya untuk mewujudkan Visi Perusahaan. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju dan menjadi garis besar dalam mencapai Visi. Misi perusahaan ini adalah menjadi yang terdepan dalam bisnis kosmetik dengan menjadi yang paling unggul, profesional dan menguntungkan, sehingga menjadi pilihan pertama bagi para konsumen, menjadi tempat kerja yang paling menarik dan menantang bagi para karyawan, menjadi investasi yang paling menguntungkan bagi para pemegang saham dan menjadi berkat yang nyata bagi masyarakat dan Tanah Air.

3.2.3 Struktur Organisasi PT Martina Berto Tbk

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Gambar 3.2
Struktur Organisasi PT Martina Berto Tbk



Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

- a. Komisaris Utama

- Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada anggota direksi.
- Mengawasi kebijakan-kebijakan yang dibuat direktur dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.
- Berhak untuk mengetahui segala kegiatan perusahaan yang dijalankan oleh direksi.
- Setiap waktu berhak memberhenikan untuk sementara anggota direksi apabila anggota direksi tersebut bertindak bertentangan dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Direktur Utama

- Menentukan arah dan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan cara kerja sesuai dengan pedoman yang dilimpahkan oleh komisaris.
- Melakukan kerjasama dengan pihak luar atau perusahaan untuk kepentingan perusahaan.
- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan strategi operasional untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dalam rapat umum pemegang saham.

c. Direktur Pengelola

- Mengelola perusahaan sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawab sebagaimana tercantum dalam anggaran dasar perusahaan, termasuk menyelenggarakan RUPS Tahunan dan RUPS lainnya.
- Mewakili perusahaan di dalam dan di luar pengadilan.

- Mengelola dan melakukan koordinasi seluaruh kegiatan perusahaan.
- Melakukan penanganan terhadap perencanaan, pengelolaan dan pelaporan keuangan secara efektif, efisien dan terpercaya demi menjamin ketersediaan dana dalam rangka menunjang seluruh kegiatan usaha perusahaan.

d. Direktur Operasional

- Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
- Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan.
- Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.

e. Operasional Proyek

- Membuat perencanaan kegiatan operasional pelaksanaan proyek.
- Mengatur kegiatan operasional pelaksanaan proyek.
- Melaksanakan kegiatan operasional pelaksanaan proyek.
- Mengontrol pelaksanaan operasional proyek

3.3 PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)

3.3.1 Sejarah Perusahaan PT Mustika Ratu Tbk

Perusahaan adalah entitas anak PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)., yang bisnis utamanya bergerak di dalam pengembangan properti. Perusahaan memulai usaha pada tahun 1967 dengan mengembangkan bisnis kosmetik di sekitar jalan Pangeran Jayakarta, Jakarta. Kesuksesan proyek-proyek di

Jogjakarta dan sekitarnya mendorong Perusahaan untuk ekspansi ke Bekasi dan kota-kota besar lainnya di Indonesia terutama Surabaya dan Balikpapan.

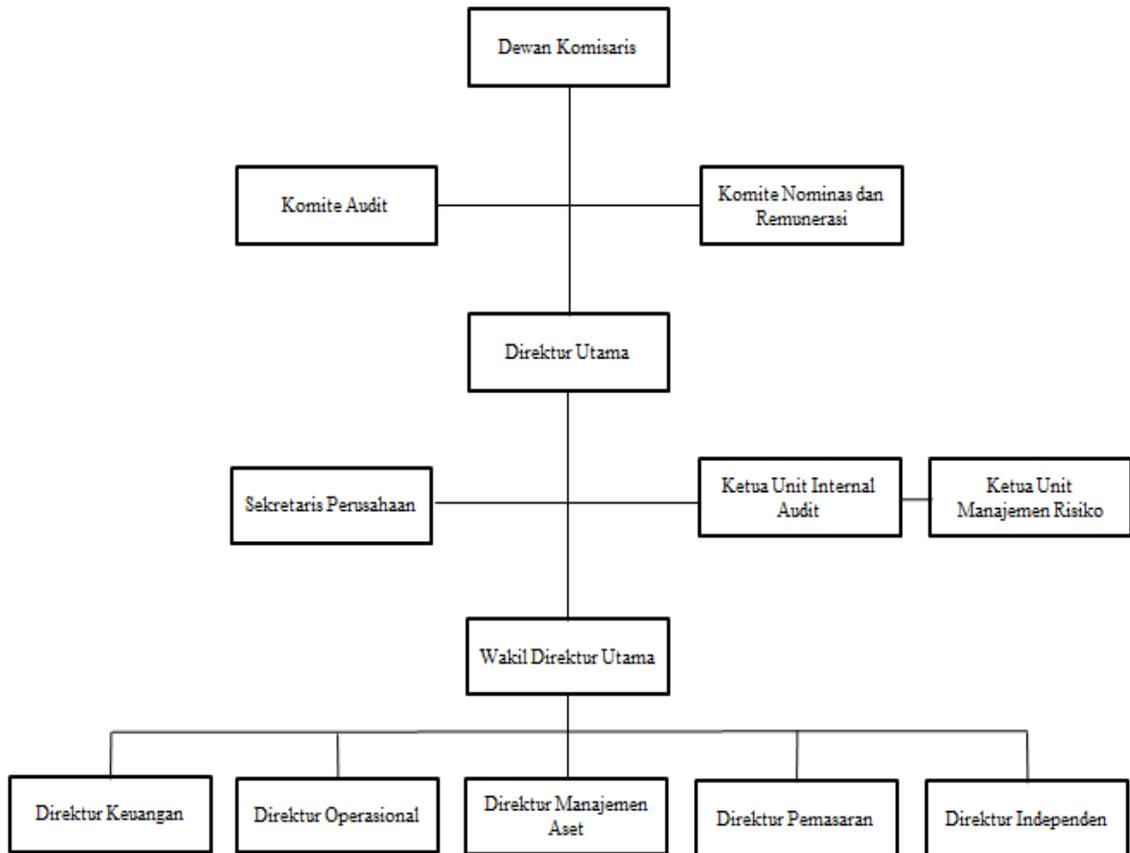
Salah satu dari perusahaan kosmetik ini adalah membangun produk-produk kosmetik yang berbasis sumberdaya alam Indonesia. Perusahaan juga membangun kawasan pabrik di Surabaya dan Balikpapan. Perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 2 November 1994 dengan kode MRAT. Sebanyak 1.850.000.000 lembar saham tercatat pada tanggal 31 Desember 2011.

3.3.2 Visi dan Misi Perusahaan

Perusahaan memiliki visi yaitu menjadi pemenang dalam pasar yang kompetitif dengan fokus utama pada kepuasan pelanggan dan profesionalisme. Dan untuk mencapai visi tersebut, perusahaan memiliki misi yaitu membangun untuk perkembangan kualitas hidup dan aktivitas ekonomi yang bermartabat.

3.3.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.



Gambar 3.3
Struktur Organisasi PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

- a. Dewan Komisaris
 - Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dalam menjalankan tugasnya.
 - Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan.
 - Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan perusahaan.

b. Direktur Utama

- Menentukan arah dan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan cara kerja sesuai dengan pedoman yang dilimpahkan oleh komisaris.
- Melakukan kerjasama dengan pihak luar atau perusahaan untuk kepentingan perusahaan.
- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan strategi operasional untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dalam rapat umum pemegang saham.

c. Wakil Direktur Utama

- Membantu direktur dalam menyusun rencana kerja serta anggaran untuk mencapai tujuan perusahaan.
- Membantu direktur dalam memimpin dan menkoordinir seluruh aktivitas perusahaan.
- Membantu direktur dalam mengambil keputusan dan kebijakan-kebijakan yang dianggap perlu untuk kemajuan perusahaan.

d. Direktur Keuangan

- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
- Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

- Merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengontrol arus kas perusahaan, penyusunan anggaran perusahaan.
 - Mengkoordinasikan dan melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan.
- e. Direktur Operasional
- Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
 - Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan.
 - Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.
- f. Direktur Manajemen Aset
- Menentukan kebutuhan aset perusahaan
 - Mengevaluasi aset yang telah ada.
 - Menyesuaikan aset dengan penyediaan pelayanan
 - Mengembangkan strategi aset.
- g. Direktur Pemasaran
- Membuat, merumuskan, menyusun, dan menetapkan konsep dan rencana umum perusahaan, mengarahkan dan memberikan kebijakan atas segala rancang bangun dan implementasi manajemen pemasaran dan promosi ke arah pertumbuhan dan perkembangan bisnis perusahaan.

- Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja manajemen pemasaran, penjualan, promosi bagi kepentingan perusahaan.
- Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.
- Menganalisis peluang usaha.

h. Komite Audit

- Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan.
- Melakukan penelaahan atas kepatuhan terhadap peraturan perundangan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- Memberikan rekomendasi kepada dewan komisaris mengenai peunjukan akuntan yang didasarkan pada independensi, ruang lingkup penugasan, dan imbalan jasa.
- Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh direksi atas temuan audit internal.
- Menelaah megaduan yang berkaitan dengan proses akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan.

i. Audit Internal

- Melaksanakan proses pemeriksaan bagi seluruh divisi cabang dan melaporkannya dalam bentuk audit.

- Menjalankan proses audit internal perusahaan secara teknis dan berkala baik dari segi finansial maupun operasional.
- Melakukan koordinasi kesiapan cabang dan juga depo untuk menyiapkan laporan keuangan dengan lengkap serta melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan tersebut.
- Melakukan monitoring dan evaluasi hasil audit internal serta menjalin koordinasi dengan pihak terkait untuk menyiapkan solusi untuk hasil temuan masalah.

j. Sekretaris Perusahaan

- Melakukan aktivitas kesekretariatan perusahaan.
- Mengkoordinasikan pengurusan segala bentuk perizinan perusahaan.
- Membuat laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.
- Mengupayakan kelancaran pelaksanaan agenda kegiatan direksi.
- Memberikan masukan kepada direksi dari aspek hukum yang berkaitan dengan operasionalisasi dan pengembangan usaha perusahaan.
- Membuat database dan menyimpan dokumen asli perusahaan.
- Mengkoordinasikan bahan-bahan laporan untuk Rapat Komisaris dan Rapat Umum Pemegang Saham.
- Menyiapkan laporan secara keseluruhan mengenai kegiatan sekretaris perusahaan secara benar dan tepat waktu.

3.4 PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

3.4.1 Sejarah Perusahaan PT Mandom Indonesia Tbk

PT Mandom Indonesia Tbk didirikan pada tahun 1979 dan menjadi perusahaan kosmetik yang memproduksi barang-barang keperluan kosmetik di Indonesia. Pada tahun 1994 inti dari bisnis perusahaan adalah mengembangkan produk-produk yang didukung dan ditingkatkan dengan kualitas produk dan jasa manajemen kota. Kunci strategi perusahaan adalah menciptakan bisnis yang menghasilkan critical mass sehingga dapat menciptakan bisnis-bisnis lainnya. Permintaan yang telah dibuat memungkinkan perusahaan untuk menawarkan dan meningkatkan pembangunan kawasan komersial dan residensial.. Bisnis perseroan dibagi menjadi antara lain: kosmetik dan keperluan rumah tangga, dan Leisure & Hospitality.

Pendirian pabrik pertama adalah seluas 56 hektar, Kota Jababeka di Cikarang, dengan penduduk sekitar 1 juta orang. Kota Jababeka telah berkembang dari sebuah lahan hijau menjadi sebuah komunitas. Kota ini terletak 35 kilometer sebelah timur Jakarta, berlokasi strategis sepanjang koridor Bekasi - Cikampek, terdiri dari kawasan industri untuk industri ringan, menengah, dan otomotif. Kota Jababeka dapat diakses dengan jalan tol dan kereta api dengan jarak tempuh 45 menit dari pusat bisnis Jakarta.

Dengan meningkatnya ukuran dan jumlah penduduk di Kota Jababeka, kebutuhan untuk mendukung dan fasilitas rekreasi muncul. Perusahaan menempatkan moto Beyond Beauty dalam praktek, yang

kemudian didukung oleh proyek-proyek pembangunan Mix Perusahaan telah berkembang menjadi perusahaan berintegrasi, yang menawarkan berbagai macam kosmetik dan produk lainnya dan berkualitas

3.4.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Mandom Indonesia Tbk

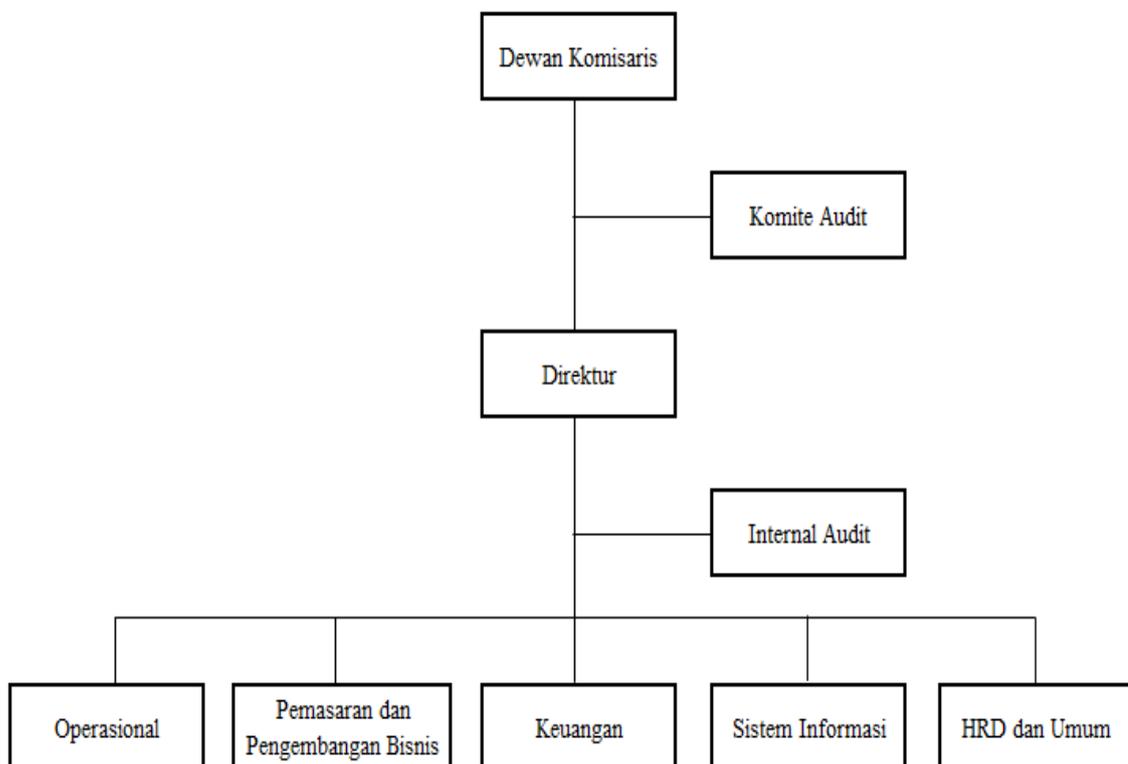
Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan yang ingin dicapai oleh Perusahaan pada masa yang akan datang. Pernyataan Visi Perusahaan harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga mempunyai sifat yang fleksibel. Visi perusahaan ini adalah menciptakan kota modern yang mandiri di setiap propinsi di Indonesia dan menyediakan lapangan pekerjaan untuk kehidupan yang lebih baik.

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh Perusahaan dalam usahanya untuk mewujudkan Visi Perusahaan. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju dan menjadi garis besar dalam mencapai Visi. Misi perusahaan ini antara lain sebagai berikut :

- a. Berkolaborasi dengan pemerintah setempat dan mitra strategis guna mengembangkan dan menginovasi konsep-konsep investasi yang sejalan dengan perkembangan teknologi terkini.
- b. Menyediakan sumber daya manusia dan sarana fisik infrastruktur untuk mendukung pembangunan kota.
- c. Aktif mempromosikan ekspansi grup kepada perusahaan multinasional.

3.4.3 Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.



Gambar 3.4
Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dalam menjalankan tugasnya.

- Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan.
- Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan perusahaan.

b. Direktur

- Menentukan arah dan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan cara kerja sesuai dengan pedoman yang dilimpahkan oleh komisaris.
- Melakukan kerjasama dengan pihak luar atau perusahaan untuk kepentingan perusahaan.
- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan strategi operasional untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dalam rapat umum pemegang saham.

c. Direktur Operasional

- Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
- Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan.
- Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.

d. Direktur Pemasaran dan Pengembangan Bisnis

- Membuat, merumuskan, menyusun, dan menetapkan konsep dan rencana umum perusahaan, mengarahkan dan memberikan kebijakan atas segala rancang bangun dan implementasi manajemen pemasaran

dan promosi ke arah pertumbuhan dan perkembangan bisnis perusahaan.

- Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja manajemen pemasaran, penjualan, promosi bagi kepentingan perusahaan.
- Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.
- Menganalisis peluang usaha.

e. Direktur Keuangan

- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
- Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.
- Merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengontrol arus kas perusahaan, penyusunan anggaran perusahaan.
- Mengkoordinasikan dan melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan.

f. HRD dan Umum

- Mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia.
- Membantu sistem HR yang efektif dan efisien.

- Melakukan seleksi, promosi, tranfering dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan, dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.
- Melakukan tindakan disiplin pada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan.

g. Komite Audit

- Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan.
- Melakukan penelaahan atas kepatuhan terhadap peraturan perundangan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- Memberikan rekomendasi kepada dewan komisaris mengenai peunjukan akuntan yang didasarkan pada independensi, ruang lingkup penugasan, dan imbalan jasa.
- Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh direksi atas temuan audit internal.
- Menelaah megaduan yang berkaitan dnegan proses akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan.

h. Audit Internal

- Melaksanakan proses pemeriksaan bagi seluruh divisi cabang dan melaporkannya dalam bentuk audit.
- Menjalankan proses audit internal perusahaan secara teknis dan berkala baik dari segi finansial maupun operasional.
- Melakukan koordinasi kesiapan cabang dan juga depo untuk menyiapkan laporan keuangan dengan lengkap serta melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan tersebut.
- Melakukan monitoring dan evaluasi hasil audit internal serta menjalin koordinasi dengan pihak terkait untuk menyiapkan solusi untuk hasil temuan masalah.

3.5 PT Unilever Indonesia,Tbk (UNVR)

3.5.1 Sejarah Perusahaan PT Unilever Indonesia,Tbk

Perseroan pada awalnya didirikan dengan nama PT Bimantara Eka Santosa berdasarkan Akta No. 40 tanggal 5 November 1963 dibuat di hadapan Winanto Wiryomartani, S.H., Notaris di Jakarta, oleh para pendirinya yaitu PT Bimantara Siti Wisesa, Eka Tjipta Widjaja dan Ferry Teguh Santosa. PT Bimantara Eka Santosa kemudian berubah nama menjadi **PT Unilever Indonesia** berdasarkan Akta No. 129 tanggal 20 Desember 1979, dibuat di hadapan Winanto Wiryomartani, S.H., Notaris di Jakarta.

Pada 2 Mei 1969, Perseroan memperoleh Pernyataan Pendaftaran Efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK d/h Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK), yang selanjutnya secara resmi

dicatat di Bursa Efek Indonesia melalui kode saham PLIN pada 15 Juni 1992. Saham perdana yang ditawarkan sebanyak 35.000.000 lembar saham dengan nilai nominal Rp 1.000 per saham dan harga penawaran Rp 4.950 per saham. Pada RUPS tanggal 14 November 2006, Perseroan meningkatkan modal dasar menjadi Rp 1 triliun dan modal disetor Rp 710 miliar dengan nilai nominal saham menjadi Rp 200 per saham dan jumlah saham beredar sebanyak 3.550.000.000 lembar saham.

Sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan, ruang lingkup kegiatan Perseroan adalah menjalankan usaha dalam bidang kosmetik dan keperluan rumah tangga.

3.5.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Unilever Indonesia

Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan yang ingin dicapai oleh Perusahaan pada masa yang akan datang. Pernyataan Visi Perusahaan harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga mempunyai sifat yang fleksibel. Visi perusahaan ini adalah menjadi salah satu perusahaan terbaik di Indonesia yang memberikan keuntungan maksimum kepada para pemegang saham dan stakeholders, yaitu para penyewa, para pengunjung, para karyawan, para rekanan serta pemerintah dan masyarakat.

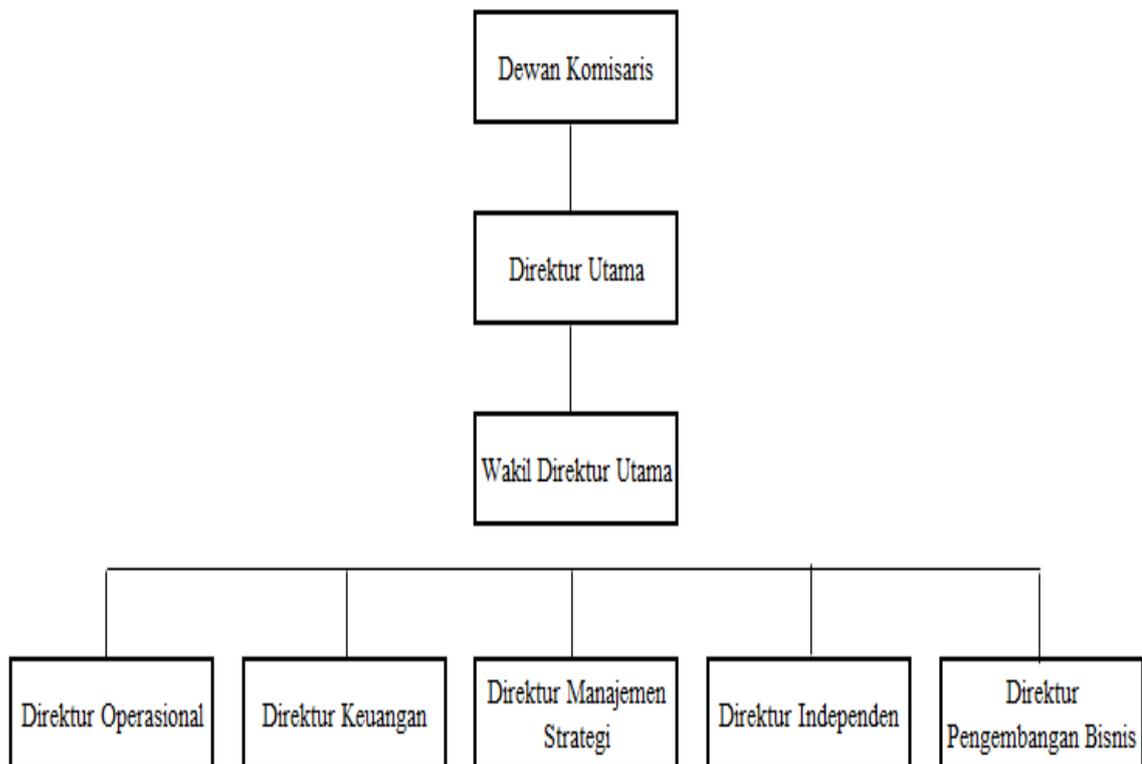
Untuk mencapai visi tersebut, perusahaan memiliki misi antara lain sebagai berikut :

- a. Menjadi unggulan di bidang kosmetik dan keperluan rumah tangga. dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik

- b. Menciptakan sinergi yang maksimum di antara sektor bisnis Perusahaan, membantu peningkatan kualitas hidup masyarakat dan kemajuan sosial ekonomi negara

3.5.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan elemen penting untuk menjalankan aktivitas perusahaan yang menggambarkan hubungan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka seluruh aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik dan mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berikut struktur organisasi adalah :



Gambar 3.6

Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia,Tbk

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

- Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dalam menjalankan tugasnya.
- Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan.
- Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan perusahaan.

b. Direktur

- Menentukan arah dan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan cara kerja sesuai dengan pedoman yang dilimpahkan oleh komisaris.
- Melakukan kerjasama dengan pihak luar atau perusahaan untuk kepentingan perusahaan.
- Merencanakan, menyusun dan melaksanakan strategi operasional untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dalam rapat umum pemegang saham.

c. Wakil direktur

- Membantu direktur dalam menyusun rencana kerja serta anggaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

- Membantu direktur dalam memimpin dan menkoordinir seluruh aktivitas perusahaan.
- Membantu direktur dalam mengambil keputusan dan kebijakan-kebijakan yang dianggap perlu untuk kemajuan perusahaan.

d. Direktur Operasional

- Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
- Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan.
- Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.

e. Direktur Keuangan

- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
- Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.
- Merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengontrol arus kas perusahaan, penyusunan anggaran perusahaan.
- Mengkoordinasikan dan melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan.

f. Direktur Manajemen Strategi

- Membantu direktur dalam menyusun rencana kerja serta anggaran untuk mencapai tujuan perusahaan.
- Membantu direktur dalam memimpin dan menkoordinir seluruh aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan keuangan.

g. Direktur Pengembangan Bisnis

- Membuat, merumuskan, menyusun, dan menetapkan konsep dan rencana umum perusahaan, mengarahkan dan memberikan kebijakan atas segala rancang bangun dan implementasi manajemen pemasaran dan promosi ke arah pertumbuhan dan perkembangan bisnis perusahaan.
- Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja manajemen pemasaran, penjualan, promosi bagi kepentingan perusahaan.
- Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan.
- Menganalisis peluang usaha.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian merupakan kumulatif dari data-data yang ada pada penelitian yang dijadikan suatu informasi untuk dianalisis menjadi keluaran pada penelitian. Agar hasil penelitian dapat dijadikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya, maka data-data pada penelitian ini diuji terlebih dahulu. Pengujian data atau uji kualitas data pada penelitian ini memakai uji asumsi klasik. Dimana syarat dari pengujian asumsi klasik yakni jenis data adalah data sekunder dan variabel independennya lebih dari satu.

4.1.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian pada uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kualitas data dari variabel independen maupun variabel dependen, sehingga data dapat diketahui keabsahannya. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan empat uji, yaitu : uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi (Ghozali,2011:42).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik. Dimana uji ini mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) keduanya berdistribusi normal atau tidak. Pada suatu model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki data distribusi normal atau

mendekati normal. Metode yang diuji adalah dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Metode uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji apakah distribusi sampel yang diamati sesuai dengan distribusi tertentu atau tidak. Uji Kolmogorov-Smirnov untuk menguji apakah data-data residual itu berdistribusi normal atau tidak, uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan tingkat signifikan 0,05. Untuk lebih sederhana, pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat profitabilitas dari Kolmogorov-Smirnov Z statistik. Jika profitabilitas Z statistik lebih kecil dari 0,05 atau ($Z < 0,05$) maka nilai residual dalam suatu regresi tidak terdistribusi secara normal (Ghozali, 2011:100).

Tabel 4.1
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.52769942
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.139
	Negative	-.147
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175 ^c

Hasil uji nilai asymp.sig (2-tailed) adalah sebesar 0,175, ini lebih besar dari 0,05 ($0,175 > 0,05$). Maknanya data-data residual pada penelitian ini dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel independen (bebas) dalam model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) dan nilai toleransinya di atas 0,1 atau 10% ($tolerance > 0,1$), maka dapat disimpulkan bahwa data-data residual pada model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas (Sunyoto,2013:65). Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Tolerance dan VIF

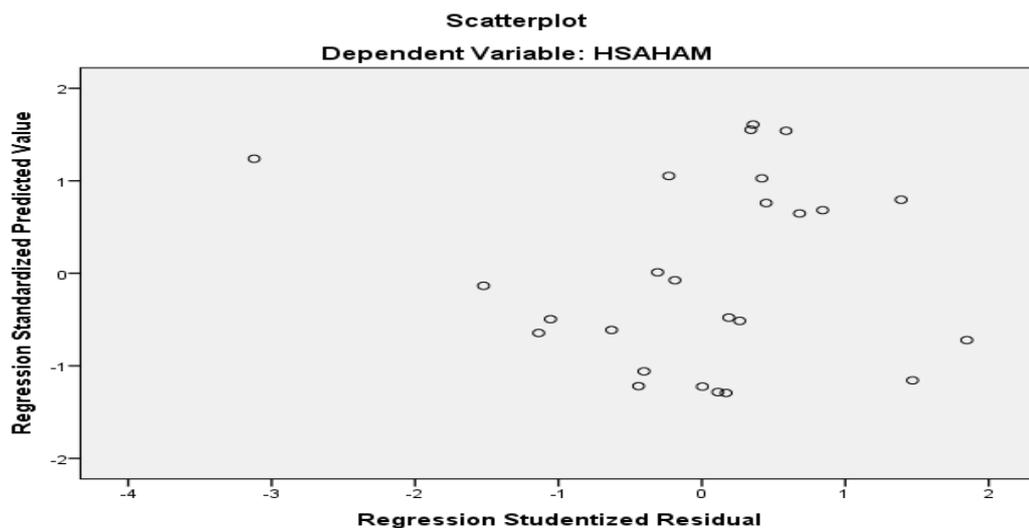
Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.317	.752		
VPSAHAM	.258	.153	.744	1.343
EPS	.791	.197	.811	1.233
PER	.039	.359	.885	1.130

Dari tabel 4.2 tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel independen (bebas) yakni : volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$) sedangkan nilai toleransi semua variabel independen (bebas) yakni volume perdagangan, *earning pershare*, *price earning ratio* lebih besar dari 10 % yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel independen (bebas) yang nilainya lebih dari 10%. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat

gejala multikolinieritas antar variabel independent (bebas) dalam model regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari data-data residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat digunakan metode grafik *Scatterplot* yang dihasilkan. Apabila pada gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi adanya heterokedastisitas pada model regresi (Sunyoto,2013:69). Berikut terlihat pada gambar *scatterplot* di bawah ini sebagai berikut :



Gambar 4.1

Grafik *Scatterplot*

Dari gambar 4.2 yakni grafik *scatterplot* tersebut terlihat titik-titik data residual yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan dari uji asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain tidak terjadi heterokedastisitas pada data-data residual tersebut.

d. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai runs test.

Tabel 4.3
Hasil Uji Autokorelasi (*Runs Test*)

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.10741
Cases < Test Value	12
Cases >= Test Value	13
Total Cases	25
Number of Runs	11
Z	.810
Asymp. Sig. (2-tailed)	.818

a. Median

Tidak terjadi Autokorelasi jika nilai runs test lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian nilainya adalah $0,818 > 0,05$. Sehubungan dengan data-data residual lolos dari uji asumsi klasik, maka data-data residual tersebut dapat dimasukkan kedalam suatu model persamaan regresi linear berganda.

4.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yakni : Volume Perdagangan, *Earning Per Share*, *Price Earning Ratio* terhadap variabel dependen yakni Harga Saham pada Industri Kosmetik & Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016–2020. Dilakukan dengan metode analisis regresi linier berganda, dimana pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien masing-masing variabel yang menggambarkan bentuk pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software SPSS 22.0* dapat dilihat hasil hitungannya pada tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 4.4
Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.317	.752		.421	.678
	VPSAHAM	.258	.153	.271	1.685	.107
	EPS	.791	.197	.620	4.022	.001
	PER	.039	.359	.016	.110	.914

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,317 + 0,258 X_1 + 0,791 X_2 + 0,039 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dimaknakan bahwa:

1. Nilai koefisien regresi atau a yang positif = 0,317. Maknanya apabila semua variabel independen (volume perdagangan, *earning per share*,

price earning ratio) dianggap konstan (0), maka nilai harga saham akan sebesar 0,317

2. Nilai koefisien regresi volume perdagangan (b_1) yang positif = 0,258. Maknanya, apabila *current ratio* meningkat sebesar 1 (satuan) atau 1%, maka akan mengakibatkan peningkatan harga saham sebesar 0,258.
3. Nilai koefisien regresi *earning per share* (b_2) yang positif = 0,791. Maknanya, apabila *earning per share* meningkat sebesar 1 (satuan) atau 1%, maka akan mengakibatkan penurunan harga saham sebesar 0,791.
4. Koefisien regresi *price earning ratio* (b_3) yang positif = 0,039. Maknanya, apabila *price earning ratio* meningkat sebesar 1 (satuan) atau 1%, maka akan mengakibatkan peningkatan harga saham sebesar 2,915.

4.1.3 Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji simultan (uji-F) ini digunakan untuk melihat apakah variabel independent yaitu volume perdagangan (X_1), *earning per share* (X_2), *price earning ratio* (X_3) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu harga saham (Y). Ini untuk menjawab hipotesis pertama (1) yang tertuang pada bab dua (2) terdahulu. Berdasarkan hasil olahan data pada penelitian menggunakan *software* SPSS 22.0 maka dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	F	Sig.
1	Regression	14.257	3	10.278	.000 ^b
	Residual	9.709	21		
	Total	23.966	24		

Tabel 4.5 ditunjukkan nilai dari F_{hitung} sebesar 10,278 dan nilai sig yang diperoleh sebesar 0,000. apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan maka H_a diterima atau signifikan. Dengan membandingkan hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} maka didapat F_{hitung} sebesar 10,278. Sedangkan F_{tabel} didapat dari derajat kesalahan atau $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan, df penyebut adalah $(n - k)$ dari tabel akan didapat $F_{tabel} (\alpha = 5\%), df = 21 (25-3-1)$. Maka nilai F_{tabel} sebesar 3,07. Kemudian dibandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} maka didapat $F_{hitung} > F_{tabel} (10,278 > 3,07$ dan $pro\ sig > \alpha (0,000 < 0,05)$. Ini berarti bahwa terjadi pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Atau ada pengaruh signifikan volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* secara simultan terhadap harga saham.

2. Uji t

Uji parsial (uji-t) ini digunakan untuk melihat apakah volume perdagangan (X_1), *earning per share* (X_2), *price earning ratio* (X_3) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham (Y). Ini untuk menjawab hipotesis kedua (2) yang tertuang pada bab dua (2) terdahulu

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) maka dinyatakan terdapat pengaruh antar variabel independen (X) yakni volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* terhadap variabel dependen (Y) yakni harga saham . Atau Jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$ (nilai signifikansi kecil dari 0,05) maka terdapat pengaruh signifikan antar variabel independen yakni volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* terhadap variabel dependen yakni harga saham. Berdasarkan hasil olahan data pada penelitian menggunakan *software* SPSS 22.0 maka dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.317	.752		.421	.678
VPSAHAM	.258	.153	.271	1.685	.107
EPS	.791	.197	.620	4.022	.001
PER	.039	.359	.016	.110	.914

Dengan nilai t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan $df (N-K-1) = 21$ maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,721. Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Penjelasan Volume Perdagangan (X_1)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang menunjukkan t_{hitung} sebesar 1,685 dan $pro.sig$ sebesar 0,107. Kemudian bandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} ($1,685 < 1,721$) dan $prop.sig (0,107) > \alpha (0,05)$. Maka dimaknakan bahwa

secara parsial variabel volume perdagangan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b. Penjelasan *Earning Per Share* (X_2)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang menunjukkan t_{hitung} sebesar 4,022 dan $prop.sig$ sebesar 0,001. Kemudian bandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} (4,022 > 1,721) dan $prop.sig$ (0,001) < α (0,05). Maka dimaknakan bahwa secara parsial variabel *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima.

c. Penjelasan *Price Earning Ratio* (X_3)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang menunjukkan t_{hitung} sebesar 0,110 dan $prop.sig$ sebesar 0,914. Kemudian bandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} (0,110 < 1,721) dan $prop.sig$ (0,914) > α (0,05). Maka dimaknakan bahwa secara parsial variabel *price earning ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Artinya H_0 diterima dan H_3 ditolak.

4.1.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Selanjutnya karena persamaan regresi linier berganda dari Y atas X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 telah ditentukan, maka untuk mencari besarnya pengaruh variabel independen yakni volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* terhadap variabel dependen (Y) yakni harga saham. Akan dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.7
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.595	.537	.67996

a. Predictors: (Constant), PER, EPS, VPSAHAM

b. Dependent Variable: HSAHAM

Dari tabel di atas dapat dilihat Nilai R yaitu sebesar 0,771 atau 77,1% yang berarti menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat diantara variabel dependen dengan independen sebesar 77,1%. Dari tabel di atas juga dapat dilihat nilai koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 0,595 atau 59,5%. Ini bermakna variasi variabel dependen yakni harga saham yang bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga (3) variabel independen yaitu volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* sebesar 59,5%. Sedangkan sisanya 40,5% (100% - 59,5%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian.

4.2 Pembahasan

Untuk mengimplementasikan rumusan masalah terdahulu yakni bagaimana pengaruh variabel volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* secara simultan maupun secara parsial terhadap harga saham pada industri kosmetik & keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Maka dapat dipaparkan sebagai berikut:

4.2.1 Pengaruh Volume Perdagangan, *Earning Per Share* Dan *Price Earning Ratio* Secara Simultan Terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yakni uji F (tabel 4.5) dari model persamaan regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel independen (volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio*.) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (harga saham). Hal ini terbukti dengan nilai F_{hitung} sebesar 10,278 yang lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu sebesar 3,07 serta nilai signya sebesar 0,000 atau lebih kecil dari α (0,05). Maknanya bahwa variabel independen yakni volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada industri kosmetik & keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Awika dkk (2019) yang mana penelitian tersebut berpendapat bahwa volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio*, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Dengan demikian, maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel volume perdagangan *earning per share*, *price earning ratio* secara simultan mempunyai pengaruh terhadap harga saham pada industri kosmetik & keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020. Hal ini terbukti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini juga didukung oleh hasil hitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,595 bahwa besaran variabel independen dapat menjelaskan keterpengaruhannya

terhadap variabel dependen sebesar 59,5%. Hasil Penelitian ini sejalan dengan pendapat Rachman (2020) bahwa secara simultan *earning per share*, *price earning ratio* signifikan mempunyai pengaruh terhadap harga saham.

4.2.2 Pengaruh Volume Perdagangan, *Earning Per Share* Dan *Price Earning Ratio* Secara Parsial Terhadap Harga Saham

Pada sub bab pembahasan ini untuk menjawab rumusan masalah kedua (2) dan hipotesis kedua (2), yang mana dilakukan pengujian statistik atau uji parsial dengan uji-t. Adapun untuk membahas rumusan masalah tersebut dapat terjabarkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Volume Perdagangan Terhadap Harga Saham.

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh nilai t_{hitung} dari volume perdagangan sebesar 1,685 dan nilai sig 0,107. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,721. Kemudian dibandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} , maka dapat dimaknakan volume perdagangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $0,107 > \alpha(0,05)$. Implementasi hipotesis ; H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil penelitian ini sependapat dengan Andansari dkk (2019) bahwa volume perdagangan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

2. Pengaruh *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham.

Dari hasil perhitungan uji t pada tabel 4.6 diperoleh nilai t_{hitung} dari *earning per share* sebesar 4,022 dan nilai sig 0,001. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,721. Kemudian dibandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel}

maka dapat dimaknakan *earning per share* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< \alpha(0,05)$. Implementasi hipotesis : H_0 diterima dan H_2 ditolak. Hasil penelitian ini sependapat dengan yang dilakukan oleh Rachman (2020) bahwa *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. *Earning Per Share* merupakan pengukuran yang paling lengkap mengenai prestasi perusahaan dan berkaitan langsung dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan dan kekayaan para pemegang saham (Ang,2017:132). *Earning per share* merupakan salah satu hal utama yang diperhatikan oleh investor sebelum memutuskan untuk melakukan investasi, karena para investor pastinya akan mengharapkan pengembalian yang tinggi dari perusahaan atas investasinya kepada perusahaan. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki *earning per share* yang tinggi, dan apabila *earning per share* suatu perusahaan dinilai tinggi oleh para investor maka harga sahamnya akan bergerak naik. Ini menggambarkan bahwa tinggi rendahnya *earning per share* suatu perusahaan akan berakibat pada harga pasar sahamnya di pasar modal.

3. Pengaruh *Price Earning Ratio* Terhadap Harga Saham.

Dari hasil perhitungan uji t pada tabel 4.5 diperoleh nilai t_{hitung} *price earning ratio* sebesar 0,110 dan nilai sig 0,914. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,721. Kemudian dibandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} maka dapat dimaknakan *price earning ratio* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan

nilai signifikansi $> \alpha(0,05)$. Implementasi hipotesis : H_0 diterima dan H_3 ditolak. Apabila *price earning ratio* tinggi maka akan mengakibatkan perusahaan mengalami penurunan dalam memperoleh laba. Sehingga *value* perusahaan akan menurun, dan ini akan mengakibatkan harga saham yang didapat akan menurun. Hasil penelitian ini sependapat dengan yang dilakukan oleh Febrioni (2019) bahwa *price earning ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa bahwa variabel independen yakni volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} dan nilai $pro.sig$ lebih kecil dari α (0,05). Nilai koefisien determinasi (R^2) artinya keterpengaruhan variabel dependen yakni harga saham hanya mampu dijelaskan oleh variabel independen yakni volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio*, sebesar 59,5%. sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya.
2. Bahwa secara parsial ketiga (3) variabel independen yakni volume perdagangan, *earning per share*, *price earning ratio* hanya variabel *earning per share* yang berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Dimana nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai sig lebih kecil dari α (0,05).

5.2. Saran

Bertolak dari hasil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, maka dapat memberikan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini variabel independen yakni volume perdagangan, *earning per share* dan *price earning ratio* harus ditambah variabel lainnya atau faktor eksternal. Untuk lebih terlihat tajam pengaruhnya terhadap harga saham, maka waktu pengamatan sebaiknya harus ditambah agar terlihat kecenderungan tren dari masing-masing variabel independen.
2. Sebaiknya bagi pihak manajemen perusahaan untuk lebih menambah aset lancar, sebab permintaan atas produk setiap tahunnya terus meningkat. Apabila industri ini dapat merealisasikannya, maka ini berdampak pada peningkatan perolehan laba sehingga dapat menaikkan harga saham perusahaan tersebut dan menaikkan minat investor untuk menanamkan investasinya sebab investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki harga saham yang terus meningkat.
3. Untuk menguji kesalahan dari penelitian dalam rangka pengembangan ilmu manajemen khususnya rasio keuangan, maka disarankan kepada peneliti berikutnya untuk meneliti hubungan rasio keuangan lainya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Houston, 2011, *Manajemen Keuangan*, edisi kedelapan, PT Gelora Aksara Pratma , Jakarta
- Hartono, Jogiyanto, 2016, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta.
- Darmadji, Fakhuruddin, 2011, *Manajemen Keuangan dan Implementasi*, Edisi kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Darsono, 2015, *Manajemen Keuangan Suatu Konsep*, Edisi Kedelapan, Ganesha, Bandung
- Fahmi, Irham 2012, *Pengantar Manajemen Keuangan* , Alfabet, Bandung.
- Ghozali 2012, *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS*, Semarang , Badan Penerbit UNDIP
- Gujarati, D, 2010, *Basic Econometrics*, Mc Graw Hill Inc: New York
- Gumanti, Tatang Arya 2011, *Manajemen Investasi Konsep, Teori dan Aplikasi*, Edisi Pertama , Mitra Wacana Medika, Jakarta.
- Hanafi, Mamduh, M., dan Abdul, H, 2010. *Analisis Laporan Keuangan*, UPP AMP YKPN.
- Harmono, Ilham, 2009, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Edisi Kelima, Ganesha, Bandung.
- Horne, James, dan John Warchowicz 2009, *Financial Management , Prinsip-Prinsip manajemen Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Harahap, J, 2007, *Manajemen Keuangan*, Edisi Kelima, Liberty, Bandung.
- Hasibuan, Malayu, 2009, *Pengantar Manajemen* , Edisi kelima, Tiga Raksa, Jakarta
- Halim, Agus, 2013, *Teori Portofolio dan Aplikasinya*, Ganesa Indonesia, Bandung
- Husnan, S., dan Enny, P. 2014, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, UPP. AMP. YKPN.
- Kasmir, 2013, *Manajemen Keuangan* , Edisi Kelima, Gelora Nusantara, Jakarta.

- Kamaludin, Indriani, 2012, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Seri Ilmu, Surabaya
- Martono, Harjito, 2014, *Manajemen Keuangan*, Liberty, Bandung, 2012, *Perhitungan Laporan Keuangan*, PT Grapindo, Jakarta
- Manulang, J.E, 2008, *Pengantar Manajemen*, Edisi Kelima, Jembatan Ilmu, Surabaya.
- Munawir, Sawir, 2012, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta
- Nachrowi, 2016, *Manajemen Keuangan dan Aplikasinya* , Tiga Serangkai, Jakarta.
- Riyanto, Bambang 2016, *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan* , Edisi Keempat, cetakan ketujuh, BPFE, Yogyakarta.
- Sartono, Agus, 2011, *Manajemen Keuangan*, Edisi Ketiga, BPFE – Yogyakarta.
- Siagian, 2013, *Pengantar Manajemen*, Edisi kelima, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono 2010, *Metodelogi Penelitian Kuantatif, Kuantatif dan R & D*, Liberty, Bandung.
- Suliyanto, 2015, *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen*, Edisi Keempat, Salemba Empat, Jakarta.
- Sutrisno, 2011, *Manajemen Keuangan, Teori Konsep & Aplikasi*, Edisi ralat, Belbuk, Jakarta
- Sunyoto, Danang, 2013, *Metodelogi Penelitian* , Refika Aditama , Bandung.
- Pramono, Dwi Tanti, 2015, *Jurnal Akutansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol 11 Edisi Khusus Desember 2015*.
- Tandelilin, F, 2011, *Teori Portofolio*, cetakan kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Viby, Awi, 2014, *Cara Mudah dalam Transaksi Pasar Modal*, Edisi Kelima, PT Grafiti Jakarta.

LAMPIRAN

Output SPSS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.52769942
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.139
	Negative	-.147
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175 ^c

a. Test distribution is Normal.

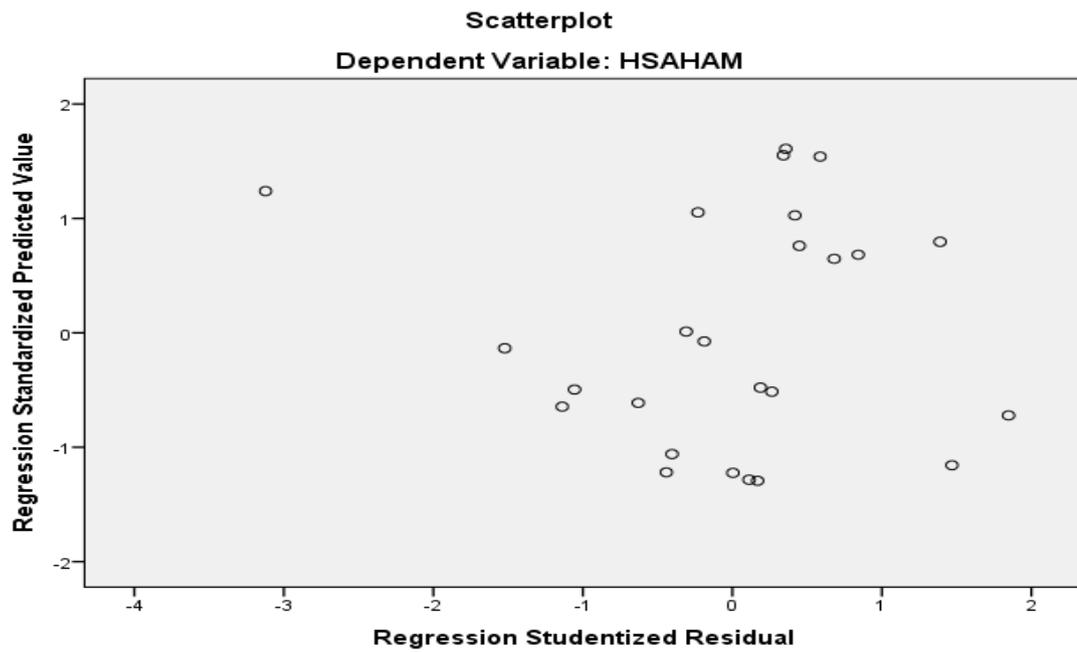
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.317	.752	.421	.678		
	VPSAHAM	.258	.153	1.685	.107	.744	1.343
	EPS	.791	.197	4.022	.001	.811	1.233
	PER	.039	.359	.110	.914	.885	1.130

a. Dependent Variable: HSAHAM



Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.10741
Cases < Test Value	12
Cases >= Test Value	13
Total Cases	25
Number of Runs	11
Z	.810
Asymp. Sig. (2-tailed)	.818

a. Median

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.317	.752		.421	.678
	VPSAHAM	.258	.153	.271	1.685	.107
	EPS	.791	.197	.620	4.022	.001
	PER	.039	.359	.016	.110	.914

a. Dependent Variable: HSAHAM

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.257	3	4.752	10.278	.000 ^b
	Residual	9.709	21	.462		
	Total	23.966	24			

a. Dependent Variable: HSAHAM

b. Predictors: (Constant), PER, EPS, VPSAHAM

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.595	.537	.67996

a. Predictors: (Constant), PER, EPS, VPSAHAM

b. Dependent Variable: HSAHAM

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi t (df=1-40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688