

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori agensi (*agency theory*) merupakan salah satu aliran riset akuntansi terpenting dewasa ini. Menurut Jensen dan Meckling (1976), dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang dalam pengambilan keputusan kepada agent tersebut. Hubungan keagenan adalah suatu kontrak dimana satu atau beberapa orang (pemberi kerja atau *principal*) mempekerjakan orang lain (*agen*) untuk melaksanakan sejumlah jasa mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen itu (Smulowitz et al., 2019).

Menurut Raharjo (2019) teori agensi mencoba untuk menjalin hubungan yang formal antara prinsipal dan agen atau pihak-pihak yang berkepentingan dalam proses penyusunan budget. Teori ini menekankan pada perancangan pengukuran prestasi dan imbalan yang diberikan agar para manajer berperilaku positif atau menguntungkan perusahaan secara keseluruhan.

Agency theory memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai *agent* bagi para pemegang saham sedangkan investor merupakan pihak *principal* pada perusahaan yang modalnya berasal dari kepemilikan saham. pemisahan antara pemilik (*principal*) dan pengelola (*agen*) suatu perusahaan dapat menimbulkan

masalah keagenan (*agency problem*). *Agency problem* yang dimaksud antara lain adalah terjadinya informasi yang asimetri (tidak sama) antara yang dimiliki oleh pemilik dan pengelola. Dengan adanya kepemilikan informasi yang tidak setara itu maka manajemen (*agen*) perusahaan cenderung melakukan tindakan yang melanggar oleh pihak luar. Teori keagenan mengatakan bahwa sulit untuk mempercayai bahwa manajemen (*agen*) akan selalu bertindak berdasarkan kepentingan pemegang saham (*principal*), sehingga diperlukan monitoring dari pemegang saham (Destriana, 2015).

Jadi dapat disimpulkan bahwa *agency theory* merupakan hubungan dua belah pihak antara *principal* (pemegang saham) dengan *agent* (manajer). Dan pihak *principal* memberikan wewenang kepada agent untuk mengelola usaha serta membuat keputusan yang terbaik bagi *principal*.

2.1.2 Harga Saham

Menurut Jogianto (2017) harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal. Nilai pasar (*market value*) merupakan nilai saham di pasar saham.

Menurut Dika (2020) harga saham adalah harga jual dari investor yang satu kepada investor yang lain setelah saham tersebut dicantumkan di bursa. Harga saham merupakan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh investor dalam melakukan investasi karena harga saham menunjukkan prestasi emiten. Harga saham di pasar modal terdiri dari atas tiga kategori, yaitu harga saham

tertinggi (*High Price*), harga terendah (*Low Price*), dan harga penutupan (*Close Price*).

Saham adalah bagian dari pasar modal yang banyak investor miliki, karena saham dapat membawa keuntungan yang tinggi tetapi juga melibatkan resiko (Roesminiyati et al., 2018). Harga saham juga dapat diartikan sebagai harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan mereka terhadap profit perusahaan, untuk itu investor memerlukan informasi yang berkaitan dengan pembentukan saham tersebut dalam pengambilan keputusan untuk menjual atau membeli saham.

Jadi dapat disimpulkan bahwa harga saham merupakan permintaan dan penawaran harga perlembar saham yang berlaku di pasar bursa untuk mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang serta memiliki resiko.

Menurut Fahmi (2017) mengemukakan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi naik turunnya harga saham yaitu:

- 1) Kondisi mikro dan makro ekonomi.
- 2) Keputusan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi (perluasan usaha), seperti membuka kantor cabang (*brand office*), kantor cabang pembantu (*sub brand office*) baik yang dibuka di domestik maupun luar negeri.
- 3) Pergantian direksi secara tiba-tiba.
- 4) Adanya direksi atau komisaris perusahaan yang terlibat dalam tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan.

- 5) Kinerja perusahaan yang terus mengalami penurunan dalam setiap waktunya.
- 6) Risiko sistematis, yaitu risiko yang terjadi secara menyeluruh dan telah ikut menyebabkan perusahaan ikut terlibat.
- 7) Efek psikologi pasar yang ternyata mampu menekan kondisi teknikal jual beli saham.

Adapun macam-macam harga saham menurut Sawidji Widodoatmodjo (2011) harga saham dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

a. Harga Nominal

Harga nominal adalah harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan.

b. Harga Perdana

Harga perdana adalah harga yang didapatkan pada waktu harga saham tersebut dicatat di bursa efek.

c. Harga pasar

Harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain.

2.1.3 Analisis Rasio Keuangan

Menurut James C Van Horne, rasio keuangan merupakan indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Jadi rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya (Kasmir, 2013).

Analisis rasio keuangan ialah suatu metode yang digunakan oleh manajemen untuk menilai posisi keuangan suatu perusahaan dalam satu periode tertentu menggunakan perbandingan antara dua laporan keuangan perusahaan baik itu neraca maupun laporan laba rugi (Irawati, 2015).

Dalam praktiknya, analisis rasio keuangan suatu perusahaan dapat digolongkan menjadi sebagai berikut :

1. Rasio neraca, yaitu membandingkan angka-angka yang hanya bersumber dari neraca.
2. Rasio laporan laba rugi, yaitu membandingkan angka-angka yang hanya bersumber dari laporan laba rugi.
3. Rasio antar laporan, yaitu membandingkan angka-angka dari dua sumber (data campuran), baik yang ada di neraca maupun di laporan laba rugi.

Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan, dapat dilakukan dengan beberapa rasio keuangan. Setiap rasio keuangan memiliki tujuan, kegunaan, dan arti tertentu. Kemudian setiap hasil dari rasio yang diukur diinterpretasikan sehingga menjadi berarti bagi pengambilan keputusan (Kasmir, 2013). Berikut jenis-jenis rasio keuangan yaitu :

a. Rasio Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai setiap perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Sehingga dengan memperoleh laba yang maksimal dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan maka sebuah perusahaan bisa memberikan banyak kesejahteraan bagi pemilik, karyawan, serta dapat meningkatkan mutu produk dan investasi baru. Oleh karena itu, besarnya

keuntungan harus sesuai dengan yang ditargetkan. Sehingga seorang manajemen perusahaan dituntut untuk mampu memberikan keuntungan atau laba sesuai dengan yang telah ditargetkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, maka digunakan rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Muliana, 2019).

Rasio Profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi, semakin baik rasio Profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2013).

Rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau seberapa efektif pengelolaan perusahaan oleh manajemen. Untuk dapat melangsungkan hidupnya, perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Apabila perusahaan berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk memperoleh pinjaman dari kreditor maupun investasi dari pihak luar (Muliana, 2019).

Rasio Profitabilitas meliputi banyak rasio, dimana rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio *Return On Equity* (ROE), *Earning Per Share* (EPS), dan *Net Profit Margin* (NPM).

1) *Return On Equity* (ROE)

Return on Equity (ROE) rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa, merupakan rasio untuk mengukur tingkat pengembalian atas investasi dari pemegang saham. Menurut Kasmir (2013) menyatakan bahwa hasil pengembalian ekuitas atau *Return On Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisien dalam penggunaan modal sendiri. Hasil Pengembalian atas Modal / *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi modal dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2015).

Rasio *Return On Equity* dicari dengan laba setelah pajak dibagi modal sendiri. *Return On Equity* mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan (Kasmir, 2016). Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan. Apabila proporsi hutang semakin besar, maka rasio ini juga akan semakin besar. ROE dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

2) *Earning Per Share* (EPS)

Menurut Fahmi (2017) EPS atau Pendapatan Per Lembar Saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. EPS yang tinggi menunjukkan bahwa

kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan mengetahui EPS suatu Perusahaan investor dapat menilai potensi pendapatan yang akan diterimanya.

Earning Per Share adalah perbandingan pendapatan yang dihasilkan dengan jumlah saham yang beredar (Utami & Darmawan, 2018). Berikut rumus dari EPS dengan rincian dibawah ini :

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

3) *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) merupakan hubungan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan menunjukkan kemampuan manajemen dalam menjalankan perusahaan sampai cukup berhasil dalam memulihkan mengendalikan harga pokok barang dagangan atau jasa, beban operasi, penyusutan, bunga pinjaman, dan pajak (Kasmir, 2013).

Semakin tinggi rasio *Net Profit Margin* (NPM) yang dihasilkan perusahaan maka semakin baik pula kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba karena *Net Profit Margin* (NPM) merupakan pendapatan bersih yang dihasilkan perusahaan dari setiap penjualan.

Menurut Kasmir (2017:135) mendefinisikan “margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Untuk menghitung rasio ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

b. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan, namun juga berguna bagi pihak di luar perusahaan. Rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek (Kasmir, 2013). Artinya jika sudah waktu jatuh tempo, sebuah perusahaan akan ditagih dan perusahaan tersebut berkewajiban untuk membayar utang tersebut. Jika perusahaan tidak mampu membayar utang yang telah jatuh tempo tersebut maka perusahaan itu akan memperoleh krisis kepercayaan dari berbagai pihak yang selama ini sudah membantu kelancaran usahanya.

Rasio likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan (likuiditas badan usaha) maupun di dalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kegunaan rasio ini adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban utang pada saat ditagih (Kasmir, 2013).

Dalam praktiknya rasio profitabilitas dibagi menjadi beberapa rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan (Kasmir, 2013), antara lain :

1) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar atau *Current Ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang

yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rumus untuk mencari rasio yang dapat digunakan sebagai berikut :

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2) Rasio cepat (*Quick Ratio*)

Rasio cepat (*quick ratio*) atau rasio sangat lancar atau acid test ratio merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*).

$$QR = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lacar}}$$

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas (*cash ratio*) merupakan alat digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang (Kasmir, 2019). Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari ketersediaannya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro atau tabungan di bank (yang dapat ditarik setiap saat).

Rumus untuk mencari rasio kas dapat digunakan sebagai berikut :

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Utang Lancar}}$$

4) Rasio Perputaran Kas (*Cash Turn Over*)

Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya – biaya yang berkaitan dengan penjualan. Rumus yang dapat digunakan untuk mengukur rasio perputaran kas atau *Cash Turn Over* adalah sebagai berikut :

$$\text{Cash Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}}$$

5) *Inventory to Net Working Capital*

Inventory to Net Working Capital merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah kesediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Inventory To NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Asset} - \text{Current Liabilitie}}$$

c. Rasio solvabilitas

Untuk menjalankan operasinya, setiap perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Rasio solvabilitas atau *Leverage Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan sebuah penelitian, tentu ada beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan dari penelitian tersebut. Penelitian terdahulu adalah

upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Uraian beberapa penelitian terdahulu dijelaskan pada tabel 2.1 berikut :

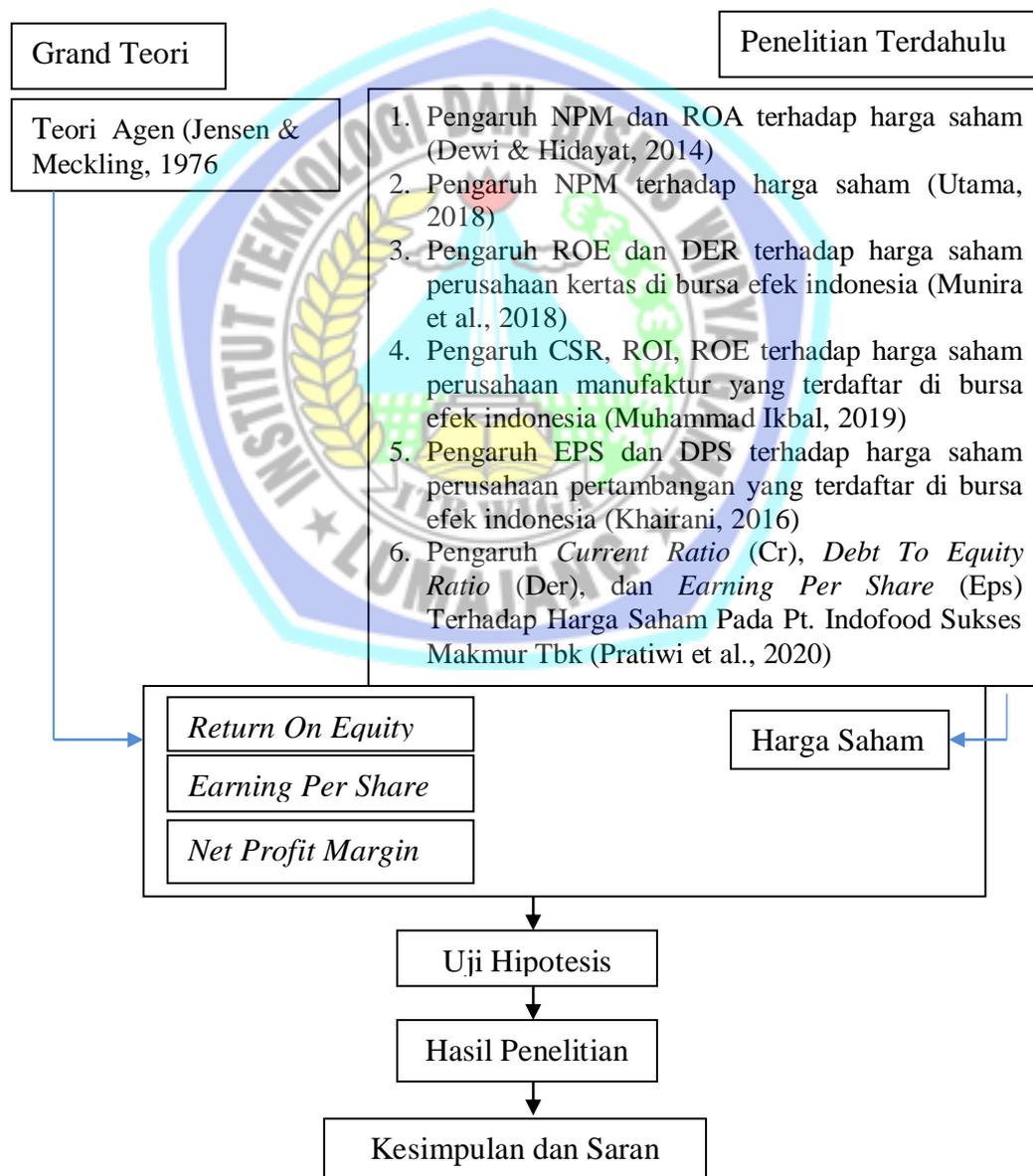
Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
1	Ikkal (2019)	Pengaruh CSR, ROI, dan ROE terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Independen : CSR, ROI,(ROE). Dependen : Harga Saham	CSR tidak berpengaruh terhadap harga saham, ROI berpengaruh terhadap harga saham, ROE berpengaruh terhadap harga saham
2	Utama (2018)	Pengaruh NPM terhadap Harga Saham Pada Perusahaan PT.Unilever Tbk Tahun 2011-2016	Independen : <i>Net Profit Margin</i> (NPM) Dependen : Harga Saham	NPM tidak berpengaruh terhadap harga saham.
3	Khairani (2016)	Pengaruh EPS dan DPS Terhadap Harga Saham Perusahaan Yang Pertambahan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013	Independen : EPS dan <i>Deviden Per Share</i> (DPS) Dependen : Harga Saham	EPS dan DPS tidak berpengaruh terhadap harga saham
4	Munira, dkk (2018)	Pengaruh ROE dan DER Terhadap Harga Saham Perusahaan Kertas Di Bursa Efek Indonesia	Independen : ROE dan DER Dependen : Harga Saham	Secara parsial ROE tidak berpengaruh terhadap harga saham. DER memiliki pengaruh terhadap harga saham.
5	Dewi & Hidayat (2014)	Pengaruh NPM dan ROA terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Independen : NPM dan ROA Dependen : Harga Saham	Secara simultan dan parsial NPM dan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham
6	Pratiwi, dkk (2020)	Pengaruh Cr, Der, Dan Eps Terhadap Harga Saham Pada Pt. Indofood Sukses Makmur Tbk.	Independen : Cr, Der, Dan Eps Dependen: Harga Saham	Cr, Der, dan Eps berpengaruh signifikan terhadap harga saham

2.3 Kerangka Pemikiran

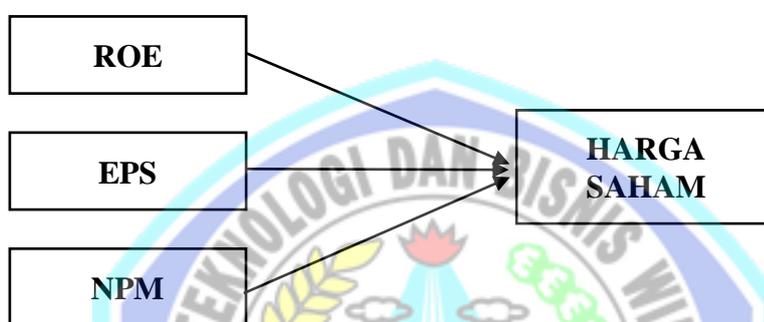
Kerangka pemikiran merupakan suatu diagram yang menjabarkan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Yaitu tentang Pengaruh *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) Terhadap Harga Saham.

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian dan untuk merumuskan hipotesis. Metode ini menjelaskan tentang bagaimana keterkaitan hubungan antara variabel yang diteliti. Kerangka konseptual pada penelitian ini akan menghubungkan variabel independen dengan variabel dependen.



Gambar 2.3
Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis

2.5.1 Pengaruh *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham

Return On Equity (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan dengan cara membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri (Kasmir, 2013). *Return On Equity* (ROE) yang tinggi dapat menjadi tanda bahwa modal suatu perusahaan telah dikelola dengan baik sehingga mendatangkan keuntungan bagi pemegang sahamnya, dan ini artinya kinerja perusahaan juga semakin baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ikbal (2019) menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan penelitian yang

dilakukan oleh Munira et al. (2018) menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap harga saham.

Dengan demikian, maka hipotesis pertama pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H1 : *Return On Equity* berpengaruh terhadap harga saham

2.5.2 Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham

Earning per Share (EPS) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan per lembar saham (Kasmir, 2013). Semakin besar keuntungan yang didapatkan maka harga saham juga semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi et al. (2020) yang menyatakan bahwa *Earning per Share* (EPS) berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Khairani (2016) menyatakan bahwa *Earning per Share* (EPS) tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Dengan demikian, maka hipotesis kedua pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H2 : *Earning Per Share* berpengaruh terhadap harga saham.

2.5.3 Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) Terhadap Harga Saham

Net Profit Margin (NPM) merupakan kemampuan untuk menunjukkan seberapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan saham (Kasmir, 2013). Semakin tinggi *Net Profit Margin* (NPM) yang dihasilkan oleh perusahaan maka kinerja perusahaan semakin baik untuk menghasilkan laba. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal (2019) yang

menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) tidak berpengaruh terhadap harga saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Hidayat (2014) menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

Dengan demikian hipotesis ketiga penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3 : *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap harga saham.

