



**PENGARUH HARGA SAHAM TERHADAP PENJUALAN SAHAM  
PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG  
KEPERLUAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR  
DIBURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar*

Oleh

**WAHYUNI NASUTION**  
**NIM. 1730402084**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
BATUSANGKAR  
2021 M/1442 H**

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyuni Nasution

NIM : 1730402084

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"PENGARUH HARGA SAHAM TERHADAP PENJUALAN SAHAM PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG KEPERLUAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDPNESIA"** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 04 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Wahyuni Nasution

1730402084

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas Nama Wahyuni Nasution NIM: 1730402084, dengan judul "Pengaruh Harga Saham Terhadap Penjualan Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan kesidang *Munqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Batusangkar, 5 Agustus 2021

Pembimbing



Gampito, SE., M.Si  
NIP. 19670219 200501 1 005



Gampito, SE., M.Si  
NIP. 19670219 200501 1 005

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP  
NIP. 19731007 200212 1 001

## **Biodata**

**Nama** : **Wahyuni Nasution**  
**Panggilan** : **Yuni**  
**NIM** : **1730402084**  
**TTL** : **Padang Alai, 20 Desember 1997**  
**Jenis Kelamin** : **Perempuan**  
**Gol. Darah** : **B**  
**Alamat** : **Padang Alai, Jorong Petok, Nagari Panti Selatan,  
Kecamatan Panti, kabupaten Pasaman, Provinsi  
Sumatra Barat**  
**No. HP** : **081378101401**  
**Email** : **wahyuninasution4@gmail.com**  
**Nama Orang Tua**  
**Ayah** : **Asriondo**  
**Ibu** : **Yenti Erawati**  
**Anak ke-** : **1 (3 Bersaudara)**  
**Pendidikan Formal**  
**SD** : **SD N 11 Peto**  
**SMP** : **SMP N 1 Panti**  
**SMK** : **SMK N 1 Lubuk Sikaping**

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu yang menciptakan. Dialah telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah yang maha pemurah yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam dan mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya  
(Qs: Al-baqarah 1-5)*

*Yang utama dari segalanya .....  
Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT  
Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, memberikanku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. atas karunia serta kemudian yang engkau berikan akhirnya Skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.*

*Ya Allah terima kasih atas nikmat dan rahmat-Mu yang agung ini, tepat pada hari Kamis tanggal 13 Agustus 2021 akhirnya aku berhak menyandang gelar Sarjan Ekonomi (SE)*

*Alhamdulillah.. Alhamdulillah.. Alhamdulillahirrobbil alamin..  
Sujud sembah syukur ku sembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung dan Maha Tingginya Maha Adil dan Maha Penyayang.  
Atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalankan kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-citaku.*

*Lantunan al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan do'a dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untuk mu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk Ayahanda dan ibunda ku tercinta, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, do'a, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku.*

### **Ibunda dan ayahanda tercinta**

*Ayah tercinta Asriondo dan Ibunda tercinta Yenti Erawati dua orang yang paling aku sayangi dan kucintai. Terima kasih telah menjadi laki-laki hebatku dan kebanggaanku dan buat ibuku, terima kasih telah menjadi malaiikat tanpa sayapku bu. Lautan kasihmu hantarkan aku ke gerbang kesuksesan. Dalam derap langkahku ada tetesan keringanmu. Dalam cintaku ada do'a tulusmu. Hanya karya kecilku ini yang dapat ku persembahkan untukmu.*

*Hanya karya kecilku ini yang dapat ku persembahkan untukmu sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlaskan mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah*

*Maafkan anakmu ayah,, Ibu,, masih saja anakmu menyusahkanmu..  
Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam.. seraya langkahh menadah,, ya  
Allah ya Rahman ya Rahim... Terimakasih telah kau tempatkan aku diantara kedua  
malaihatmu yang setiap waktu ikhlas menjagaku, mendidikkku, membimbingku dengan baik,  
Semga setiap air mata yang jatuh dari matamu atas segala kepentingankku menjadi sungai  
untukmu di surga nanti  
Amin...*

*Untukmu Ayahanda,, Ibunda... Terimakasih...  
We always loving you... (ttd. Anakmu)*

### ***Untuk saudaraku tersayang***

*Kepada kedua adikku si Kentung (Zul Itri Yanto) dan Sinuar (Nur Hazizah) yang selama ini  
menjadi penyemangatku untuk menyelesaikan kuliah sampai akhir  
Permintaan yang besar bagi kalian ini sudah terwujud olehku, ini semua berkat doa dan  
support kalian  
Alhamdulillah ntung, nur inin lah manjadi Sarjana Ekonomi (SE)*

*Dan buat saudariku Abet (Dela Fitriyani), terima kasih telah memberikan semangat kepada  
penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.*

*Bet aku jadi nomor duo yang manjadi sarja setelah diang dalam keluarga Nenek Gotoh.  
Hahahaha....*

*Buat Nenek (Nisa Alfio Lita) penulis ucapkan atas kado dan perjuangannya untuk datang  
waktu sidang munaqasyah, Semoga cepat nyusul ya nenek parbuncut  
Hahaaaa...*

*Dan untuk nyauh (Siti Aisyah) semangat kuliah na teh uh, ulang pabahat galau, move on do iba  
dabo, bahat pe alak lahi di ginjang duniaon. hahaaa... acak ku de uh*

*Terimakasih juga penulis ucapkan kepada seluh keluarga besar khususnya keluarga Nenek  
Gotoh dan keluarga besar Siregar yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu. Dengan do" a  
dan motivasinya, akhirnya penulis juga dapat menyelesaikan skripsi ini.*

*Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Gampito, SE., M.Si selaku pembimbing  
Akademik (PA), Kajur dan juga pembimbing Skripsi ini terima kasih atas semuanya  
dukungannya dan bimbingan selama kuliah dan sampai akhir Skripsi ini.*

*Dan penulis juga berterimakasih kepada Bapak Elfadhli, SE., M.Si dan ibu Febria Rahim,  
M.E selaku penguji Skripsi ini, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan  
bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, semoga menjadi amal ibadah di sisi Allah  
SWT, Amin...*

*Untuk Sahabat- Sahabat Tercinta (Kawan Karib) Yolla Kornella dan Papuan Sari.  
Kepada Yolla Kornell terima kasih telah menjadi teman yang baik yang selalu mensupport  
penulis dalam pembuatan skripsi ini.  
yola jangan setek-setek sadonyo dipian, jalaninyo buk jangan lupu di irinfi do”a jo usaho.  
Insyallah awak lai ka wisuda juo nyo buk, hahaa...*

*Dan Kepada Papuan Sari terimakasih telah menjadi teman yang selalu tko koh dalam  
menasehati menyemangati spenulis dalam pengerjaan skripsi ini.  
Semoga kamu capek lo nyusul kami samo yola buk, Kurang-kurangi manggunjiang dihi buk,  
ciek lai jangan terlalu banyak galak, sisoan gai lah untuak bisuak, hahaaaa....*

*“Tak ada tempat untuk berkeluh kesah selain bersama sahabat-sahabat terbaik”..  
Yang iko insyaallah ndak ka lupu sampai bilo-bilo do. Saham dan teman-seperjuangan, tapi  
tidak se penderitaan (Ekonomi Syariah B)  
Untuk sahabat dan teman-temanku, semoga kita sama-sama wisuda tahun ini  
Aamiinn.....*

*Kepada untuk orang yang terkhusus yang jauh dimato dakek dihati, yang selalu memberikan  
semangat untuk kmenyelesaikan skripsi ini, yang selalu mengingatkan untuk rajin bimbingan  
dan revisi skripsi ini. Terima kasih semuanya untuk mu (Mhd. Zakaria)*

*Tak ada tempat untuk berkeluh kesah selain bersama teman-teman terbaik”..  
Yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, Yang iko insyaallah ndak ka lupu sampai  
bilo-bilo do, teman-teman seperjuangan, tapi tidak se penderitaan (Ekonomi Syariah B)*

*Kepada dongan marbadai Sitaing (Winda Lestari), akhirnya salose juo do ita taing. Tarkojar  
do di hita wisuda tahunon, siap wisuda marbagas ma ho da, hahaa....  
Dan kawan kos Nurul Ain dan Aisyah Rodiyallahu” anhu. Terimakasih atas kebersamaan  
yang selama terjalin mulai dari awal tes sampai satu kos dan tidak disangka masih bisa  
sama-sama sampai sekarang.*

*By “Wahyuni Nasution”*

*Batusangkar, 19 Agustus 202*

## ABSTRAK

**Wahyuni Nasution. Nim 1730402084.** Judul skripsi **“Pengaruh Harga Saham Terhadap Penjualan Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia (BEI).** Jurusan Ekonomi Syariah Insititut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah tingkat persaingan yang meningkat secara terus-menerus maka pihak perusahaan harus lebih meningkatkan manajemen kinerja perusahaan supaya tujuan perusahaan bisa tercapai. Harga saham merupakan salah satu faktor penting dalam penentuan penjualan saham untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan. Disamping untuk meningkatkan penjualan saham dan keuntungan perusahaan, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi investor.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga Saham terhadap Penjualan Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan Uji Analisis Regresi Linear Sederhana dengan bantuan SPSS 28.

Berdasarkan hasil penelitian (uji t) harga saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $1,030 > 0,71756$ ) dengan nilai signifikan 0,319 lebih besar dari 0,05 ( $0,319 > 0,05$ ).

Harga saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan saham karena harga saham dapat menurunkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka akan memerlukan modal untuk investasi, sehingga penjualan saham akan menurun, dan semakin rendah harga saham maka penjualan saham akan meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji koefesien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,069. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen penjualan saham sebesar 6,2% dipengaruhi variabel indenpenden harga saham sedangkan 93,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci: Harga Saham dan Penjualan Saham**



## KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah* penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu WaTa'ala yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Kemudian Shalawat beserta salam untuk arwah junjungan alam, yaitu Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasalam, selaku pembawa risalah kebenaran, yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan kealam terang benderang sebagai yang kita rasakan saat sekarang ini. Penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. Skripsi ini berjudul "Pengaruh Harga Saham Terhadap Penjualan Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia (BEI)". Permasalahan dalam skripsi ini tentang Penjualan Saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) dipengaruhi oleh Harga Saham.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan, dorongan, motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkan penulis mengaturkan rasa hormat dan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, Ayah (Asriondo) dan Umak/Ibu (Yenti Erawati) yang telah mencurahkan rasa kasih sayang terhadap penulis baik berupa moril, maupun materil, serta adik-adik ku tersayang Zul Itri Yanto, dan Nur Hazizah sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak **Dr. Marjoni Imamora, M.Sc** selaku Rektor IAIN Batusangkar.
2. Bapak **Dr. H. Rizal M.Ag., CRP** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bapak **Gamapito, SE.,M.Si** selaku ketua Jurusan Ekonom Syariah, selaku Pembimbing Akademik yang telah bersedia meluangkan waktunya memberikan arahan-arahan akademik dan selaku Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi, memberi saran dan meluangkan waktunya mencurahkan pikiran dan tenaga dalam mengarahkan penulis demi sempurnanya skripsi ini, beserta staf yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan surat menyurat dan memberikan fasilitas selama perkuliahan.
4. Bapak **Elfadhli, SE. I., M.Si** selaku dosen penguji skripsi.
5. Ibuk **Febria Rahim, M.E** selaku dosen penguji skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen, Karyawan dan Karyawati Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan.
7. Kepala Bursa Efek Indonesia Cabang Padang yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian dan juga Galeri Investasi Syariah IAIN Batusangkar yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
8. Sahabat-sahabat tersayang Papuan Sari dan Yolla Kornella yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis semoga kita sama-sama wisuda tahun ini.
9. Teman dan sahabat yang dari awal kuliah sampai sampai akhir kuliah tetap bersama dan selalu se kos walaupun sering bertengkar Winda Lestari, terimakasih untuk selalu mendukung dan selalu memotivasi agar penulis tetap rajin dan semangat dalam menyusun skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2017 yang sudah memberikan dukungan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Akhirnya, kepada Allah SWT penulis berserah diri, semoga bantuan dan bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak menjadi amal ibadah yang ikhlas dan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang berlipat ganda.

Penulis mohon maaf jika isi dan penyajian dalam skripsi ini terdapat kekhilafan, kekeliruan, dan perbedaan pendapat. Oleh sebab itu, kritik yang konstruktif dan nasehat sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua, Aamiin.

Batusangkar, 26 Juli 2021

Penulis



**WAHYUNI NASUTION**  
**1730402084**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

BIODATA

PERSEMBAHAN

ABSTRAK ..... i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI ..... v

DAFTAR TABEL .....vi

DAFTAR GAMBAR .....vii

DAFTAR LAMPIRAN .....viii

### BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang ..... 1
- B. Identifikasi Masalah ..... 10
- C. Rumusan Masalah ..... 11
- D. Tujuan Penelitian ..... 11
- E. Manfaat dan Luaran Penelitian ..... 11
- F. Definisi Operasional ..... 12

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

- A. Landasan Teori.....13
  - 1. Pengertian Saham .....13
  - 2. Jenis-Jenis Saham .....13
  - 3. Harga Saham .....15
    - a. Harga nominal .....17
    - b. Harga perdana .....17
    - c. Harga pasar .....17
  - 4. Penilaian Harga Saham .....20
  - 5. faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Saham .....22
    - a. Jumlah deviden kas yang diberikan .....22

b. Jumlah laba yang didapat oleh perusahaan .....	23
c. Laba per lembar ( <i>earning per share</i> ) .....	23
d. Tingkat suku bunga .....	23
e. Tingkat resiko dan tingkat pengembalian .....	23
6. Strategi Pembelian Saham .....	24
7. Metode Pembelian Saham .....	24
8. Volume Penjualan Saham .....	25
B. Kajian Penelitian yang Relevan .....	26
C. Kerangka Berfikir .....	27
D. Hipotesis .....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	30
C. Populasi dan Sampel .....	31
1. Populasi Sampel .....	31
2. Sampel .....	32
D. Sumber Data .....	34
E. Tehnik Pengumpulan Data .....	35
F. Tehnik Analisis Data .....	35

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	38
1. PT Akasha Wira Internasional Tbk.....	38
a. Sejarah Singkat perusahaan .....	38
b. Visi.....	38
c. Misi.....	38
2. PT MartinoBerto Tbb.....	39
a. Sejarah Singkat perusahaan .....	39
b. Visi.....	40
c. Misi.....	40
3. PT Mustika Ratu Tbk .....	41
a. Sejarah Singkat Perusahaan.....	41

b. Visi .....	42
c. Misi .....	42
4. PT Mandom Indonesia Tbk .....	42
a. Sejarah Singkat Perusahaan .....	42
b. Misi.....	43
5. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR).....	43
a. Sejarah berdirinya Perusahaan.....	43
b. Visi .....	44
c. Misi .....	44
6. PT Kino Indonesia Tbk (Kino).....	44
a. Sejarah berdirinya Perusahaan .....	44
b. Visi .....	45
c. Misi .....	45
E. Hasil Pengolahan Data.....	45
1. Model Regresi Linear Sederhana .....	45
2. Koefesien Korelasi .....	46
3. Uji Hipotesis .....	47
a. Uji t .....	47
b. Uji korelasi determinasi .....	49
c. Pembahasan penelitian .....	49
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	54
B. Saran .....	54

## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Harga Saham Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga dari tahun 2017-2019 .....	6
Tabel 1.2 Penjualan Saham Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga dari tahun 2017-2019 .....	8
Tabel 3.1 Rancangan Waktu Penelitian .....	31
Tabel 3.2 Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang KeperluanRumah Tangga dari tahun 2017-2019 .....	32
Tabel 3.3 Kriteria Pemilihan Sampel .....	33
Tabel 3.4 Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang KeperluanRumah Tangga dari tahun 2017-2019 .....	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Regresi Linier sederhana .....	45
Tabel 4.2 Ketentuan Koefisien Korelasi .....	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji T .....	48
Tabel 4.5 Koefisien Determinasi .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	28
-----------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian Surat Balasan Penelitian dari BEI

Lampiran 2 : T tabel Laporan Keuangan

Lampiran 3 : Hasil Olahan Data

Lampiran 4 : Laporan Keuangan

Lampiran 5 : Hasil Pengolahan Data

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi bisnis (*business*) tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang atau jasa. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup. Globalisasi dan teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarah pada yang kuat bertahan. Keberhasilan pasar akan didapat oleh perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan saat ini, yaitu mereka mampu memberikan apa yang siap dibeli orang. Baik individu, bisnis, kota, bahkan seluruh Negara harus menemukan cara menghasilkan nilai yang dapat dipasarkan (*marketable value*) yaitu barang dan jasa yang menarik minat beli orang. Perusahaan harus mampu memberikan apa yang diharapkan pelanggan, dengan demikian perencanaan bisnis sangat diperlukan, sehingga bisnis dapat tumbuh dan berkembang dan mampu menghasilkan laba sesuai dengan yang diinginkan. Perencanaan bisnis yang baik harus memuat asumsi dan alasan sebagai dasar perhitungan, seperti dasar perhitungan besarnya permintaan dan proyeksi penjualan, perhitungan harga pokok penjualan, dan strategi yang akan dilakukan untuk pengembangan bisnis. (Fuat. M. H,dkk, 2006:1-3)

Investasi merupakan komitmen saat ini atas uang atau sumber daya lainnya dengan harapan memperoleh manfaat di masa mendatang. Pasar modal adalah tempat dimana instrumen keuangan diperdagangkan. Instrumen-instrumen yang diperdagangkan adalah sekuritas jangka panjang (sekuritas yang periodenya lebih dari satu tahun), terdiri dari saham, obligasi, reksadana, warrants, rights, dan instrumen derivatif lainnya seperti opsi dan futures. Pasar modal memberikan dua peran penting dalam perekonomian suatu negara. *Pertama*, pasar modal memberikan alternatif untuk sumber daya modal perusahaan untuk

mengembangkan dan mengekspansi bisnisnya. Ekspansi bisnis akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan memberikan peluang kerja yang lebih bagi masyarakat. *Kedua*, pasar modal memberikan alternatif bagi orang-orang yang ingin menginvestasikan uangnya. Pasar modal memberikan berbagai pilihan kepada orang-orang yang akan memperoleh akses yang lebih mudah untuk memperoleh penghasilan dari investasinya. (Sutriyono Bambang, 2017: 16)

Saham merupakan salah satu instrumen pasar keuangan yang paling populer diperdagangkan dipasar modal Indonesia. Saham menawarkan tingkat pengembalian yang menarik bagi investornya dalam mengopensasi resiko yang tinggi.

Salah satu sub sektor yang terdapat di sektor industri barang konsumsi adalah sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Dimana sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga merupakan salah satu sektor yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Masyarakat harus pintar mengelola keuangan, dimana pada masa seperti pandemi Covid-19. Ada sebagian masyarakat yang harus berhenti bekerja dikarenakan ada pengurangan karyawan ada juga sebagian perusahaan yang tutup.

Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keprluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang bergerak dalam bidang produksi kosmetik, wangi-wangian, perawatan rambut, produk makanan dan minuman, produk perawatan rumah tangga, serta produk perawatan tubuh. Terdapat tujuh perusahaan yang bergabung menjadi anggota di Bursa Efek Indonesia dengan waktu yang tidak bersamaan pada sub sektor tersebut, diantaranya adalah PT. AkashaWira Internasional Tbk dengan kode ADES, PT. Mandom Indonesia Tbk dengan kode TCID, PT. Unilever Indonesia Tbk dengan kode UNVR, PT. Martina Berto Tbk dengan kode MBTO, PT. Kino Indonesia Tbk (KINO), PT. Mustika Ratu Tbk dengan kode MRAT, dan Cottonindo Ariesta Tbk (KPAS).

Alasan penulisan memilih sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga karena dibandingkan sektor lain, sektor ini tetap dibutuhkan. Meskipun sebagian produknya bukan merupakan kebutuhan pokok akan tetapi tiap konsumen memiliki persediaan produknya sesuai dengan kebutuhan masing-masing, sehingga dalam kehidupan sehari-hari masyarakat menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam sektor industri sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Dikarenakan perusahaan yang sangat dibutuhkan untuk keperluan sehari-hari sehingga kecil kemungkinan akan rugi.

Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan, dengan cara menjual produk (barang dan atau jasa) kepada para pelanggannya. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan profit. Sebuah perusahaan tidak boleh hanya terpaku untuk mencari profit atau keuntungan saja namun harus memperhatikan keberlangsungan usahanya untuk jangka panjang agar perusahaan tersebut dapat beroperasi dimasa yang akan datang dalam waktu yang panjang dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. (Irwati. Meli, 2018: 1)

Sebagai perusahaan yang memproduksi barang, perusahaan manufaktur membutuhkan sumber dana eksteren dan intern untuk mengembangkan kapasitas produksinya dan investasi tambahan. Agar investor berkeinginan untuk menanamkan modal kepada perusahaan, maka investor harus mengetahui keadaan dan kondisi laporan keuangan perusahaan industri. Harga saham menjadi tolak ukur oleh investor untuk mengetahui keadaan perusahaan sebenarnya. Harga saham sangat dipengaruhi oleh faktor fundamental dan teknikal. Pertimbangan investor untuk membuat keputusan berinvestasi dalam saham adalah informasi mengenai kondisi perusahaan. (Ginting dan Suriyani, 2013:61)

Mengingat tingkat persaingan yang meningkat secara terus menerus maka pihak perusahaan harus lebih meningkatkan manajemen kinerja perusahaan supaya tujuan perusahaan bisa tercapai. Harga saham merupakan salah satu faktor penting dalam penentuan penjualan saham untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan. Disamping untuk meningkatkan penjualan saham dan keuntungan perusahaan, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi investor.

Harga saham merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan perusahaan, jika harga saham suatu perusahaan selalu mengalami kenaikan, maka investor atau calon investor menilai bahwa perusahaan berhasil dalam mengelola usahanya. Kepercayaan investor atau calon investor sangat bermanfaat bagi perusahaan, karena semakin banyak orang yang percaya terhadap perusahaan maka keinginan untuk berinvestasi pada perusahaan semakin kuat. Semakin banyak permintaan terhadap saham suatu perusahaan maka dapat menaikkan harga saham tersebut. Jika harga saham yang tinggi dapat dipertahankan maka kepercayaan investor terhadap perusahaan juga semakin tinggi dan hal ini dapat menaikkan nilai perusahaan. Sebaliknya jika harga saham mengalami penurunan terus menerus berarti dapat menurunkan nilai perusahaan dimata investor atau calon investor. (Rahayu, 2016: 444)

Harga saham sangat ditentukan dari penawaran dan permintaan akan saham itu sendiri. Saham berwujud selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga. Semakin banyak orang yang membeli saham maka harga saham cenderung bergerak naik dan begitu pula sebaliknya semakin banyak orang yang menjual sahamnya maka harga saham cenderung bergerak turun. Jika harga saham meningkat maka kekayaan pemegang saham juga akan meningkat, begi juga dengan sebaliknya jika harga saham mengalami penurunan maka kekayaan

pemegang saham jika akan mengalami penurunan. (Rahmadwi dan Abundanti, 2018:2107)

Harga saham yang terbentuk dari kegiatan pasar modal merupakan cerminan tersendiri bagaimana kondisi suatu perusahaan secara umum. Untuk itu, investor harus memahami bagaimana pola harga saham yang berbentuk dengan melakukan analisa-analisa pada laporan keuangan yang diberikan oleh perusahaan. Ada banyak faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham. Faktor internal tersebut merupakan faktor yang berkaitan langsung dengan kegiatan yang dilakukan perusahaan. Kegiatan perusahaan tersebut dapat dicerminkan kedalam laporan keuangan. (Ikhlasasti, 2018: 2) *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio harga saham perlembar terhadap nilai buku per lembar saham perusahaan. Nilai buku per lembar saham menunjukkan aset bersih per lembar saham yang dimiliki oleh pemegang saham. (Fauziah, 2017:3)

Menurut (Abdul Halim 2003:16) Harga saham adalah harga yang terbentuk di pasar jual beli saham. Apabila bursa efek telah tutup, maka harga pasar adalah harga penutupannya (*closing price*). Harga penutupan saham (*closing price*) yaitu harga yang diminta oleh penawaran atau permintaan pada saat akhir bursa. Harga saham sifatnya berubah-ubah atau berfluktuasi setiap saat dan selalu mengalami pasang surut tergantung oleh banyaknya penawaran dan permintaan atas saham tersebut serta beberapa faktor lain yang mempengaruhinya, namun, pada prinsipnya semakin baik prestasi perusahaan dalam menghasilkan suatu keuntungan, maka akan meningkatkan permintaan saham perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan harga saham itu sendiri. Contohnya kondisi perusahaan sangat berpengaruh terhadap harga dan volume perdagangan saham, jika perusahaan tersebut mengalami peningkatan, maka secara otomatis harga dan volume perdagangan saham meningkat, selain itu harga saham juga dipengaruhi oleh tingkat deviden, tingkat inflasi, dan tingkat suku bunga. (Jarwati, 2013: 5-6)

Dalam penelitian ini perusahaan perlu memperhatikan kenaikan atau penurunan harga saham yang terjadi pada beberapa perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mulai dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2019, adalah sebagai berikut ini :

**Tabel 1.1 Harga Penutupan Saham  
Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah  
Tangga**

No	Kode Emiten	2017	2018	2019	Rata-rata
1	ADES	885	920	1,070	958.3333333
2	MBTO	135	126	144	135
3	MRAT	206	179	165	183.3333333
4	TCID	17,900	17,250	16,750	17300
5	UNVR	55,900	45,400	50,000	50433.33333
6	KINO	2,120	2,800	2,990	2636.666667
Rata-rata		12,858	11,113	11,853	11,941

Sumber: BEI data diolah

Berdasarkan pada rata-rata harga saham pada masing-masing perusahaan di atas dapat terlihat bahwa ada harga saham mengalami penurunan. Ada 2 perusahaan yang mengalami penurunan yaitu TCID (PT. Mandom Indonesia Tbk) dan UNVR (PT. Unilever Indonesia Tbk) . disamping itu ada 2 perusahaan yang mengalami turun naik yaitu ADES (PT. Akasha Wira Internasional Tbk), MBTO (PT. Martina Berto Tbk) dan MRAT (PT. Mustika Ratu Tbk). Disamping itu, jika dilihat dari rata-rata harga saham pertahunnya maka harga saham tidak stabil. Rata-rata harga saham pada tahun 2017-2019 mengalami turun naik. Rata-rata harga saham pada tahun 2017 sebesar Rp12.857, Pada tahun 2018 sebesar Rp. 11.112, dan pada tahun 2019 sebesar Rp. 11.853. Dari tahun 2017 ke 2019 rata-rata harga saham mengalami penurun. Pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 1.745 kemudian terjadi sedikit kenaikan lagi pada tahun 2019 yaitu sebesar 741.

Menurut Murtini dan Mareta, 2006: 3) Harga saham dipasar bursa tidak selalu meningkat. Harga saham sewaktu-waktu dapat berubah, perubahan tersebut dipengaruhi oleh banyaknya penawaran dan permintaan saham. Karena harga saham yang selalu berubah-ubah atau berfluktuasi maka saham mempunyai karakteristik haig risk-high return. Artinya saham merupakan surat berharga yang memberikan peluang keuntungan tinggi, namun juga mempunyai resiko yang tinggi untuk mengalami kerugian. Penilaian harga saham dapat dilakukan dengan beberapa cara, secara spesifik penilaian terhadap harga saham dapat dilakukan dengan menggunakan model analisis rasio keuangan. Rasio keuangan dirancang untuk memperlihatkan hubungan antara perkiraan-perkiraan laporan keuangan. (Saputra, 2011:1-2)

Harga saham juga menunjukkan nilai suatu perusahaan, nilai saham merupakan indeks yang tepat untuk efektifitas perusahaan. sehingga seringkali dikatakan memaksimumkan nilai perusahaan juga berarti memaksimumkan kekayaan pemegang saham. Dengan demikian semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang menerbitkan saham sangat memperhatikan harga saham. Harga saham yang terlalu rendah sering diartikan bahwa kinerja perusahaan kurang baik. Namun bila harga saham terlalu tinggi mengurangi kemampuan investor untuk membeli saham sehingga menimbulkan harga saham sulit untuk di tingkatkan. (Jumriani: 2011:4)

Penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah perusahaan. Pengelolaan perusahaan yang kurang baik akan merugikan perusahaan karena dapat berimbas pada perolehan laba, dan pada akhirnya dapat mengurangi pendapatan. Sales growth mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana sales growth digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan dimasa depan. Sales growth juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Para investor menggunakan sales growth sebagai indikator untuk melihat prospek dari



perusahaan tempat mereka akan berinvestasi dan mendapatkan deviden. (Sapitri, 2019:3-4)

Menurut Kennedy dkk Pertumbuhan penjualan diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ketahun atau dari waktu kewaktu.

**Tabel 1.2 Penjualan Saham  
Perusahaan Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga**

No	Kode Emiten	2017	2018	2019	Rata-rata
1	ADES	814,490	804,302	834,330	817,707
2	MBTO	731,577	502,518	537,568	590,554
3	MRAT	344,679	300,573	305,225	316,826
4	TCID	2,706,395	2,648,754	2,804,152	2,719,767
5	UNVR	41,205	41,802	42,923	41,977
6	KINO	3,160,637	3,611,694	4,678,869	3,817,067
Rata-rata		1,299,831	1,318,274	1,533,845	1,383,983

Sumber: BEI data diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan sahamada empat perusahaan yang mengalami penjualan yang tidak stabil atau mengalami turun naik. Hal ini terlihat pada perusahaan ADES, MBTO, MRAT, dan TCID. Meskipun ke empat perusahaan tersebut mengalami penurunan, tetapi pada tahun berikutnya penjualan saham meningkat kembali. Kemudian terdapat dua perusahaan yang mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, yaitu terdapat pada perusahaan UNVR dan KINO. Kenaikan penjualan saham perusahaan UNVR pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 597 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan 1.121. pada perusahaan KINO pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 451.057 dan pada tahun 2019 kenaikannya sebesar 1.067.175.

Menurut (Husnan 1998:344) Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun. Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian kenaikan harga saham proporsional dengan pertumbuhan penjualan (Djaurotun: 2005: 5).

Oleh karena itu sebelum investor memutuskan untuk membeli saham, investor perlu juga melihat bagaimana pertumbuhan penjualan suatu emiten. Setiap investor pasti memiliki suatu kebijakan tersendiri di dalam melakukan aktivitas investasi, khususnya dalam menentukan berapa lama jangka waktu investasi itu akan dipertahankan. Ada para investor yang menjual sahamnya disaat harga saham naik, karena mereka takut akan rugi jika sewaktu-waktu harga saham mengalami penurunan dan ada juga para investor menahan sahamnya meskipun harga saham naik, karena para investor percaya bahwa harga saham masih akan mengalami kenaikan.

Menurut Putri (2009:28), Volume penjualan saham adalah seberapa besar penjualan saham-saham tersebut pada suatu periode. Volume penjualan saham yang meningkat akan menunjukkan pertumbuhan dari perusahaan tersebut. Semakin besar tingkat penjualan saham maka harga saham akan turun, maka semakin besar pula kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan atau mengalami pertumbuhan laba perusahaan yang nantinya meningkatkan return yang akan diterima oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan saham merupakan penjumlahan dari setiap transaksi yang terjadi di bursa pada waktu tertentu untuk mengetahui likuiditas saham dan akan berpengaruh terhadap pergerakan saham. Tingkat volume penjualan saham yang cenderung fluktuatif menunjukkan perdagangan yang cepat hal ini dipengaruhi oleh informasi yang masuk ke bursa dan minat investor yang tinggi terhadap saham tersebut, minat investor untuk melakukan transaksi jual beli saham akan mudah terpengaruh oleh tinggi atau rendahnya tingkat profitabilitas serta harga saham maupun faktor lain yang mempengaruhi minat investor dalam melakukan investasi. (Jumriani, 2011: 4-5)

Pertumbuhan penjualan mengukur seberapa baik perusahaan mempertahankan posisi ekonominya secara keseluruhan. Menurut Sartono (2001:248), semakin cepat pertumbuhan perusahaan semakin

besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi dan harga saham akan naik. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Dividen merupakan sebagian dari keputusan investasi. Menurut Van Home dan Wachowicz (2007:270) menyatakan bahwa kebijakan dividen adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam keputusan pendanaan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dalam hal ini dituntut untuk membagikan dividen sebagai realisasi harapan hasil yang didambakan seorang investor tertarik akan kebijakan dividen perusahaan sehingga ketertarikan untuk investasi saham meningkat dan harga saham meningkat. (Jarawati, 2013: 7-8)

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan sangat penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan untuk mengetahui prestasi emiten dengan memperhatikan harga saham. Maka penulis ingin mengetahui mengenai kinerja perusahaan dengan meneliti apakah ada pengaruh Harga Saham terhadap Penjualan Saham. Jika kedua variabel tersebut berpengaruh maka manajer dapat mempertimbangkan dalam mengambil keputusan berdasarkan variabel yang bersangkutan. Oleh karena itu, sehingga penulis mengangkat judul dalam sebuah karya tulis ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Saham Terhadap Penjualan Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Agar penelitian lebih terarah dan sampai kepada maksud yang diinginkan, penelitian yang dilakukan yaitu pengaruh harga saham terhadap pertumbuhan penjualan saham sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar identifikasi masalah diatas, maka dapat penulis rumuskan masalah penelitian ini yaitu Seberapa besar pengaruh harga terhadap penjualan saham pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019.

### **D. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga saham terhadap penjualan saham pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

### **E. Manfaat dan Luaran Penelitian**

#### 1. Manfaat Penelitian

##### a. Bagi perusahaan

Sebagai tambahan informasi untuk perusahaan mengenai pentingnya menganalisis tingkat harga, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan kedepannya.

##### b. Bagi investor

Investor bisa melihat perusahaan mana yang bagus untuk menanamkan investasinya dengan memperimbangkan masing-masing aspek salah satunya dengan prediksi penetapan harga sehingga para investor dapat memiliki keputusan yang tepat dalam berinvestasi.

##### c. Bagi penulis

Memberikan kesempatan bagi penulis dalam menganalisis mengenai prediksi harga. Serta memberikan tambahan ilmu bagi penulis untuk memperdalam ilmu mengenai Bursa Efek Indonesia (BEI)

## 2. Luaran Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi referensi di perpustakaan IAIN Batusangkar, diharapkan penelitian ini dapat diseminarkan nantinya dapat dijadikan jurnal ilmiah.

## F. Defenisi Operasional

Harga saham merupakan salah satu bentuk efek atau surat berharga yang diperdagangkan di pasar modal (bursa). Semakin banyak investor yang ingin membeli atau menyimpan suatu saham, maka harganya akan semakin naik. Dan sebaliknya jika semakin banyak investor yang menjual atau melepaskan maka akan berdampak pada turunnya harga saham.

Harga penutupan adalah harga akhir yang diperdagangkan di bursa saham atau sekuritas selama jam pasar reguler pada hari tertentu. Harga penutupan dianggap sebagai penilaian paling akurat dari suatu saham atau sekuritas lainnya sampai perdagangan dilanjutkan pada hari perdagangan berikutnya.

Penjualan saham adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesi yang mana pemilik perusahaan menjual sahamnya kepada calon investor dalam bentuk surat berharga. Dengan membeli saham, investor telah mempunyai hak kepemilikan atas perusahaan tersebut, dan investor (pemilik saham) juga berhak untuk mendapatkan keuntungan atas deviden dan *capital gain*.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian Saham**

Saham dapat di defenisikan sebagai tanda penyertaan atau kepemilikan investor individual atau investor institusional atau trader atas investasi mereka atau sejumlah dana yang diinvestasikan dalam suatu perusahaan.

Saham adalah kertas yang dicetak dengan bagus, yang membuktikan bahwa pemegangnya turut serta atau berpartisipasi dalam modal suatu perusahaan, biasanya suatu Perseroan Terbatas (PT). (Aziz, Muzdalifah dkk, 2015: 77)

Jadi dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa investasi adalah selembur kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Ukuran kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan di perusahaan.

##### **2. Jenis-Jenis Saham**

Dalam transaksi jual beli di Bursa Efek Indonesia (BEI), saham merupakan instrumen yang paling dominan diperdagangkan. Darmadji, T.d. (2001) bahwa ada beberapa sudut untuk membedakan jenis-jenis saham yaitu:

###### **a. Ditinjau dari segi kemampuan dalam hak tagih atau klaim**

###### **1) Saham biasa (*common stock*)**

Saham biasa merupakan saham yang memiliki hak klaim berdasarkan laba atau rugi yang diperoleh perusahaan. Bila terjadi likuiditas, pemegang saham biasa yang mendapatkan

prioritas paling akhir dalam pembagian deviden dari penjualan aset perusahaan.

2) Saham priferen (*priferred stock*)

Saham priferen merupakan saham dengan bagian hasil yang tetap dan apabila perusahaan mengalami kerugian maka pemegang, saham priferen akan mendapat prioritas utama dalam pembagian hasil atas penjualan aset. Saham priferen mempunyai sifat gabungan antara gabungan obligasi dan saham biasa.

**b. Ditinjau dari cara peralihan**

1) Saham atas unjuk (*bearer stock*)

Pada saham atas unjuk tidak tertulis pemiliknya, agar mudah dipindahkan dari satu investor ke investor lainnya. Secara hukum, siapapun yang memegang saham ini, maka akan di akui sebagai pemiliknya dan berhak untuk ikut hadir dalam RUPS.

2) Saham atas nama (*registered stock*)

Saham atas nama merupakan saham yang ditulis dengan jelas siapa nama pemiliknya, di mana cara peralihannya harus melalui prosedur tertentu.

**c. Ditinjau dari kinerja perdagangan**

1) *Blue chip stock*

Saham biasa dari suatu perusahaan yang memiliki reputasi tinggi, sebagai *leader* di industri sejenis, memiliki pendapatan yang stabil dan konsisten dalam membayar deviden.

2) *Income stocks*

Saham dari suatu emiten yang memiliki kemampuan membayar deviden lebih tinggi dari rata-rata deviden yang dibayarkan pada tahun sebelumnya. Emiten seperti ini biasanya mampu menciptakan pendapatan yang lebih tinggi dan secara teratur membagikan deviden tunai. Emiten ini tidak

suka menekan laba dan tidak mementingkan potensi.

3) *Growth stocks*

Saham-saham dari emiten yang memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi, sebagai *leader* di industri sejenis yang mempunyai reputasi tinggi.

4) *Speculation stock*

Saham suatu perusahaan yang tidak bisa secara konsisten memperoleh penghasilan dari tahun ke tahun, akan tetapi mempunyai kemungkinan penghasilan tinggi di masa mendatang, meskipun belum pasti.

5) *Counter cyclical stocks*

Saham yang tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum. Pada saat resesi ekonomi, harga saham ini tetap tinggi, dimana emitennya mampu memberikan deviden yang tinggi sebagai akibat dari kemampuan emiten dalam memperoleh penghasilan yang tinggi pada masa resesi. (Muzdalifah Aziz dkk, 2015: 77-81)

### 3. Harga Saham

Harga dalam ekonomi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksudkan untuk mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen. Besar kecilnya volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan tergantung pada harga yang ditetapkan perusahaan terhadap produknya.

Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga juga bisa berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut. Misalnya harga suatu barang, dan



sewa rumah. Semua itu merupakan nilai yang harus dibayarkan atas benda atau apa yang telah dilakukan (Rozalinda, 2015: 154)

Harga saham merupakan bukti kepemilikan atas suatu bentuk Perseroan Terbatas. Harga suatu saham sangat erat kaitannya dengan harga pasar suatu saham. Harga dasar suatu saham merupakan harga perdananya. Perubahan harga saham dipengaruhi oleh kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar sekunder. Semakin banyak investor yang ingin membeli saham, maka harganya akan semakin naik, dan sebaliknya jika semakin banyak investor yang menjual atau melepaskan sahamnya, maka akan berdampak pada turunnya harga saham.

Harga saham merupakan nilai suatu saham yang mencerminkan kekayaan perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut. Widiatmojo (2006:43) menyebutkan bahwa harga saham adalah nilai dari penyertaan atau kepemilikan seseorang dalam suatu perusahaan. (Anisma, 2012:147)

Mubarokah (2012) mengatakan bila harga saham dinilai terlalu tinggi oleh pasar, maka jumlah permintaannya berkurang. Sebaliknya bila pasar menilai bahwa harga saham tersebut terlalu rendah, jumlah permintaannya akan meningkat. Tingginya harga saham akan mengurangi kemampuan para investor untuk membeli harga saham tersebut. Para pelaku pasar modal khususnya para investor sangat dipengaruhi oleh pergerakan harga saham suatu. (Noviliyana dan Irmadariyani, 2012: 2)

Harga penjualan saham yang memiliki berbagai macam dan dari yang tidak bisa dijangkau sampai yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Hal ini yang menjadi salah satu faktor yang memicu tingginya penjualan saham.

Harga saham merupakan nilai suatu saham yang mencerminkan kekayaan perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut, (Ardiani, 2007). Widiatmodjo (2006:43) menyebutkan

bahwa harga saham adalah nilai dari penyertaan atau kepemilikan seseorang dalam suatu perusahaan. Semakin banyak investor yang ingin membeli atau menyimpan suatu saham, maka harganya akan semakin naik. Dan sebaliknya jika semakin banyak investor yang menjual atau melepaskan maka akan berdampak pada turunnya harga saham.

Selembarnya saham adalah selembarnya kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik saham (berapapun porsinya/jumlahnya) dari suatu perusahaan yang menerbitkan kertas (saham) tersebut. Selembarnya saham mempunyai nilai atau harga. Menurut Widiatmodjo (2003:13), harga saham dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Harga nominal

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

b. Harga perdana

Harga perdana merupakan harga pada waktu saham tersebut dicatat di bursa efek dalam rangka penawaran umum penjualan saham perdana yang disebut dengan IPO (*Initial Public Offering*). 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.

c. Harga pasar

Harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain. Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatatkan di bursa efek. Transaksi disini tidak lagi melibatkan emiten dan penjaminan emisi. Harga inilah yang disebut sebagai harga dipasar sekunder dan merupakan harga yang benar-benar

mewakili harga perusahaan penerbit. Harga yang setiap hari diumumkan di surat kabar atau media lain adalah harga pasar yang tercatat pada waktu penutupan (*closing price*) aktivitas di Bursa Efek Indonesia.

Harga saham menjadi sangat penting bagi investor karena mempunyai konsekuensi ekonomi. Perubahan saham akan mengubah nilai pasar sehingga kesempatan yang akan diperoleh investor dimasa depanpun akan ikut berubah. Harga saham mencerminkan berbagai informasi yang terjadi di pasar modal dengan asumsi pasar modal efisien. (Aziz, Muzdalifah dkk, 2015: 77-81-82)

Harga saham merupakan salah satu bentuk efek atau surat berharga yang diperdagangkan di pasar modal (bursa). Laba bersih per tahun adalah laba bersih setelah bunga pajak dibagi dengan jumlah lembar saham yang beredar. Menurut Domic, harga saham adalah pembagian antara modal perusahaan dan jumlah saham yang diterbitkan. Harga saham merupakan hasil pembagian antara modal dan jumlah saham yang disebut harga nominal, pada saat emiten menerbitkan saham, emiten tidak harus menjual saham dengan harga nominal.

Saham merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang dalam suatu perusahaan. Selebar saham adalah selebar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik saham (berapapun posisinya atau jumlahnya) dari suatu perusahaan yang menerbitkan kertas (saham) tersebut.

Berikut ini beberapa hal yang dapat mempengaruhi harga saham:

- 1) Permintaan dan penawaran

Permintaan dan penawaran sangat berpengaruh terhadap harga saham yang bersangkutan. Bila investor memegang saham dan yang bersangkutan membutuhkan dana maka investor tersebut

akan menjual saham secepatnya dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar. Penurunan harga saham akan terjadi karena pembeli saham tidak banyak.

2) Prospek perusahaan

Prospek perusahaan turut berpengaruh terhadap harga saham dipasar. Perusahaan yang mempunyai prospek dengan produk yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat maka harga saham akan mengalami kenaikan, sedangkan masalah mogok kerja buruh tidak akan berpengaruh.

3) Kualitas manajemen

Kualitas manajemen perusahaan juga berpengaruh terhadap harga saham. Bila manajemen perusahaan tidak berkualitas dengan permasalahan perusahaan yang sering muncul ke permukaan, dan tidak dapat diselesaikan dengan baik sehingga investor tidak percaya. Akibatnya investor menjual sahamnya yang menyebabkan nilai harga saham turun. (Manurung, H. Adler 2004: 18)

Salah satu yang harus diperhatikan investor agar tetap bisa mendapatkan profit, maka ia harus tidak dapat melawan pasar, dan harus menggunakan strategi yang baik dipergunakan. Misalnya harga saham drop dan tidakmendapatkan informasi yang signifikan maka investor harus menggunakan metode kontrarian, investor membeli sahamnya ketika harga saham jatuh dan menjualnya ketika harga saham naik, namun bila mendapatkan informasi yang signifikan maka investor harus membeli saham untuk profit perusahaan, dan menjual saham bila informasi yang memberikan peningkatan profit perusahaan, dan menjual saham bila informasi yang diterima adalah negatif atau buruk (*bad news*).

Investor tidak boleh menunggu terlalu lama dan langsung menjual saham dengan harga yang berlaku saat itu. Keadaan akan lebih baik bila dibandingkan dengan harga penjualan lebih rendah

karena investor menunggu informasi selanjutnya. Jika investor telah memperoleh keuntungan lebih dari 15 % maka selayaknya para investor menjual sahamnya dan ditunggu kembali untuk membeli ketika harganya turun. Saham yang sudah ketinggian akan dijual oleh *smart investor* dikenal dengan sebutan manejer investasi. bila harga saham tersebut sangat rendah (*under value*) maka *smart investor* tersebut akan membelinya.

Investor harus mengutamakan investasinya pada kelompok besar agar tidak terjebak pada saham-saham yang tidak memberikan kapital gain. Ada juga saham yang lebih kecil kapitalisasinya pasarnya yang dapat memberikan kapital gain. Hal itu terjadi karena perusahaan tersebut menghasilkan produk yang dibutuhkan masyarakat seperti perusahaan konsumsi yakni *consumer goods*, perusahaan farmasi dan perusahaan retail. Investor juga dapat membeli saham yang perusahaannya sedang mengalami restrukturisasi hutang tetapi mempunyai prospek. Saham ini akan memberikan kapital gain yang sangat besar kepada investor.

#### 4. Penilaian Harga Saham

Saham terbagi atas 2 bagian yaitu saham biasa (*common stock*) dan saham preferen (*preffered stock*). Rumus untuk mengukur nilai sekuritas atau saham antara lain adalah:

- a. Rumus untuk mengukur saham biasa

$$P_0 = D_1 / K_s$$

Keterangan:

$P_0$  = harga saham yang ditetapkan

D = Deviden

$K_s$  = Tingkat keuntungan yang diisyaratkan investor pada saham

b. Rumus untuk mengukur saham preferen

$$V_{ps} = D_{ps} / K_{ps}$$

Keterangan:

$V_{ps}$  = Nilai Saham

$D_{ps}$  = Deviden Saham

$K_{ps}$  = Tingkat keuntungan yang diisyaratkan pada saham preferen.

Menurut Halim(2015:5) “dalam pendekatan ini harga saham dapat diketahui dengan memperkirakan nilai saat ini dari proyeksi dividen yang akan diterima investor. Model dasar penghitungan harga saham dengan pendekatan ini sebagai berikut:

$$P_0 = \frac{d_1}{(1+i)^1} + \frac{d_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{d_n}{(1+i)^n}$$

Keterangan Simbol:

$P_0$  = harga saham pada periode 0

$D_t$  = dividen yang diterima pada periode

$t$  = bunga atas investasi bebas risiko

Menurut Fahmi (2015 : 74) “Adapun rumus dari Capital Gain (CG) adalah sebagai berikut:

$$CG = P_{it} - P_{it-1} / P_{it-1}$$

Keterangan:

CG = Capital gain

$P_{it}$  = harga saham akhir periode

$P_{it-1}$  = harga saham akhir periode sebelumnya. (Sapitri, 2019: 21)

Berdasarkan teori di atas penulis menggunakan analisis teknikal untuk melihat pergerakan harga saham yaitu dengan cara membuka IDX (nama atau kode perusahaan) melalui google. Dan tak lupa pula penulis melihat ikhtisar laporan keuangan untuk memastikan harga saham pada setiap tahunnya.

Menurut (Hasnawati, 2006) Seorang investor atau analis sekuritas khususnya saham di pasar modal apabila akan melakukan investasi pada saham tidak boleh hanya ikut-ikutan, akan tetapi perlu menganalisis secara detail fundamental perusahaan. Hal penting yang harus diperhatikan adalah pendapatan perusahaan. Karena pendapatan akan menentukan besarnya deviden dan pertumbuhan deviden yang akan menentukan nilai instrinsik saham. Nilai instrinsik saham dapat digunakan sebagai *cut of point* untuk memutuskan beli atau menjual saham apabila sudah dimiliki saham tersebut.

Keputusan membeli atau menjual saham ditentukan oleh perbandingan antara perkiraan nilai intrinsik dengan harga pasar dengan kriteria:

- a. Jika harga pasar lebih rendah dari nilai intrinsiknya, maka saham tersebut sebaiknya dibeli dan ditahan dengan tujuan memperoleh *capital gain* jika harga naik.
- b. Jika harga pasar sama dengan nilai intrinsiknya jangan melakukan transaksi.
- c. Jika harga pasar lebih tinggi dari nilai intrinsiknya, maka saham tersebut sebaiknya dijual menghindari kerugian. (Aziz, Muzdalifah dkk, 2015: 84-85)

## **5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perubahan Tingkat Harga Saham**

Menurut Brigma (1998) faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan tingkat harga saham anatara lain:

### **a. Jumlah deviden kas yang diberikan**

Sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat perubahan harga saham, maka dengan membegikan deviden dalam jumlah besar dapat meningkatkan kepercayaan investor kepada perusahaan dan akan berdampak pada kenaikan deviden dalam jumlah yang besar.

**b. Jumlah laba yang didapat oleh perusahaan**

Perusahaan yang mempunyai laba yang tinggi dan prospek perusahaan yang cerah umumnya menjadi pilihan bagi investor dalam menanamkan dananya. Karena perusahaan dengan laba yang tinggi cenderung akan membagikan devidennya dalam jumlah besar. Semakin banyak investor menanamkan dananya dalam suatu perusahaan akan mempengaruhi harga saham dari perusahaan tersebut.

**c. Laba per lembar (*earning per share*)**

Sebagai seorang investor yang melakukan investasi pada perusahaan, akan menerima laba atas saham yang dimilikinya, semakin tinggi laba per lembar saham yang diberikan perusahaan akan memberikan tingkat pengembalian yang cukup baik. Ini akan mendorong investor untuk melakukan investasi yang lebih besar lagi, sehingga saham perusahaan akan meningkat.

**d. Tingkat suku bunga**

Dapat mempengaruhi harga saham perusahaan dengan cara:

- 1) Mempengaruhi laba perusahaan, hal ini terjadi karena bunga adalah biaya, semakin tinggi suku bunga semakin rendah laba perusahaan.
- 2) Mempengaruhi persaingan di pasar modal antara saham dan obligasi, apabila suku bunga naik maka investor akan mendapatkan hasil yang besar dari obligasi sehingga mereka akan segera menjual saham mereka untuk ditukarkan dengan obligasi, penukaran yang demikian akan menurunkan harga saham. hal sebaliknya juga terjadi apabila tingkat suku bunga mempengaruhi harga saham secara negatif, artinya bila tingkat suku bunga turun maka harga saham akan naik.

**e. Tingkat resiko dan tingkat pengembalian**

Pada umumnya semakin tinggi resiko semakin besar tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor, hal ini akan



mempunyai pengaruh yang besar antara sikap investor dengan harga saham yang diharapkan.(Aziz, Muzdalifah dkk, 2015: 83-84)

## **6. Strategi Penjualan Saham**

Strategi penjualan merupakan cara-cara di dalam proses penjualan yang dapat memberikan efek peningkatan pada nilai penjualan. strategi penjualan dibutuhkan agar pelanggan merasa senang dengan gaya berjualan yang perusahaan lakukan.

Menurut Mulia (2015 : 106) “Strategi penjualan berbeda dengan strategi pemasaran yang fokus pada marketing mix dan dominasi pasar, sedangkan strategi penjualan fokus pada sistem penjualan dan distribusi dengan tujuan memberi kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan di setiap outlet atau toko yang dikunjungi. Strategi penjualan dapat berbeda antara satu perusahaan dan perusahaan yang lain, bergantung pada produk, pasar, konsumen, dan tujuan perusahaan. Strategi penjualan harus sejalan dan berintegrasi dengan strategi pemasaran. (Sapitri, 2019: 25)

Menurut Rahman (2010 : 156) “Strategi penjualan lebih dari satu jenis jasa dalam paket harga yang lebih murah jika pelayanan jasa diberikan secara terpisah. Strategi ini memberikan 3 manfaat sebagai berikut.

- a. Biaya bisa ditekan
- b. Penghematan waktu bagi konsumen
- c. Peningkatan jumlah koneksi hubungan perusahaan jasa dengan pelanggannya. (Sapitri, 2019: 25)

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa strategi penjualan saling berintegrasi dengan strategi pemasaran yang berfokus pada sistem penjualan dan distribusi.

## **7. Metode Pembelian Saham**

Metode yang digunakan oleh investor untuk membeli saham adalah sebagai berikut:

- a. Tanyakan kepada investor saham-saham yang belum mengalami pergerakan harga tetapi perusahaan tersebut mempunyai prospek. Perusahaan yang mempunyai prospek dan mendukung perekonomian nasional adalah saham perusahaan telekomunikasi, infrastruktur dan produk orientasi ekspor.
- b. Carilah perusahaan yang masih mengalami pertumbuhan rendah namun berkemungkinan akan bertumbuh tinggi pada masa mendatang. Investor harus berhati-hati memperhatikan kinerja perusahaan yang pertumbuhannya relatif kecil meski merupakan perusahaan yang pernah bertumbuh besar pada waktu lalu. Sebaliknya investor mendapatkan perusahaan yang bertumbuh kecil dan diperkirakan mengalami pertumbuhan besar pada waktu mendatang. Investor harus memperhatikan produk perusahaan untuk mendukung pertumbuhan tersebut.
- c. Carilah saham perusahaan yang mempunyai hutang kecil atau ratio D/E nya masih kecil. Perusahaan yang berhutang kecil mempunyai kredibel yang besar dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai hutang besar. Jika perusahaan menambah kredit dan belum mempengaruhi profit perusahaan maka struktur keuangan masih dapat ditolerir.
- d. Investor harus memperhatikan manajemen perusahaan. Sistem manajemen perusahaan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Manajemen yang mempunyai komitmen berarti mempunyai prospek pertumbuhan yang baik. (Manurung, A. Heymans 2004: 21-24)

## **8. Volume Penjualan Saham**

Volume perdagangan saham adalah jumlah lembar saham yang diperdagangkan pada periode tertentu. Volume perdagangan saham merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui parameter volume saham yang diperdagangkan di pasar. Volume perdagangan dihitung dalam jumlah

lembar saham yang diperdagangkan dalam transaksi perdagangan saham pada periode waktu tertentu.

Menurut Putri (2009:28), Volume penjualan saham adalah seberapa besar penjualan saham-saham tersebut pada suatu periode. Volume penjualan saham yang meningkat akan menunjukkan pertumbuhan dari perusahaan tersebut. Semakin besar tingkat penjualan saham, maka semakin besar pula kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan atau mengalami pertumbuhan laba perusahaan yang nantinya meningkatkan return yang akan diterima oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan saham merupakan penjumlahan dari setiap transaksi yang terjadi di bursa pada waktu tertentu untuk mengetahui likuiditas saham dan akan berpengaruh terhadap pergerakan saham. Tingkat volume penjualan saham yang cenderung fluktuatif menunjukkan perdagangan yang cepat hal ini dipengaruhi oleh informasi yang masuk ke bursa dan minat investor yang tinggi terhadap saham tersebut, minat investor untuk melakukan transaksi jual beli saham akan mudah terpengaruh oleh tinggi atau rendahnya tingkat profitabilitas serta harga saham maupun faktor lain yang mempengaruhi minat investor dalam melakukan investasi.

(R, Jumriani,2019: 33-34)

## **B. Kajian Penelitian yang Relevan**

1. Rani Noviliyana dan Ririn Irmadariyani (2014) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Tingkat Profitabilitas dan Harga Saham Terhadap Volume Penjualan Saham Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Dengan dua variabel independen yaitu tingkat profitabilitas dan harga saham. Dari hasil yang data dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui rasio profitabilitas yang terdiri dari net profit margin, return on assets dan earning per share berpengaruh terhadap volume penjualan saham. Sedangkan harga saham tidak berpengaruh terhadap volume penjualan saham.

2. Jumriani. R, Osman Lewangka dan Erlina Pakki (2019), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Rasio Profitabilitas Dan Harga Saham Terhadap Volume Penjualan Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman” dengan dua variabel independen yaitu Rasio Probabilitas dan Harga Saham. Dari penelitian ini dapat diketahui variabel NPM dan ROI berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan Saham dan variabel EPS dan Harga Saham tidak berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan saham.
3. Sapriko, Hendra (2011), melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Tingkat Profitabilitas dan Harga Saham Terhadap Volume Penjualan Saham Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Dengan tiga variabel independen yaitu Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Harga Saham dan Volume Penjualan Saham. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Secara Parsial Variabel Return On Equity (ROE) dan Harga Saham Berpengaruh Signifikan Terhadap Volume Penjualan Saham. Sedangkan Return On Assets (ROA) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Volume Penjualan Saham. Secara Simultan Return On Assets (ROA) Dan Return On Equity (ROE) dan Harga Saham Berpengaruh Signifikan Terhadap Volume Penjualan Saham Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
4. Purnawati (2006), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Saham Dan Tingkat Bunga Deposito Terhadap Volume Penjualan Saham. Dengan dua variabel independen yaitu harga saham dan tingkat suku bunga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga saham dan tingkat suku bunga deposito secara serentak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan saham. Berdasarkan penelitian di atas terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan saham yaitu Earning Per Share, Dividen Per Share dan tingkat suku bunga deposito. Namun di sisi lain tingkat profitabilitas dan harga

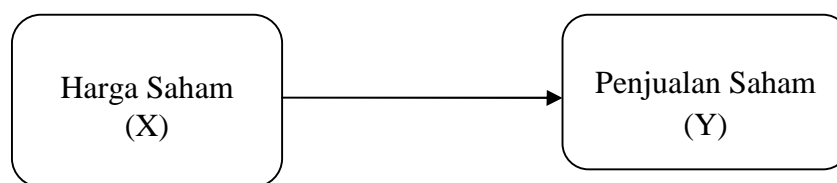
saham suatu perusahaan juga harus menjadi pertimbangan oleh para investor dalam melakukan investasi.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka penelitian dalam penelitian ini menggunakan satu variabel bebas (harga) yang mempengaruhi variabel terikat (penjualan). Peneliti dalam penelitian ini ingin melihat pengaruh harga terhadap penjualan saham pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga dengan adanya hal tersebut akan mendorong penjualan supaya para konsumen atau investor mengetahuinya. Variabel X dalam penelitian ini adalah harga, merupakan nilai yang harus ditukarkan untuk mendapatkan barang yang diinginkan konsumen. Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Sedangkan variabel Y dalam penelitian ini adalah penjualan, merupakan jumlah produk atau jumlah saham yang terjual.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula.

**Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran**



Dimana:

X = variabel indeviden (bebas) Harga Saham

Y = variabel devenden (terikat) Penjualan Saham

### D. Hipotesis

Menurut Juliadi dkk (2014: 29) Hipotesis adalah dugaan sementara yang bersifat sementara, dengan demikian dugaan tersebut tidak boleh diduga hanya dengan pemikiran peneliti semata, tetapi harus didukung oleh teori dan penelitian empiris. (Sapitri, 2019: 45)

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta uraian diatas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Diduga bahwa harga saham berpengaruh signifikan terhadap penjualan saham.

H<sub>a</sub>: Diduga bahwa harga saham tidak berpengaruh signifikan terhadap penjuwalansaham.







## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan melalui pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang detail spesifik dari sebuah situasi, lingkungan, atau hubungan (Efferin. Darmadji, Tan, 2012:12)

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori, dan atau hipotesis-hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam bentuk angka (*quantitative*) dan melakukan analisis dengan prosedur statistik dan atau permodelan matematis. (Efferin. Darmadji, Tan, 2012:51)

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan selama tahun 2017 sampai 2019 selama periode pengamatan yang dikeluarkan oleh perusahaan sampel. Pada penelitian ini, peneliti mengambil data dari laporan keuangan yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia yang dapat diakses melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian yang dilakukan ini adalah pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Barang Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang penulis akses melalui situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan Tempat penelitian yang dilakukan ini adalah pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Barang Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang penulis akses melalui situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan

**Tabel 3.1**  
**Rancangan Waktu Penelitian**

No	Observasi Awal	Bulan							
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pembuatan Proposal	■							
2	Bimbingan Proposal	■	■	■	■	■			
3	Seminar Proposal					■			
4	Perbaikan Setelah Seminar Proposal			■			■		
5	Pengolahan Data				■		■		
6	Bimbingan Skripsi				■	■	■	■	■
7	Munaqasah							■	■

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tercatat dalam Sub Sektor Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017 sampai 2019.

Alasan pemilihan perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga sebagai sampel disebabkan karena perusahaan terdiri dari berbagai macam sub sektor industri, sehingga dapat mencerminkan reaksi pasar modal secara keseluruhan dan terkait alasan pengujian data. Periode penelitian yang dilakukan adalah tahun 2017 – 2019. Alasan penulis tidak memasukkan data terbaru samapai tahun 2020 karena didalam webside [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) data laporan keuangan perusahaan belum tersedia, atau belum diterbitkan. Oleh

karena itu penulis hanya menggunakan data data laporan keuangan tahunan periode 2017 sampai 2019.

Adapun jumlah perusahaan sub sektor Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga adalah sebanyak 7 (tujuh) perusahaan, diantaranya:

**Tabel 3.2**  
**Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan RumahTangga**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk
2	MBTO	Martina Berto Tbk
3	MRAT	Mustika Ratu
4	TCID	Mandom Indonesia Tbk
5	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
6	KINO	Kino Indonesia Tbk
7	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Menurut Ikhsan dkk (2014 : 106) Sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dipilih secara hati-hati dari populasi tersebut.” Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat diambil dari populasi tersebut dan pemilihan. Sampel penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan.(Sapitri, 2019: 51-52)

Alasan penulis menggunakan metode *purposive sampling* karena perusahaan yang menjadi populasi terdiri dari banyak perusahaan sehingga tidak semua perusahaan dijadikan sebagai sampel dan tidak semua sampel mempunyai kriteria yang tepat. Sampel yang diambil

ditentukan oleh penulis berdasarkan kriteria tertentu agar memperoleh sampel yang representative.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019.
- b. Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang mempublikasikan laporan keuangan dengan lengkap dan dinyatakan dalam mata uang rupiah secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017-2019.
- c. Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang tidak delisting di Bursa Efek Indonesia (BEI)..

Dari kriteria di atas maka data pemilihan sampel dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Pemilihan Sampel**

Keterangan	Jumlah Perusahaan/ Periode
Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019.	7
Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang mempublikasikan laporan keuangan dengan lengkap dan dinyatakan dalam mata uang rupiah secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017-2019.	7
Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang delisting di Bursa Efek Indonesia (BEI).	(1)
Jumlah Sampel : 7-1	6

Dari tabel diatas diperoleh sampel penelitian sebanyak 6 perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI sampai tahun 2019. Periode pengamatan dilakukan selama 3 (tiga) tahun, yaitu tahun 2017, 2018 dan 2019.

Alasan pemilihan sampel dengan kriteria tersebut bertujuan untuk menghindari kesalahan yang disebabkan oleh adanya perbedaan yang ekstrim (berlebihan). Berdasarkan kriteria tersebut maka perusahaan yang memenuhi kriteria terpilih sebagai berjumlah 6(enam) perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, diantaranya:

**Tabel 3.4**  
**Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Barang Keperluan RumahTangga**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk
2	MBTO	Martina Berto Tbk
3	MRAT	Mustika Ratu
4	TCID	Mandom Indonesia Tbk
5	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
6	KINO	Kino Indonesia Tbk

Dari tujuh perusahaan hanya enam perusahaan yang dijadikan sebagai sampel, dan satu sampel tidak dimasukkan dalam penelitian yaitu PT Cottonindo Ariesta Tbk dikarenakan perusahaan tidak memenuhi kriteria dimana perusahaan PT Cottonindo Ariesta Tbk delisting di Bursa Efek Indonesia, karena perusahaan telah dirubah dari perusahaan terbuka menjadi perusahaan tertutup.

#### **B. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yaitu yang diperoleh secara tidak langsung dengan mempelajari dokumen yang berhubungan dengan penelitian. Data-data tersebut antara lain adalah laporan keuangan perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan

Rumah Tangga pada Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019 melalui situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi yaitu laporan keuangan berupa laporan harga dan transaksi saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

### D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel X dan Y, dengan menggunakan:

#### 1. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y. Rumus yang digunakan:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Harga Saham

Y = Penjualan Saham

Dimana nilai a dan b dapat dihitung dengan persamaan

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i - (\sum X_i)^2}$$

#### 2. Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel X dan variabel Y. Rumus yang digunakan

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Koefisien Korelasi

X = Harga Saham

Y = Penjualan Saham

n = Jumlah data Koefisien korelasi dinyatakan dengan r, besamya antara 1 sampai dengan 1.

Pengertian korelasi pada angka yang tercantum yaitu sebagai berikut:

- a) Jika  $r=1$  atau mendekati 1, berarti mempunyai hubungan yang kuat dan positif antara variabel X dan variabel Y serta sifatnya searah.
- b) Jika  $r = -1$  atau mendekati -1, berarti mempunyai hubungan yang kuat dan negatif antara variabel X dan variabel Y serta sifatnya berlawanan arah.
- c) Jika  $r = 0$  atau mendekati 0, berarti antara variabel X dan variabel Y tidak mempunyai hubungan sama sekali atau sangat lemah.
- d) Jika  $r = +1$  dan  $-1$ , jika r bernilai +1 atau -1 maka variabel menunjukkan korelasi positif atau negatif yang sempurna.

### 3. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis yang dikemukakan diterima atau ditolak, maka akan dilakukan uji hipotesis dua pihak dengan langkah- langkah prosedur pengujian hipotesis sebagai berikut:

- a. Menentukan alternatif hipotesis

$H_0$  = Tidak ada pengaruh yang signifikan dari harga saham terhadap penjualan saham.

$H_a$  = Ada pengaruh yang signifikan dari harga saham terhadap penjualan saham.

- b. Tentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) dalam hal ini  $\alpha = 0,10$  atau 10%
- c. Menentukan nilai  $t$  tabel berdasarkan taraf signifikan dan derajat kebebasan dengan rumus:

$$t = \frac{a}{2} : df (n-2)$$

Dimana:

t = Nilai Tabel

a = Taraf Signifikan

df = Derajat Kebebasan {degree of freedom}

n = Jumlah sampel

- d. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:
- a) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  =  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
  - b) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  =  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- e. Koefisien determinasi Untuk mengetahui berapa besar kontribusi variable X terhadap variabel Y, akan digunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut

$$R = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

R = Hasil Koefisien Korelasi



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. PT Akasha Wira Internasional Tbk**

###### **a. Sejarah Berdirinya ADES**

PT Akasha Wira Internasional Tbk (Perseroan) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985. Nama perseroan telah diubah beberapa kali, terakhir pada tahun 2010, ketika nama perseroan diubah menjadi PT Akasha Wira Internasional Tbk.

Anggaran dasar perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan terakhir dibuat dalam akta pernyataan Keputusan Rapat Perubahan Anggaran Dasar PT Akasha Wira Internasional Tbk No. 19 tanggal 8 Juli 2015 yang dibuat dihadapan Notaris Jose Dima Satria, SH, M. Kn, mengenai perubahan anggaran dasar untuk menyesuaikan dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 32/POJK.04/2014 tentang rencana dan penyelenggaraan rapat umum pemegang saham Perseroan Terbuka (PJOK 32), dan No.33/PJOK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perseroan Publik (PJOK 33)serta menyusun kembali seluruh anggaran dasar perseroan sehubungan dengan penyesuaian anggaran dasar perseroan dengan PJOK 32 dan PJOK 33 tersebut

###### **b. Visi**

Menghadirkan solusi terbaik dunia untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen kami.

###### **c. Misi**

Membangun merk yang kuat yang memberikan solusi konsumen terbaik melalui orang, budaya dan sistem terbaik

## **2. PT Martina Berto Tbk (MBTO)**

### **a. Sejarah berdirinya MBTO**

Dr. HC. Martha Tilaar mengawali dengan membuka salon kecantikan pada tahun 1997. Selain itu beliau terus menimba ilmu kecantikan dan perawatan tubuh ke pusat kecantikan di Amerika dan Eropa. Hal inilah yang membangkitkan semangat dan kesadaran beliau bahwa bahan baku yang berasal dari Indonesia jika di olah dengan baik dan professional dapat menghasilkan kosmetika alami dan jamu tradisional yang dapat mempercantik wanita Indonesia dan dunia secara holistic.

Setelah sukses dalam bisnis salon kecantikan dengan beberapa salon di Jakarta, Ibu Martha Tilaar mendirikan sekolah kecantikan Puspita Martha yang mencetak ahli kecantikan, penata rias, penata rambut dan terapis. Salon dan sekolah tersebut diprioritaskan dibawah bendera PT Marta Beauty Gallery. Kesuksesan tersebut mendorong Ibu Martha Tilaar memulai untuk memproduksi kosmetika dan jamu dan mendirikan PT Martina Berto pada tanggal 1 Juni 1997 dengan mitra usaha yaitu Bapak Bernard Pranata (alm) dan Ibu Theresia Harsini Setiady.

Adapun merk pertama yang diproduksi dan dipasarkan adalah "Sari Ayu Martha Tilaar" sebagai kosmetika alami yang berkonsep holistik, dengan laboratorium praktek di salon dan sekolah kecantikan tersebut. Hal ini menyebabkan produk-produk Sari Ayu Martha Tilaar selalu berakibat kepada pendidikan dan layanan konsumen yang praktis dan mudah diterapkan. Karena sambutan pasar yang tinggi maka pada tanggal 22 Desember 1981 didirikan pabrik modern yang pertama PT Martina Berto di Jl. Pulo Ayang No.3, Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta Timur. Dengan berjalannya waktu, pabrik kekurangan kapasitas produksi, kemudian pada tahun 1986 didirikan pabrik ke dua di Jl. Pulokambing II/1. Kawasan Industri Pulo Gadung dengan

konsentrasi pada kosmetika kering, semi padat dan jamu sedangkan pabrik yang pertama dikonsentrasikan pada produk kosmetika cair.

**b. Visi**

Menjadi perusahaan perawatan kecantikan dan spa yang terkemuka di dunia dengan produk yang bernuansa ketimuran dan alami, melalui pemanfaatan teknologi modern, penelitian dan pengembangan sebagai sarana peningkatan nilai tambah bagi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya.

**c. Misi**

- 1) Mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk perawatan kecantikan dan spa yang bernuansa ketimuran dan alami dengan standar mutu internasional guna memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai segmen pasar dari premium, menengah dan menengah kebawah dalam suatu portofolio yang sehat dan setiap merek mampu mencapai posisi 3 besar di Indonesia di setiap segmen pasar yang dimasukinya.
- 2) Menyediakan layanan yang prima kepada semua pelanggan dalam porsi yang seimbang, termasuk konsumen dan para penyalur produk.
- 3) Mempertahankan kondisi keuangan yang sehat dan pertumbuhan bisnis.
- 4) Merekrut, melatih dan mempertahankan tenaga kerja yang kompeten dan produktif sebagai bagian-bagian dari aset perseroan.
- 5) Memanfaatkan metodeoperasi, sistem dan teknologi yang efisien dan efektif diseluruh unit dan fungsi usaha.
- 6) Menerapkan “Good Corporate Governace” secara konsisten demi kepentingan para pemangku kepentingan.
- 7) Memberikan tingkat keuntungan yang wajar kepada para pemegang saham.

- 8) Mengembangkan pasar internasional kosmetika, produk spa dan herbal dengan fokus jangka menengah di kawasan Asia Pacic dan fokus jangka panjang di pasar global dengan produk dan merek pilihan.

### 3. PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)

#### a. Sejarah berdirinya MRAT

PT Mustika Ratu Tbk (MRAT) didirikan pada tanggal 14 Maret 1978. PT Mustika Ratu Tbk (Perseroan) merupakan perusahaan kosmetika dan jamu modern tradisional ternama di Indonesia. Berdiri dengan nama Mustika Ratu yang filosofi sangat mendalam yaitu tentang asal mula terciptanya nama dari kearifanbudaya lokal, trahing kusumo rembesing madu, turuning sinatryo,tedak ing wong amoro topo, mustikaning ratu, mangayu hayuning bawono, yang berarti perjuangan kesatriaan melalui keprihatinan sehingga terciptalah sesuatu yang bernilai yaitu nama Mustika Ratu, untuk melanjutkan nilai-nilai filosofi yang dibagikan kepada masyarakat luas dan dibawa sesuai perkembangan teknologi dan kemajuan zaman.

Kegiatan usahan perseroan dimulai pada tahun 1987 dan terus berkembang sebagai perusahaan yang memiliki reputasi dan keahlian yang sangat baik dalam industri perawatan kesehatan dan kecantikan yang diterima secara universal sebagai produk yang berbasis kebudayaan. Alami dan modern.

Sejarah panjang PT Mustika Ratu Tbk semula merupakan *home* industri yang didirikan oleh ibu BRAMooryati Soedibyو pada tahun 1975 yang dimulai dari dalam generasi kediaman Ibu BRA Mooryati Soedibyو. Usaha tersebut semakin lama semakin berkembang menjadi sebuah Perusahaan besar yang didirikan di Jakarta dan berdomisili di Jalan Gatot Subroto Kav. 74-75, dengan nama PT Mustika Ratu berdasarkan Akta Pendirian No. 35 tanggal 14 Maret 1978. Dengan menerapkan strategi yang kokoh dan

kinerja terarah, kini perseroan telah berkembang dan dikenal sebagai perusahaan kosmetika dan jamu tradisional terdepan di tanah air.

**b. Visi**

Menjadikan royal heritage Indonesia dan ramuan rahasia berbasis kekayaan hayati sebagai dasar untuk industri perawatan kesehatan dan kecantikan yang holistic dengan didukung proses riset dan teknologi berkelanjutan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

**c. Misi**

Falsafah kesehatan dan kecantikan holistic dari Indonesia royal heritage yang digali kembali oleh Ibu BRA Mooryati Soedibyo untuk dinikmati oleh masyarakat dan lingkungan sebagai karunia Tuhan diwujudkan melalui terciptanya: Sumber daya manusia yang berkomitmen dan kompeten, pengelolaan perusahaan yang baik, berdisiplin tinggi dan tangkas, menciptakan inovasi yang relevan dan memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, mengutamakan kepuasan pelanggan, dan menggunakan riset dan teknologi untuk kemajuan perusahaan.

**4. Mandom Indonesia Tbk TCID)**

**a. Sejarah berdirinya TCID**

Mandom berdiri pada bulan November tahun 1969 dengan nama PT Tancho Indonesia Co. Ltd. Pada April 1971 mulai memproduksi komersial di pabrik Sunter, Jakarta. Januari 1990 berubah nama menjadi PT Tamcho Indonesia. September 1993 mencatatkan seluruh saham di Bursa Efek Indonesia. Mei 1997 berubah nama menjadi PT Tancho Indonesia Tbk. Pada Januari 2001 berubah nama menjadi PT Mandom Indonesia Tbk dan diikuti dengan pergantian logo perseroan.

## **b. Misi Mandom**

### 1) Human to Human

Mandom adalah perusahaan yang berorientasi pada manusia, dipandu oleh konsep unik kami tentang “Sehat, Bersih, dan Indah”, kami dengan penuh keyakinan akan menantang batas untuk bisa menghadirkan inspirasi dan kesan dalam kehidupan anda.

### 2) Mandom Principles

Menciptakan nilai gaya hidup bersama konsumen, untuk konsumen Challenge, Change, Innovation Partisipasi Aktif Karyawan Tanggung Jawab Sosial dan Sustainability Human Assets.

### 3) Mandom Spirit

Memberi Manfaat (Oyakudachi) Menjunjung Tinggi Kemanusiaan Kebebasan & Keterbukaan.

## **5. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)**

### **a. Sejarah berdirinya UNVR**

Unilever Indonesia adalah salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang bergerak dalam bidang industri consumer goods, dan telah memimpin industri ini selama 86 tahun. Tujuan utama bisnis kami adalah untuk memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan (kehidupan yang ramah lingkungan dan memberikan manfaat sosial). Didirikan sebagai Lever's Zeepfabrieken NV pada 5 Desember 1933, perseroan berganti nama pada tahun 1980 menjadi “PT Unilever Indonesia”, sebagaimana dicatat dalam akta No. 171 oleh notaris publik Kartini Muljadi, SH, tertanggal 22 Juli 1980. Perseroan selanjutnya mengalami perubahan nama pada tanggal 30 Juni 1997 menjadi “PT Unilever Indonesia Tbk”. Hal tersebut dicatat oleh notaris publik Mudofir Hadi, S.H. dalam akta No. 92, yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dalam Surat Keputusan No.C2-

1.049HT.01.04-TH.1998 tanggal 23 Februari 1998 dan diterbitkan dalam Berita Negara No. 39 pada 15 Mei 1998, Unilever Indonesia menjadi perusahaan publik pada tahun 1981 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya pada tanggal 11 Januari 1982.

**b. Visi**

Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari masyarakat Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

**c. Misi**

- 1) Untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
- 2) Membantu Konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
- 3) Untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
- 4) Mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan untuk terus bertumbuh seraya mengurangi dampak terhadap lingkungan.

**6. PT Kino Indonesia Tbk (Kino)**

**a. Sejarah berdirinya KINO**

PT Kino Indonesia Tbk (Kino) berawal dari sebuah perusahaan distribusi bernama PT Dutalestari Sentratama (DLS), yang berdiri pada tahun 1991, Memanfaatkan usaha peluang yang ada saat itu, pengembangan usaha dilakukan DLS dengan mendirikan PT Kino Sentral Industrindo (KSI) sebagai sebuah perusahaan produksi makanan ringan pada tahun 1997 yang terus aktif menciptakan berbagai macam produksi minuman berperisa dalam bentuk serbuk yang hingga kini dijual dipasar Indonesia maupun manca negara. Produk pertama yang diluncurkan oleh KSI adalah “Kino Candy” Kino Candy”.

Melihat Keberhasilan pencapaian sebelumnya, pada tahun 1999, Perseroan mendirikan PT Kinocare Era Kosmetindo sebagai produsen dengan aneka produk perawatan tubuh untuk semua gender dan usia. Pada tahun 2014, PT Kinocare Era Kosmetindo berganti nama menjadi PT Kino Indonesia.

**b. Visi**

Menjadi perusahaan ternama di Indonesia yang berlandaskan ide & inovasi dan terus bergerak untuk menjadi perusahaan yang mendunia tanpa meningkatkan nilai-nilai lokal.

**c. Misi**

Memperluas pasar melalui pengembangan produk yang didorong oleh semangat untuk berinovasi.

**B. Hasil Pengolahan Data**

**1. Model Regresi Sederhana**

Pada penelitian ini, uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan model regresi linier sederhana. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Noor, 2020:60). Berikut disajikan hasil dari analisis regresi linier sederhana:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1613336.357	409007.405		3.945	.001
Harga Saham	-19.254	18.702	-.249	-1.030	.319

a. Dependent Variable: Penjualan Saham

Sumber: Data olahan spss28



Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier sederhana di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier seperti berikut ini:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1613336,357 - 19.254X$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresinya yang diestimasi sebagai berikut:

- a. nilai konstanta positif 1.613.336,357 menunjukkan jika variabel harga saham bernilai nol atau tetap maka penjualan saham sebesar 1.613.336,357.
- b. Koefisien persamaan regresi linier sederhana di atas dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar -19254 artinya variabel harga saham menunjukkan arah hubungan negative antara harga saham dengan penjualan saham. Jika harga saham naik satu satuan maka penjualan saham akan turun sebesar 19.254.

## 2. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Menurut Sugiyono (2012) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Ketentuan Koefesien Korelasi**

Interval Koefesien (T)	Interprestasi
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,5999	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Koefesien Korelasi**  
**Correlations**

		Harga Saham	Penjualan Saham
Harga Saham	Pearson Correlation	1	-.249
	Sig. (2-tailed)		.319
	N	18	18
Penjualan Saham	Pearson Correlation	-.249	1
	Sig. (2-tailed)	.319	
	N	18	18

Sumber: Data olahan spss 28

Berdasarkan uji koefesien korelasi diatas, dapat diperoleh nilai R yaitu sebesar 0,249. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga saham mempunyai hubungan yang lemah terhadap penjualan saham. Karena Nilai tersebut hampir mendekati angka nol, yang mana kriteria pengambilan keputusan dari angka 0-1. Berdasarkan pedoman nilai korelasi diatas nilai berada pada rentang 0,20-0,399.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel indenpenden secara persial terhadap variabel dependen jika tingkat signifikan, dengan ketentuan apabila tingkat signifikan  $>0,05$  maka

H<sub>0</sub> diterima. Jika tingkat signifikan < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak (Priyatno, 2014:45). Berikut hasil uji t:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1613336.357	409007.405	P	3.945	.001
	Harga Saham	-19.254	18.702	-.249	-1.030	.319

a. Dependent Variable: Penjualan Saham

Sumber: Data olahan spss 28

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,030 besar dari nilai  $t_{tabel}$  0,71756 ( $1,030 > 0,71756$ ), dengan nilai signifikan  $0,319 > 0,05$ . Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikasi. Berdasarkan uji t diatas maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, yang berarti bahwa harga saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jadi dapat disimpulkan, harga saham berpengaruh signifikan terhadap penjualan saham, karena penentuan harga saham dapat membantu investor dalam memutuskan untuk membeli saham tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa harga saham yang ditetapkan akan membantu investor dalam memutuskan apakah investor tersebut membeli atau tidaknya saham tersebut, maka semakin terjangkau harga saham dapat mempengaruhi investor untuk membeli saham yang akan memberikan dampak baik untuk penjualan. jika harga saham yang ditawarkan kepada investor terjangkau maka penjualan saham akan semakin meningkat.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinan ( $R$ ) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel-variabel independen. Hasil dari pengujian koefisien determinasi ini dapat dilihat pada bagian Adjusted R Square tabel model Summary. (Noor, 2020:62)

Berikut ini disajikan hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini:

**Tabel 4.5**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.249 <sup>a</sup>	.062	.004	1453757.265

a. Predictors: (Constant), Harga Saham

Sumber: Data olahan spss 28

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai  $R$  adalah 0,249 dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,062 atau 6,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Harga Saham ( $X$ ), mampu mempengaruhi variabel dependen yaitu Penjualan Saham ( $Y$ ) sebesar 6,2%. Sedangkan sisanya sebesar 93,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

## C. Pembahasan Penelitian

### 1. Pengaruh Harga Saham Terhadap Penjualan Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa harga saham ( $X$ ) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan saham ( $Y$ ) pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan penjualan penjualan saham adalah dengan cara menetapkan harga saham yang dapat dijangkau oleh investor. Dengan dijangkaunya harga saham

tersebut maka akan mempengaruhi loyalitas investor tersebut untuk terus melakukan investasi pada Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan demikian komitmen investor kepada perusahaan dapat tercapai dan kepada tujuan dan misi organisasi sehingga Peningkatan Penjualan lebih meningkat dan produktifitas kerja karyawan lebih maksimal.

Berdasarkan hasil pengujian diatas, Pengaruh harga saham terhadap penjualan saham diperoleh nilai  $t_{hitung}$  besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $1.030 > 0,71756$ ) serta didapat nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ( $0,319 > 0,05$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa harga saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya setiap kenaikan harga saham akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan saham. Karena harga saham yang tinggi akan mengurangi minat investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan tersebut. Jadi harga saham berpengaruh signifikan terhadap penjualan saham karena harga saham dapat menurunkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka akan memerlukan modal untuk investasi, sehingga penjualan saham akan menurun, dan semakin rendah harga saham maka penjualan saham akan meningkat.

Penentuan harga saham dapat membantu investor dalam memutuskan untuk membeli saham tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa harga saham yang ditetapkan akan membantu investor dalam memutuskan apakah investor tersebut membeli atau tidaknya saham tersebut, maka semakin terjangkau harga saham dapat mempengaruhi investor untuk membeli saham yang akan memberikan dampak baik untuk penjualan. jika harga saham yang ditawarkan kepada investor terjangkau maka penjualan saham akan semakin meningkat. Harga saham yang terlalu tinggi akan membuat investor berfikir kembali

untuk membeli saham tersebut sehingga perusahaan tidak memperoleh pendapatan dan laba yang cukup, sebaliknya harga saham yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang direncanakan. Secara umum menjual ataupun membeli saham dapat ditentukan oleh perbandingan antara perkiraan nilai intrinsik dengan harga pasarnya. Hal ini akan berdampak pada penjualan saham suatu perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sapriko Hendra (2011), Analisis Pengaruh Tingkat Profitabilitas dan Harga Saham Terhadap Volume Penjualan Saham Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Secara Parsial Harga Saham Berpengaruh Signifikan Terhadap Volume Penjualan Saham. Karena penentuan harga saham dapat membantu investor dalam memutuskan untuk membeli saham tersebut.

Berbanding terbalik dengan penelitian Rani Noviliyana dan Ririn Irmadariyani (2014) dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Tingkat Profitabilitas dan Harga Saham Terhadap Volume Penjualan Saham Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Dengan dua variabel independen yaitu tingkat profitabilitas dan harga saham Dari hasil yang data penelitian yang telah dilakukan harga saham tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Jumriani. R, Osman Lewangka dan Erlina Pakki (2019), yang berjudul “Pengaruh Rasio Profitabilitas Dan Harga Saham Terhadap Volume Penjualan Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman” menunjukkan bahwa variabel Harga Saham tidak berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan saham.

Naik turunnya harga saham bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi minat investor. Terdapat faktor lain yang dapat

mempengaruhi volume penjualan saham. Investor tidak hanya melihat harga saham perusahaan untuk melakukan investasi. Salah satu cara yaitu melihat informasi dari laporan keuangan perusahaan dan dapat melihat kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal lain yang dapat mempengaruhi penjualan saham yaitu NPM, ROA, dan EPS. EPS yang diperoleh perusahaan akan menentukan besarnya minat investor untuk menanamkan sahamnya. Besarnya minat investor tersebut dikarenakan Earnings atau laba menjadi kriteria penting dalam menilai kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Karena EPS ditentukan dari besarnya laba perusahaan, jika laba perusahaan tinggi maka EPS juga tinggi. Hal ini akan menarik investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut dan akan mempengaruhi penjualan saham.

Hasil penelitian Pengaruh Harga Saham terhadap Penjualan Saham pada Perusahaan sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejalan dengan teori yang terdapat dalam kajian teori. Dalam kajian teori menurut Murabokah (2012) dalam buku Noviyani dan Irmadaryani (2012:2) mengatakan bahwa bila harga saham dinilai terlalu tinggi oleh pasar, maka jumlah permintaannya berkurang. Sebaliknya bila pasar menilai bahwa harga saham tersebut terlalu rendah, jumlah permintaannya akan meningkat. Tingginya harga saham akan mengurangi kemampuan para investor untuk membeli saham tersebut. Para pelaku pasar modal khususnya para investor sangat dipengaruhi oleh pergerakan harga saham suatu perusahaan.

## **2. Besar Pengaruh Harga Saham Terhadap Penjualan Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia**

Sesuai dengan hasil uji Koefisien Determinasi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,249 yang artinya tidak terdapat hubungan atau pengaruh sama sekali atau bisa dikatakan

mempunyai hubungan yang sangat lemah antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai (R) mendekati 0. Nilai  $R^2$  0,069 yang berarti bahwa 6,2% variabel penjualan saham dipengaruhi variabel harga saham. Hal ini menunjukkan bahwa harga saham (X) yang dirasakan oleh para investor mempunyai pengaruh terhadap penjualan saham (Y) pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnawati (2006), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga Saham dan Tingkat Bunga Deposito terhadap Volume Penjualan Saham”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga saham dan tingkat suku bunga deposito secara serentak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan saham. Berdasarkan penelitian di atas terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan saham yaitu Earning Per Share, Dividen Per Share dan tingkat suku bunga deposito. Namun di sisi lain tingkat profitabilitas dan harga saham suatu perusahaan juga harus menjadi pertimbangan oleh para investor dalam melakukan investasi.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan mengenai pengaruh variabel harga saham terhadap penjualan saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa harga saham berpengaruh negatif dan berpengaruh signifikan terhadap penjualan saham. karena harga saham dapat menurunkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka akan memerlukan modal untuk investasi, sehingga penjualan saham akan menurun, dan semakin rendah harga saham maka penjualan saham akan meningkat. Artinya setiap kenaikan harga saham akan menurunkan tingkat penjualan saham.

#### **B. Saran**

##### **1. Bagi Perusahaan**

Perusahaan harus dapat menetapkan harga yang lebih kompetitif sehingga dapat dijangkau oleh investor. Dalam pemberian harga, perusahaan harus menyesuaikan dengan pada persaingan dipasar modal. Perusahaan juga perlu lebih memperhatikan harga saham yang berlaku di pasar modal sehingga perusahaan dapat lebih cepat untuk bereaksi terhadap harga pada saham agar perusahaan dapat lebih memantau harga pesaing dari perusahaan dalam pasar modal.

##### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya dan Peneliti Sendiri**

Diharapka peneliti selanjutnya untuk menggunakan periode lebih panjang serta menambahkan variabel-variabel penelitian lain yang berpengaruh terhadap penjualan saham. Dan untuk peneliti sendiri, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan terutama tentang saham yang ada di Bursa Efek Indonesia.

### 3. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi atau kepustakaan bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang ekonomi khususnya tentang harga saham dan penjualan saham.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anaz, Anwar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Anisma, Yuenita. 2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham Perusahaan Perbankan yang Listing di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, Vol. 2 (5): 147. Maret 2012. Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- Aziz. Muzdalifah, dkk. 2015. *Manajemen Investasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Djauharotun. 2005. *Pengaruh Erning Per Share (EPS) dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Tekstil dan Garmen di BEJ*. Ekonomi, Universitas Negeri Semarang (Semarang)
- Fauziah, Fenty. 2017. *Kesehatan bank, Kebijakan Deviden, dan Nilai Perusahaan Teori dan Kajian Empiris*. Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Fuat. M. H, dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Ginting, S dan Suriany. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 3(02): 61. Program Studi Akutansi STIE Mikroskil.
- Ikhlasasti, Violetta. 2018. *Pengaruh NPM, dan ROE Terhadap Harga Saham Perusahaan Kosmetik*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 7 (5): 2461-0593. 5 Mei 2018. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEISIA) Surabaya.
- Irawati, Meli. 2018. *Analisis Kebangkrutandengan Menggunakan Metode Grover (Studi Kasus Sub Sektor Pulp & Kertas yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)*. Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah, IAIN. Batusangkar.
- Jarawati, Dewi. 2013. *Analisis Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Manurung. H Adler. 2004. *Strategi Memenangkan Transaksi Saham*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Noor, V. Fahtira. 2020. *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)*. Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu.

- Noviliyana, Rani dan Irmadariyani, Noviliyana. 2014. *Analisis Pengaruh Tingkat Profitabilitas dan Harga Saham Terhadap Volume Penjualan Saham Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Akuntansi, Fakultas Ekonomi. Universitas Jember (UNEJ).
- Priyatno, Nano. 2014. *SPSS: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi OFFSET
- R, Jumriani. 2019. *Pengaruh Rasio Profitabilitas Dan Harga Saham Terhadap Volume Penjualan Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman*. Manajemen, Universitas Hasanuddin Makassar.
- Rahayu, Ni Made Putri S. 2016. *Pengaruh, MVA dan Likuiditas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food and Beverages*. *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 (1): 443-469. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali-Indonesia.
- Rahmadewi, P.W dan Abundanti, Nyoman. 2018. *Pengaruh EPS, CR, dan REO terhadap Harga Saham di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7 (4): 2106-2133. Fakultas Ekonomi dan Bsnis. Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sapitri, Nur. Elpi. 2019. *Pengaruh Sales Growth, Net Profit Margin (NPM) Dan Return On Assets (ROA) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017*. Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara (UMSU)
- Saputra, B. Angga. 2011. *Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham*. Akuntansi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Sutrisno, Bambang. 2017. *Hubungan Volitalitas dan Volume Perdagangan Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 7 (1): 15-26.
- Suyono. 2018. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA).



L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Jl. Stadion No.132 Kubukaj, Uluh Pahlawan Batusangkar 27271, Telp. (0752) 71150, Fax. (0752) 71879  
Website: www.iaibatusangkar.ac.id, e-mail: kpro@iaibatusangkar.ac.id

Nomor : B-0560/In.27/LI/TL.00/07/2021 09 Juli 2021  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 Rangkap  
Penhal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Bursa Efek Indonesia  
Padang

Assalamu 'alaikum W. W.  
Dengan hormat,

Dengan ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa Mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : Wahyuni Nasution / 1730402084  
Tempat/Tanggal Lahir : Padang Aiai, 20 Desember 1997  
Kartu identitas : KTP: 1305076012970002  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Alamat : Padang Aiai Jorong Petek Nagari Panti Kecamatan Panti  
Kabupaten Pasaman

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : Pengaruh Harga Saham terhadap Penjualan Saham pada  
Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan  
Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Lokasi : Bursa Efek Indonesia  
Waktu : 10 Juli 2021 s.d 10 September 2021  
Dosen Pembimbing 1 : Gampito, SE., M.Si  
2 : -

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan surat izin penelitian mahasiswa yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Dr. H. Muhammad Fadzil, M. Pd

Tembusan

1. Rektor IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)



## FORMULIR KETERANGAN

Nomor : Form-Riset- 00456/BEI PSR/08-2021  
Tanggal : 6 Agustus 2021  
Kepada Yth. : Dr. H. Muhammad Fazis, M. Pd  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat  
LAIN Batusangkar  
Alamat : Jl. Sudirman No. 137, Kuburajo Limo Kaum Batusangkar

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Wahyuni Nasution  
NIM : 1730402084  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah menggunakan data data yang tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk penyusunan skripsi dengan judul "**Pengaruh Harga Saham Terhadap Penjualan Saham pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**"

Selanjutnya mohon untuk mengirimkan 1 (satu) copy skripsi tersebut sebagai bukti bagi kami dan untuk melengkapi Referensi Penelitian di Pasar Modal Indonesia.

Hormat kami,



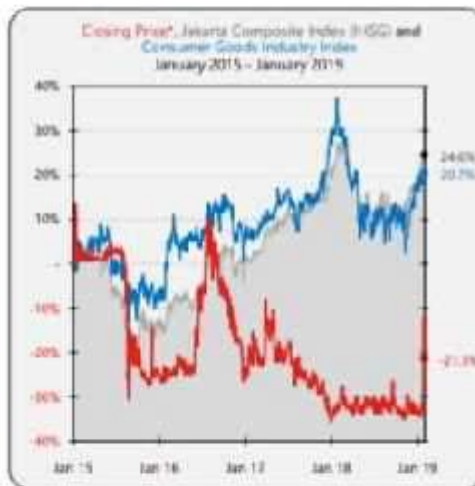
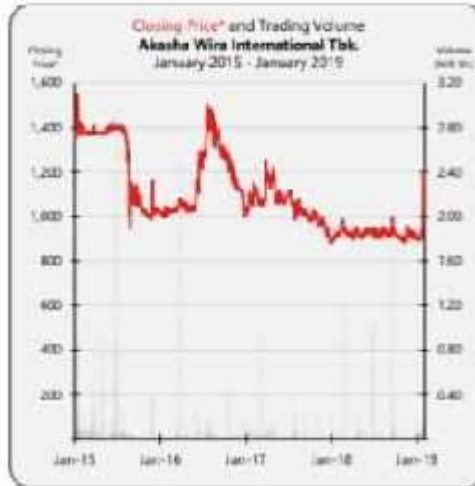
**Early Saputra**  
Kepala Kantor Perwakilan BEI Sumatera Barat



Titik Persentase Distribusi t (df = 1 - 40)

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1		1.00000	3.07768	5.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96455	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		0.72639	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	2.89645	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69931	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	3.92563
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.75131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.73305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.58615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.54577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.51048
19		0.68752	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	2.49215	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	2.47265	2.77058	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	2.45725	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		0.68057	1.30308	1.68385	2.02108	2.42325	2.70446	3.30688

# ADES Akasha Wira International Tbk.



SHARES TRADED	2015	2016	2017	2018	Jan-19
Volume (Million Sh.)	23	0	7	11	4
Value (Billion Rp)	32	2	8	10	4
Frequency (Thou. X)	8	4	3	3	2
Days	234	240	232	234	22

Price (Rp/sh)	2015	2016	2017	2018	2019
High	1,595	1,375	1,275	1,095	1,275
Low	910	580	875	880	880
Close	1,325	1,000	885	920	1,070
Close*	1,075	1,000	885	920	1,070

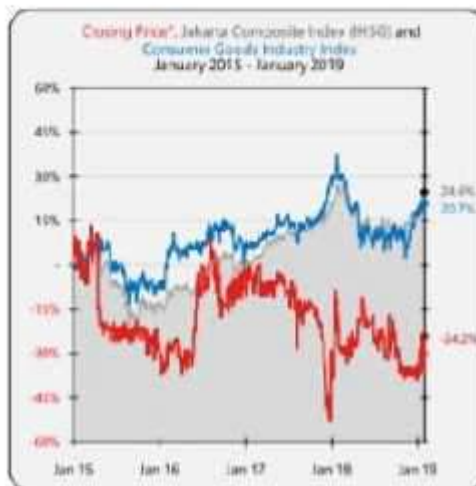
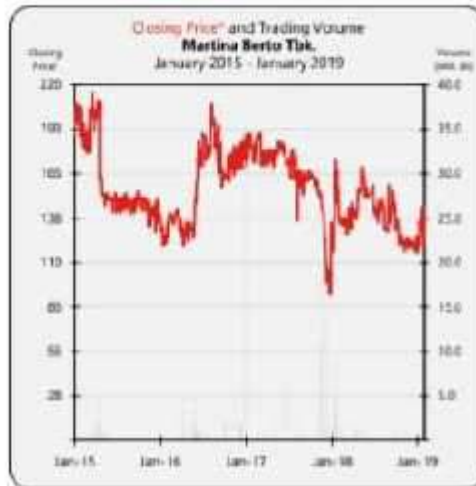
PER (R)	18.23	12.91	16.90	11.45	18.21
PER Industry (R)	17.71	23.77	16.48	24.54	36.52
PBV (R)	1.82	1.64	1.28	1.18	1.38

\* Adjusted price after corporate action

## TRADING ACTIVITIES

Month	Closing Price			Freq. (K)	Volume (Thou. Sh.)	Value (Million Rp)	P/B
	High	Low	Close				
Jan-15	1,595	1,350	1,370	2,699	1,852	8,584	21
Feb-15	1,430	1,265	1,300	803	1,245	1,725	19
Mar-15	1,490	1,370	1,375	673	2,251	3,108	22
Apr-15	1,400	1,370	1,370	371	3,380	4,620	21
May-15	1,425	1,370	1,405	962	682	970	19
Jun-15	1,445	1,380	1,395	814	5,899	8,211	21
Jul-15	1,435	1,258	1,400	290	1,421	2,030	19
Aug-15	1,400	910	1,125	434	619	744	18
Sep-15	1,150	1,000	1,040	130	295	332	16
Oct-15	1,140	1,000	1,025	219	277	286	21
Nov-15	1,240	980	1,165	434	785	911	19
Dec-15	1,200	1,005	1,015	383	707	795	18
Jan-16	1,100	980	1,005	387	189	167	19
Feb-16	1,055	1,005	1,025	162	284	282	19
Mar-16	1,100	1,010	1,030	490	3,526	3,215	21
Apr-16	1,075	1,020	1,025	227	464	482	21
May-16	1,100	1,020	1,045	160	275	286	20
Jun-16	1,125	1,055	1,290	384	1,331	1,554	22
Jul-16	1,175	1,280	1,385	866	1,285	1,811	16
Aug-16	1,525	1,305	1,380	517	965	1,354	22
Sep-16	1,400	1,255	1,300	549	148	225	21
Oct-16	1,100	1,175	1,205	199	642	622	20
Nov-16	1,230	1,100	1,120	251	355	413	20
Dec-16	1,200	1,000	1,000	271	928	1,882	19
Jan-17	1,130	1,000	1,015	386	617	662	21
Feb-17	1,180	1,050	1,080	307	680	664	19
Mar-17	1,275	1,040	1,170	329	1,541	1,726	22
Apr-17	1,240	1,125	1,165	440	855	1,007	17
May-17	1,150	1,050	1,070	290	461	514	20
Jun-17	1,110	1,050	1,080	172	232	245	14
Jul-17	1,125	960	985	327	753	788	21
Aug-17	1,100	980	1,020	250	585	601	20
Sep-17	1,050	970	980	151	555	561	19
Oct-17	1,020	980	1,010	121	235	234	21
Nov-17	1,020	960	970	247	323	306	22
Dec-17	965	875	885	210	402	363	16
Jan-18	930	885	910	398	504	456	22
Feb-18	1,000	900	920	179	1,654	1,297	19
Mar-18	980	900	910	179	181	167	20
Apr-18	975	890	910	271	580	551	21
May-18	975	900	935	237	838	764	20
Jun-18	970	900	950	138	2,084	1,957	13
Jul-18	950	900	935	194	288	263	21
Aug-18	975	900	910	213	309	288	21
Sep-18	1,095	900	920	673	3,141	2,979	19
Oct-18	925	890	890	245	274	249	22
Nov-18	930	880	910	298	416	384	20
Dec-18	940	895	920	195	280	254	18
Jan-19	1,275	880	1,070	2,458	4,032	4,321	22

# MBTO Martina Berto Tbk.



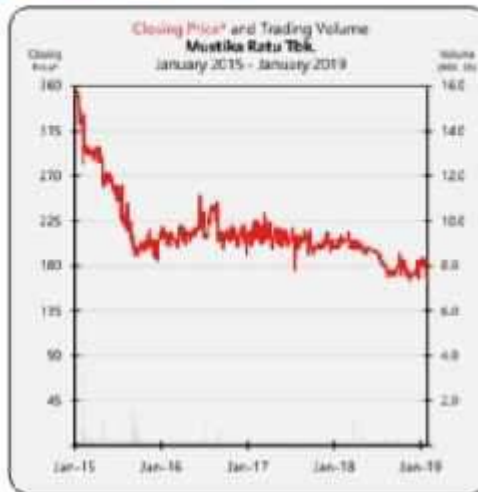
SHARES TRADED	2015	2016	2017	2018	Jan-19
Volume (Million Sh)	38	82	72	46	7
Value (Rp/Billion Rp)	8	58	12	7	0.2
Frequency (Thou. X)	3	6	18	9	0.4
Days	216	228	215	227	29
Price (Rp/sh)					
High	215	214	208	223	180
Low	127	115	70	88	118
Close	180	185	115	126	144
Close*	140	185	115	126	144
PER (X)	-19.96	17.06	-4.11	-1.62	-1.86
PER Industry CO	17.71	23.77	18.48	24.94	36.52
PBV (X)	0.34	0.45	0.15	0.36	0.44

\* Adjusted price after corporate action

## TRADING ACTIVITIES

Month	Closing Price			Freq. (K)	Volume (Thou. Sh)	Value (Million Rp)	P/B
	High	Low	Close				
Jan-15	215	180	196	600	1,562	135	21
Feb-15	205	176	191	57	351	67	17
Mar-15	215	178	199	528	4,398	855	16
Apr-15	215	146	153	428	17,918	4,287	20
May-15	152	145	150	333	8,342	651	18
Jun-15	152	140	145	117	791	117	16
Jul-15	151	141	144	57	428	63	14
Aug-15	152	138	144	132	538	80	19
Sep-15	155	140	149	151	823	122	21
Oct-15	151	135	142	57	428	65	17
Nov-15	148	127	144	105	587	71	18
Dec-15	149	129	140	141	791	92	19
Jan-16	127	115	127	201	258	32	19
Feb-16	150	125	135	143	397	54	19
Mar-16	148	128	128	278	1,303	624	20
Apr-16	140	115	124	2,215	5,436	710	20
May-16	115	124	150	954	10,388	1,391	19
Jun-16	190	147	190	1,425	7,972	1,365	22
Jul-16	191	171	177	204	5,443	982	14
Aug-16	214	170	172	268	1,276	240	21
Sep-16	195	151	164	132	3,303	585	21
Oct-16	186	155	178	125	221	39	15
Nov-16	185	158	176	82	2,189	368	18
Dec-16	190	163	185	236	48,297	7,587	20
Jan-17	194	160	182	58	186	39	16
Feb-17	190	170	187	41	1,272	180	18
Mar-17	190	162	178	63	1,748	248	19
Apr-17	180	160	169	158	1,241	214	15
May-17	208	163	184	234	2,448	427	20
Jun-17	182	165	172	57	7,522	1,309	14
Jul-17	180	161	173	121	819	147	19
Aug-17	176	150	168	276	4,283	715	22
Sep-17	148	151	165	128	422	68	19
Oct-17	148	154	158	140	1,283	227	21
Nov-17	141	132	132	168	32,797	5,693	19
Dec-17	151	70	135	16,123	18,289	2,513	18
Jan-18	220	110	148	5,153	24,374	4,326	22
Feb-18	157	130	137	805	4,377	599	19
Mar-18	174	121	148	561	1,551	219	20
Apr-18	162	132	155	974	7,267	982	21
May-18	172	140	154	552	2,564	409	20
Jun-18	170	140	146	89	173	26	12
Jul-18	160	134	145	134	845	121	20
Aug-18	160	124	158	131	721	96	17
Sep-18	158	127	146	340	891	114	17
Oct-18	146	112	124	248	1,762	235	21
Nov-18	130	84	128	147	1,178	154	20
Dec-18	127	110	126	162	58	6	18
Jan-19	160	110	144	356	1,342	200	20

# MRAT Mustika Ratu Tbk.



SHARES TRADED	2015	2016	2017	2018	Jan-19
Volume (Million Sh)	30	7	3	11	20
Value (Billion Rp)	0	1	0.6	2	3
Frequency (Thou. X)	5	1	1	2	1
Days	224	207	201	221	21

Price (Rp/ptk)	2015	2016	2017	2018	Jan-19
High	355	254	200	210	196
Low	100	107	159	116	128
Open	308	210	206	179	165
Close*	294	210	206	179	165

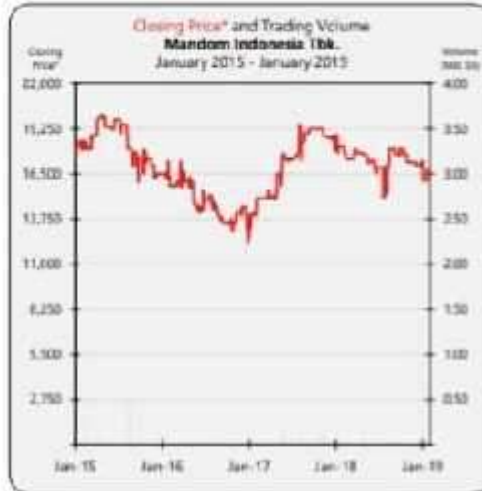
  

PER (X)	85.11	-12.02	44.19	72.77	67.88
PER Industry (X)	17.71	23.77	16.48	24.94	36.52
PBV (X)	0.24	0.24	0.24	0.21	0.15

\* Adjusted price after corporate action

Month	Closing Price			Freq. (X)	Volume (Thou. Sh.)	Value (Million Rp)	P/B
	High	Low	Close				
Jan-15	314	215	218	282	1,641	345	20
Feb-15	339	278	292	1,969	10,263	3,057	19
Mar-15	339	280	292	430	2,553	747	22
Apr-15	308	260	260	139	1,615	429	21
May-15	290	250	263	226	1,722	454	19
Jun-15	270	245	259	139	629	190	20
Jul-15	268	215	221	478	954	320	14
Aug-15	245	200	204	235	2,160	458	19
Sep-15	220	180	190	294	6,495	1,256	18
Oct-15	234	193	202	192	1,897	576	20
Nov-15	217	186	200	56	514	103	17
Dec-15	214	180	208	81	127	26	15
Jan-16	219	192	211	89	143	29	16
Feb-16	229	193	204	142	645	128	14
Mar-16	220	191	205	127	619	128	19
Apr-16	218	201	218	136	492	104	18
May-16	218	200	219	75	305	64	19
Jun-16	250	208	209	170	483	105	19
Jul-16	236	206	236	93	1,163	246	13
Aug-16	254	204	206	240	1,317	412	20
Sep-16	228	192	210	144	451	95	18
Oct-16	220	200	208	54	511	112	16
Nov-16	228	200	210	85	128	26	18
Dec-16	226	187	210	48	52	11	18
Jan-17	228	200	210	59	120	26	16
Feb-17	226	202	210	56	271	56	18
Mar-17	280	198	208	141	701	54	17
Apr-17	230	190	219	252	434	88	16
May-17	222	200	204	122	282	57	17
Jun-17	218	200	204	194	333	89	13
Jul-17	218	159	210	57	65	13	15
Aug-17	216	192	216	171	133	27	22
Sep-17	230	188	198	118	154	39	15
Oct-17	206	180	200	119	199	39	19
Nov-17	214	195	214	158	616	127	20
Dec-17	214	191	206	58	547	46	13
Jan-18	212	197	208	180	1,130	267	16
Feb-18	216	196	214	109	349	73	17
Mar-18	216	196	200	150	1,612	323	19
Apr-18	206	195	200	144	700	136	19
May-18	208	170	196	219	859	161	19
Jun-18	198	188	193	104	248	48	13
Jul-18	196	176	180	352	1,138	207	22
Aug-18	182	162	173	446	1,718	292	21
Sep-18	182	161	180	205	1,243	220	17
Oct-18	192	165	175	195	1,850	193	22
Nov-18	179	118	172	74	38	6	19
Dec-18	187	121	179	118	738	124	17
Jan-19	196	129	165	1,473	18,323	3,378	21

# TCID Mandom Indonesia Tbk.



SHARES TRADED	2015	2016	2017	2018	Jan-19
Volume (Million Sh.)	8	1	2	8	0.02
Value (Billion Rp)	58	18	25	84	0.3
Frequency (Thous. X)	0.5	0.7	0.5	0.2	0.03
Days	101	124	302	67	7

Price (Rupiah)	2015	2016	2017	2018	Jan-19
High	20,000	17,850	19,500	18,900	17,200
Low	16,000	12,250	12,900	13,000	15,900
Close	16,500	12,500	17,900	17,250	16,750
Close*	16,500	12,500	17,900	17,250	16,750

PCR (K)	6.09	13.07	20.09	17.30	16.80
PCR Industry (K)	17.71	23.77	18.48	24.04	30.52
PBV (K)	1.95	1.44	1.94	1.77	1.72

\* Adjusted price after corporate action

## TRADING ACTIVITIES

Month	Closing Price			Freq	Volume (Thous. Sh.)	Value (Billion Rp)	Day
	High	Low	Close				
Jan-15	16,500	17,500	16,000	32	402	7,637	11
Feb-15	19,000	17,500	18,000	161	782	14,089	17
Mar-15	18,500	18,000	18,500	86	128	2,347	15
Apr-15	20,000	18,500	19,900	32	234	4,547	5
May-15	20,000	18,000	19,275	14	9	173	7
Jun-15	18,800	19,250	18,800	25	39	750	13
Jul-15	18,800	17,000	19,500	34	77	1,443	4
Aug-15	18,500	16,750	17,000	73	1,189	20,896	7
Sep-15	17,800	16,000	17,500	19	64	1,593	8
Oct-15	17,250	16,000	17,500	27	31	542	8
Nov-15	17,500	16,900	17,000	9	1	75	5
Dec-15	16,800	16,250	16,500	24	7	115	8

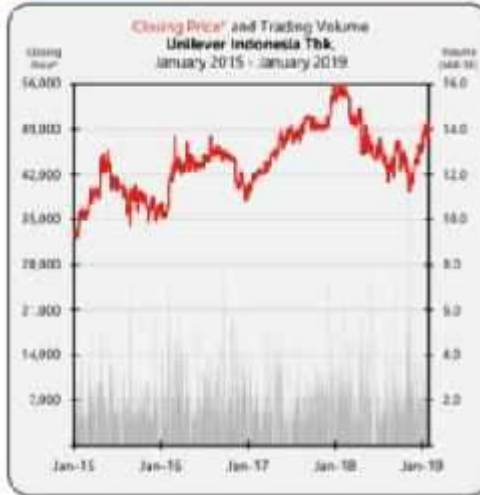
Jan-16	17,850	16,250	16,300	10	7	106	5
Feb-16	18,250	15,750	15,750	29	16	255	8
Mar-16	17,750	15,275	16,500	138	39	680	15
Apr-16	16,575	15,500	16,025	80	49	785	11
May-16	16,025	14,000	14,600	94	73	1,082	13
Jun-16	15,475	14,000	14,800	60	54	775	14
Jul-16	15,200	14,500	14,500	23	7	107	9
Aug-16	14,800	13,875	13,900	96	212	2,870	14
Sep-16	14,000	13,475	13,500	35	21	423	11
Oct-16	13,750	13,000	13,500	36	15	198	8
Nov-16	14,250	13,500	14,000	26	17	243	8
Dec-16	14,500	13,250	13,500	138	482	6,160	11

Jan-17	11,000	12,900	15,000	45	161	2,343	14
Feb-17	-	-	15,000	1	38	939	1
Mar-17	15,500	14,000	15,250	52	26	384	7
Apr-17	15,500	14,175	16,500	72	76	1,153	15
May-17	17,800	15,000	17,450	163	357	6,132	13
Jun-17	17,700	17,000	17,400	35	180	3,149	11
Jul-17	18,500	16,800	18,500	48	276	4,840	8
Aug-17	19,000	17,300	19,000	30	126	2,295	11
Sep-17	18,200	18,500	19,250	4	2	29	2
Oct-17	18,250	18,250	18,250	3	231	4,389	8
Nov-17	18,250	16,000	18,700	26	383	7,024	8
Dec-17	18,800	16,200	17,900	25	149	2,720	8

Jan-18	18,900	17,500	18,150	16	3	59	8
Feb-18	17,750	16,500	17,400	18	28	490	7
Mar-18	18,000	17,300	17,800	21	4	69	8
Apr-18	17,800	17,200	17,700	19	271	4,802	8
May-18	17,675	16,800	17,275	12	6	98	7
Jun-18	17,275	15,775	16,900	11	74	1,277	7
Jul-18	17,000	15,000	17,000	15	13	206	8
Aug-18	18,000	15,300	18,000	27	41	705	8
Sep-18	18,000	15,000	18,000	13	8	134	8
Oct-18	17,700	15,000	17,200	5	0.8	14	8
Nov-18	-	-	17,200	-	-	-	-
Dec-18	17,250	17,000	17,250	8	1,951	75,088	8

Jan-19	17,200	15,900	16,750	29	17	275	7
--------	--------	--------	--------	----	----	-----	---

# UNVR Unilever Indonesia Tbk.



SHARES TRADED	2015	2016	2017	2018	Jan-19
Volume (Million M)	505	611	505	603	52
Value (Billion Rp)	19,409	26,108	17,811	26,944	2,911
Frequency (Thou. X)	624	712	561	885	99
Days	244	246	238	240	22

Price (Rp/Share)	2015	2016	2017	2018	Jan-19
High	46,800	47,800	55,875	58,100	50,000
Low	32,100	35,300	38,800	38,900	45,425
Close	37,800	38,800	51,500	45,400	50,000
Close*	37,800	38,800	51,500	45,400	50,000

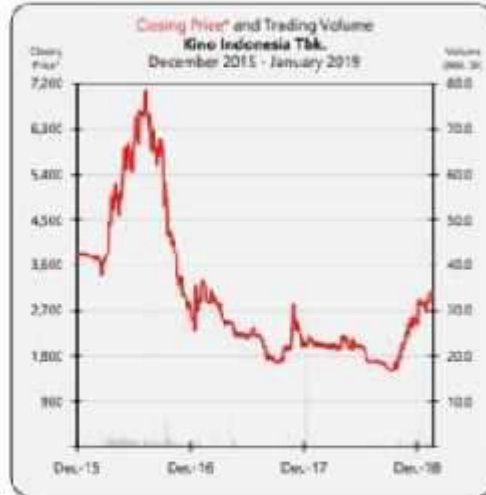
PER (X)	48.24	46.74	40.89	55.57	41.88
PER Industry (X)	17.71	25.77	18.48	24.94	36.57
PBV (X)	58.48	45.07	82.44	38.62	50.34

\* Adjusted price after corporate action

## TRADING ACTIVITIES

Month	Closing Price			Freq. (X)	Volume (Thou. Sh)	Value (Million Rp)	Days
	High	Low	Close				
Jan-15	36,275	32,100	51,825	35,934	40,100	1,368,300	21
Feb-15	37,000	34,800	35,500	40,106	34,528	1,238,098	19
Mar-15	40,500	35,750	39,050	50,852	51,654	1,975,029	22
Apr-15	44,500	37,675	42,500	43,276	53,485	2,155,514	21
May-15	46,000	42,150	43,300	46,562	47,628	1,811,168	19
Jun-15	43,000	39,800	39,500	54,240	45,770	1,889,850	21
Jul-15	41,375	38,100	40,000	48,134	32,657	1,306,892	19
Aug-15	40,400	38,000	39,725	38,833	51,971	1,908,691	20
Sep-15	40,250	35,350	38,000	54,837	34,163	1,307,718	21
Oct-15	40,000	37,000	37,000	65,118	39,538	1,523,171	21
Nov-15	38,500	34,500	35,750	50,836	39,978	1,471,317	21
Dec-15	37,875	34,150	37,000	47,897	39,437	1,476,482	18
Jan-16	37,500	35,300	36,700	61,615	48,570	1,758,005	20
Feb-16	46,175	36,050	44,525	61,609	60,547	2,467,243	20
Mar-16	42,800	41,925	42,925	83,627	71,835	3,117,613	21
Apr-16	47,300	40,025	42,575	61,443	42,880	1,895,250	21
May-16	45,150	42,350	43,100	47,403	28,900	1,254,175	20
Jun-16	45,600	42,800	43,075	46,805	44,188	1,932,485	22
Jul-16	47,800	43,625	45,050	54,829	47,225	1,843,188	19
Aug-16	46,950	44,600	45,500	65,450	52,712	2,441,888	22
Sep-16	46,000	44,000	44,550	54,577	58,751	2,678,123	21
Oct-16	45,125	44,100	44,475	50,205	50,110	2,221,411	21
Nov-16	44,550	39,600	40,525	61,215	52,051	2,163,382	22
Dec-16	42,425	37,825	38,900	60,970	57,838	2,325,830	20
Jan-17	42,000	38,800	41,700	51,627	48,575	1,784,062	21
Feb-17	42,900	41,100	43,175	38,576	28,829	1,253,205	19
Mar-17	44,300	41,825	43,525	46,728	45,851	1,967,678	22
Apr-17	45,800	43,400	44,500	32,501	25,530	1,597,678	17
May-17	50,625	44,800	45,975	63,703	58,636	2,743,131	20
Jun-17	49,500	46,250	48,800	30,917	20,965	1,032,417	15
Jul-17	49,550	46,525	48,950	57,378	38,597	1,868,619	21
Aug-17	51,000	46,925	50,550	52,819	48,276	2,112,400	22
Sep-17	51,700	48,975	48,975	46,530	35,754	1,803,875	19
Oct-17	51,175	48,550	49,800	48,150	50,967	2,527,629	22
Nov-17	51,000	48,925	49,300	46,423	55,539	2,749,087	22
Dec-17	55,975	49,075	51,900	45,486	46,148	2,411,815	18
Jan-18	58,100	52,500	54,400	65,442	54,090	2,954,008	22
Feb-18	55,550	53,500	53,980	51,750	51,007	2,775,512	19
Mar-18	54,500	48,975	48,525	52,907	48,344	2,462,356	21
Apr-18	52,900	44,550	45,950	62,781	46,408	2,268,264	21
May-18	49,425	44,900	45,500	79,338	58,505	2,747,809	20
Jun-18	46,900	43,875	45,100	60,978	30,995	1,678,317	13
Jul-18	47,625	42,650	43,250	65,101	35,043	1,501,093	22
Aug-18	45,225	40,400	43,850	84,941	48,753	2,106,874	21
Sep-18	47,225	41,000	47,325	74,966	53,500	2,436,485	19
Oct-18	44,000	40,000	41,725	89,798	48,444	2,144,472	18
Nov-18	43,575	38,900	42,250	120,870	78,708	3,262,378	21
Dec-18	46,800	42,675	45,400	71,702	43,273	1,922,012	18
Jan-19	50,000	46,425	50,000	93,054	58,096	2,812,050	22

# KINO Kino Indonesia Tbk.



## TRADING ACTIVITIES

Month	Closing Price			Freq. (K)	Volume (Thou. Sh.)	Value (Million Rp)	Day
	High	Low	Close				
Dec-15	4,300	3,600	3,640	4,637	80,275	306,947	12
Jan-16	3,885	3,580	3,800	5,218	17,859	67,379	19
Feb-16	5,830	5,170	5,120	174	9,617	51,688	20
Mar-16	4,620	3,600	4,470	5,718	25,624	102,611	21
Apr-16	5,250	4,450	4,880	8,740	31,091	151,265	21
May-16	6,100	4,350	5,075	8,021	33,210	188,281	20
Jun-16	6,775	5,350	6,675	6,790	24,338	145,935	22
Jul-16	7,175	6,095	6,950	5,471	19,070	139,220	16
Aug-16	6,675	5,475	5,800	6,954	64,967	390,177	22
Sep-16	6,225	4,100	4,300	12,170	39,114	195,212	21
Oct-16	4,350	3,350	3,380	9,440	22,132	88,091	21
Nov-16	3,440	2,740	2,750	4,657	11,170	35,068	22
Dec-16	3,350	2,250	3,020	9,626	18,138	51,363	20
Jan-17	3,450	2,590	2,970	6,727	7,979	24,372	21
Feb-17	3,140	2,620	2,950	1,972	3,731	11,014	19
Mar-17	2,970	2,400	2,310	2,428	6,450	17,726	22
Apr-17	2,580	2,400	2,400	1,085	16,879	40,720	17
May-17	2,620	2,180	2,220	2,624	6,186	14,025	20
Jun-17	2,530	2,130	2,290	563	1,795	7,874	15
Jul-17	2,378	2,100	2,140	444	408	886	21
Aug-17	2,120	1,700	1,710	949	1,252	2,389	22
Sep-17	1,790	1,540	1,680	646	1,493	2,528	19
Oct-17	2,050	1,670	1,800	1,637	5,540	10,687	22
Nov-17	2,950	1,995	2,170	3,762	4,654	11,524	22
Dec-17	2,280	1,955	2,120	497	42,874	86,870	18
Jan-18	2,220	1,950	2,070	560	824	1,898	22
Feb-18	2,130	1,905	2,020	616	1,969	2,728	19
Mar-18	2,080	1,900	1,970	462	1,996	3,969	21
Apr-18	2,250	1,900	2,030	489	590	1,176	21
May-18	2,150	1,910	1,995	611	2,552	5,135	20
Jun-18	2,090	1,750	1,760	362	1,807	3,810	13
Jul-18	1,770	1,680	1,695	1,452	5,174	10,493	22
Aug-18	1,785	1,620	1,615	1,886	1,056	8,486	21
Sep-18	1,700	1,490	1,630	892	2,757	4,300	19
Oct-18	2,150	1,510	2,040	4,024	11,396	20,727	23
Nov-18	2,640	2,010	2,170	3,609	8,005	19,341	21
Dec-18	3,020	2,220	2,800	4,395	15,607	43,969	18
Jan-19	3,150	2,640	2,980	5,557	40,526	111,794	22

SHARES TRADED	2015	2016	2017	2018	Jan-19
Volume (Million Sh.)	89	714	99	58	41
Value (Billion Rp)	307	1,185	225	124	114
Frequency (Thou. K)	5	77	22	19	6
Days	12	245	288	280	22

Price (Rupiah)	2015	2016	2017	2018	Jan-19
High	4,300	7,175	3,480	3,030	3,190
Low	3,600	2,250	1,640	1,490	2,540
Close	3,640	3,020	2,120	2,800	2,980
Close*	3,640	3,020	2,120	2,800	2,980

PER (Q)	20.86	17.58	32.25	28.43	30.34
PER Industry (Q)	17.71	22.77	18.48	24.94	36.52
PSY (Q)	3.09	2.25	1.53	1.89	2.02

\* Adjusted price after corporate action

# Ikhtisar Keuangan

## Financial Highlights

(dalam jutaan Rupiah)

(in million Rupiah)

URAIAN	2019	2018	2017	DESCRIPTION
<b>LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF</b>		<b>CONSOLIDATED STATEMENTS OF PROFIT OR LOSS AND OTHER COMPREHENSIVE INCOME</b>		
<b>LAIN-KONSOLIDASIKAN</b>		<b>OTHER CONSOLIDATIONS</b>		
Penjualan	5,078,069	3,511,694	3,160,837	Sales
Beban Pokok Penjualan	(2,468,299)	(1,965,474)	(1,630,140)	Cost of Goods Sold
Laba Kotor	2,390,572	1,543,220	1,310,697	Gross Profit
Beban Penjualan	(1,044,154)	(1,123,190)	(895,102)	Selling Expenses
Beban Umum dan Administrasi	(1,022,333)	(274,784)	(246,588)	General and Administrative Expenses
Beban Bunga	(83,153)	(53,084)	(70,481)	Interest Expenses
Penurunan Nilai Aset Tetap	(7,040)	-	-	Impairment of Property, Plant, and Equipment
Beban Administrasi Bank	(4,110)	(2,364)	(2,527)	Bank Administration Expenses
Bagian atas Rugi Bersih Entitas Asosiasi	(2,122)	(14,288)	(6,094)	Equity in Net Losses in Associate
Keuntungan Pembelian dengan Diskon	264,212	-	-	Gain on Bargain Purchase
Pendapatan Bunga	12,660	11,333	16,263	Interest Income
Laba Investasi Jangka Pendek yang Telah Direalisasi	1,175	-	-	Realized Gain on Short-Term Investments
Laba Penjualan Aset Tetap	804	1,168	2,445	Gain on Sale of Property, Plant, and Equipment
Laba (Rugi) Saldo Kurs - Neto	103	(154)	(529)	Gain (Loss) on Foreign Exchange - Net
Laba Investasi Jangka Pendek yang Belum Direalisasi	-	6,849	7,681	Unrealized Gain on Short-Term Investments
Lain-lain - Neto	11,554	9,864	5,179	Others - Net
Laba Sebelum Beban Pajak Penghasilan	636,095	200,385	342,965	Income Before Income Tax Expenses
Beban Pajak Penghasilan - Neto	(120,193)	(50,259)	(31,249)	Income Tax Expense - Net
Laba Tahun Berjalan	515,903	150,116	309,716	Income for the Year
Penghasilan Komprehensif Lain	18,657	28,910	19,234	Other Comprehensive Income
Laba Komprehensif	534,560	179,026	328,950	Comprehensive Income
Laba Tahun Berjalan yang dapat Dibagikan kepada Pemilik Entitas	515,903	150,116	309,716	Current Year Income Attributable to Owners of the Company
Pemilik Entitas Induk	520,664	150,149	310,617	Owners of the Company
Kepentingan Non-Pengendali	(4,761)	(33)	(471)	Non-Controlling Interests
Laba Komprehensif yang dapat Dibagikan kepada Pemilik Entitas	515,903	150,116	309,716	Current Year Comprehensive Income Attributable to Owners of the Company
Pemilik Entitas Induk	518,850	179,044	327,800	Owners of the Company
Kepentingan Non-Pengendali	(4,947)	(19)	(670)	Non-Controlling Interests
Laba per Saham Dasar yang Dibagikan kepada Pemilik Entitas Induk (Rp)	364	105	77	Basic Earnings per Share Attributable to Owners of the Company (Rp)



# Ikhtisar Keuangan

## Financial Highlights

### Laporan Laba Rugi Komprehensif

#### Statements of Comprehensive Income

Dalam jutaan Rupiah 31 Desember | In million of Rupiah December 31

	2019	2018	2017	
Penjualan Bersih	2.804.162	2.648.764	2.706.305	Net Sales
Laba Bruto	910.211	900.966*	1.006.977	Gross Profit
Laba Usaha	90.794	178.962*	225.521	Profit from Operations
Laba yang Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk dan Kepentingan Non Pengendali	0	0	0	Profit Attributable to Parent Entity Owner and Non Controlling Interest
Laba Bersih	145.145	172.049	179.125	Net Profit
Laba Komprehensif yang Dapat Didistribusikan kepada Pemilik Entitas Induk dan Kepentingan Non Pengendali	0	0	0	Comprehensive Income Attributable to Parent Entity Owner and Non Controlling Interest
Laba Komprehensif	51.129	196.674	57.625	Comprehensive Income
Laba per Saham Dasar (dalam Rupiah)	722	831	691	Basic Earnings per Share (in Rupiah)

\*Diperbaiki kembali  
As restated.

### Laporan Posisi Keuangan

#### Statements of Financial Position

Dalam jutaan Rupiah 31 Desember | In million of Rupiah December 31

	2019	2018	2017	
Aset Lancar*	1.428.162	1.333.426	1.276.478	Current Assets
Aset Tidak Lancar	1.123.001	1.111.716	1.085.329	Noncurrent Assets
Jumlah Aset	2.551.163	2.445.144	2.361.807	Total Assets
Liabilitas Jangka Pendek	255.853	227.509*	256.807	Current Liabilities
Liabilitas Jangka Panjang	270.163	245.171*	242.674	Noncurrent Liabilities
Jumlah Liabilitas	526.016	472.680	503.481	Total Liabilities
Ekuitas	2.029.144	1.972.462	1.956.326	Equity
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas	2.551.163	2.445.144	2.361.807	Total Liabilities & Equity
Modal Kerja Bersih	1.172.329	1.105.919	1.016.672	Net Working Capital
Jumlah Saham Beredar (dalam jumlah saham)	201.036.667	201.066.562	201.066.637	Issued Shares (in number of shares)

\*Diperbaiki kembali  
As restated.

Keterangan/Description	Dalam Rupiah/In Rp. Million		
LABA (RUGI)/PROFIT (LOSS)	2019	2018	2017
Penjualan/Sales	532.568	562.518	731.277
• Kosmetik/Cosmetic	441.938	414.275	651.568
• Jamu Herbal	2.318	2.865	1.587
• lain2/ Others	92.252	85.376	63.622
Laba Kotor/Gross Profit	232.327	213.709	371.281
• Kosmetik/Cosmetic	191.232	185.071	341.263
• Jamu Herbal	997	1.305	1.233
• lain2/ Others	40.098	27.332	29.484
Laba Usaha/Operating Profit	(67.874)	(137.357)	(17.005)
Laba Bersih/Net Profit	(66.946)	(114.131)	(24.691)
Laba Bersih yang dapat diatribusikan kepada Pemilik entitas induk / Net income attributable to owners of parent company	(66.946)	(114.131)	(24.691)
Keperimbangan non pengendali / Non controlling interest	0,06	0,01	0,12
Laba Bersih Komprehensif / Comprehensive Income	1.444	1.888	(2.493)
Laba Bersih Komprehensif yang dapat diatribusikan kepada Pemilik entitas induk / Comprehensive Net income attributable to owners of parent company	(65.502)	(112.243)	(26.184)
Keperimbangan non pengendali / Non controlling interest	0,10	0,01	0,07
Laba (Rugi) persaham/ Earnings Per Share	(67,27)	(106,66)	(23,08)
EBITDA	42.255	(09.175)	12.266
Jumlah Saham Beredar/Outstanding Shares	1.070.000.000	1.070.000.000	1.070.000.000
<b>NERACA/BALANCE SHEET</b>			
Aset Lancar/Current Asset	312.285	352.358	520.284
Modal Kerja Bersih/Net Working Capital	62.019	152.154	252.136
Jumlah Investasi	500	500	500
Total Aset/Total Asset	591.064	648.017	780.270
Kewajiban Lancar/Current Liabilities	254.267	240.204	252.248
Jumlah Kewajiban/Total Liabilities	355.893	347.517	367.527
Ekuitas/Equity	235.171	300.500	412.743
<b>RASIO / RATIO</b>			
Laba Kotor terhadap Penjualan/Gross Margin	43,22%	42,53%	51,37%
Laba Operas terhadap Penjualan/Operating Margin	-12,63%	-27,33%	-2,32%
Laba Bersih terhadap Penjualan/Net Margin	-12,45%	-22,71%	-3,38%
Laba Bersih terhadap Aset/Return on Assets	-11,32%	-17,61%	-3,16%
Laba Bersih terhadap Ekuitas/Return on Equity	-28,47%	-37,98%	-5,93%
Rasio Lancar/Current Ratio	124,78%	163,34%	206,30%
Kewajiban terhadap Ekuitas/Debt to Equity Ratio	151,32%	115,65%	89,14%
Kewajiban terhadap Aset/Debt to Assets	60,21%	53,63%	47,13%

Total Aset / Total Assets



Liabilitas/Total Liabilities



Jumlah Ekuitas / Total Equity



Penjualan Neto / Net Sales



Utang Bank terhadap Ekuitas / Gearing Ratio



EBITDA Rasio (%) Revenue



(dalam jutaan Rp)

(in million Rp)

URAIAN	2019	2018	2017	DESCRIPTION
LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN-KONSOLIDASIAN				CONSOLIDATED STATEMENTS OF PROFIT OR LOSS AND OTHER COMPREHENSIVE INCOME
Penjualan	6,678,669	5,811,094	8,160,637	Sales
Beban Pokok Penjualan	(2,488,292)	(1,960,676)	(1,330,166)	Cost of Goods Sold
Laba Kotor	2,190,372	1,850,220	1,310,467	Gross Profit
Beban Penjualan	(1,444,233)	(1,125,280)	(883,102)	Selling Expenses
Beban Umum dan Administrasi	(402,339)	(274,288)	(243,388)	General and Administrative Expenses
Beban Bunga	(83,235)	(55,088)	(70,461)	Interest Expenses
Penurunan Nilai Aset Tetap	(7,930)	-	-	Impairment of Property, Plant, and Equipment
Beban Administrasi Bank	(6,410)	(2,248)	(2,327)	Bank Administration Expenses
Rogon atas Rugi Bersih Entitas Asosiasi	(2,432)	(14,280)	(4,094)	Equity in Net Losses in Associate
Keuntungan Pembelian dengan Diskon	264,212	-	-	Gain on Bargain Purchase
Pendapatan Bunga	1,264	11,133	16,663	Interest Income
Laba Investasi Jangka Pendek yang telah Realisasi	1,175	-	-	Realized Gain on Short Term Investments
Laba Penjualan Aset Tetap	806	1,168	2,465	Gain on Sale of Property, Plant, and Equipment
Laba (Rugi) Saldo Kurs - Neto	106	(150)	(329)	Gain (Loss) on Foreign Exchange - Net
Laba Investasi Jangka Pendek yang belum Realisasi	-	6,249	7,487	Unrealized Gain on Short Term Investments
Lain-lain - Neto	11,554	8,364	5,179	Others - Net
Laba Sebelum Beban Pajak Penghasilan	836,096	280,385	140,965	Income Before Income Tax Expenses
Beban Pajak Penghasilan - Neto	(420,490)	(90,280)	(31,299)	Income Tax Expense - Net
Laba Tahun Berjalan	115,803	150,116	109,696	Income for the Year
Penghasilan Komprehensif Lain	18,437	28,210	11,634	Other Comprehensive Income
Laba Komprehensif	134,240	178,326	121,330	Comprehensive Income
Laba Tahun berjalan yang dapat Distribusikan kepada:				Current Year Income Attributable to:
Pemilik Entitas Induk	520,444	130,149	110,417	Owners of the Company
Kepentingan Non Pengendali	(40,441)	(33)	(721)	Non-Controlling Interests
Laba Komprehensif yang dapat Distribusikan kepada:				Comprehensive Income Attributable to:
Pemilik Entitas Induk	538,850	170,044	121,800	Owners of the Company
Kepentingan Non Pengendali	(4,410)	(19)	(509)	Non-Controlling Interests
Laba per Saham Dasar yang Diturunkan kepada Pemilik Entitas Induk (Rp)	364	905	77	Basic Earnings per Share Attributable to Owners of the Company (Rp)

## Regression

[DataSet0]

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga Saham <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Penjualan Saham

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.249 <sup>a</sup>	.062	.004	1453757.265

a. Predictors: (Constant), Harga Saham

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2240004335324.324	1	2240004335324.324	1.060	.319 <sup>b</sup>
	Residual	33814562958056.613	16	2113410184878.538		
	Total	36054567293380.940	17			

a. Dependent Variable: Penjualan Saham

b. Predictors: (Constant), Harga Saham

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1613336.357	409007.405		3.945	.001
	Harga Saham	-19.254	18.702	-.249	-1.030	.319

a. Dependent Variable: Penjualan Saham

## Correlations

### Correlations

		Harga Saham	Penjualan Saham
Harga Saham	Pearson Correlation	1	-.249
	Sig. (2-tailed)		.319
	N	18	18
Penjualan Saham	Pearson Correlation	-.249	1
	Sig. (2-tailed)	.319	
	N	18	18