



# **PENGARUH *CONTRIBUTION MARGIN*, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022**

**Kuncu Saragih<sup>1</sup>, Neria Oktifetrika Julia<sup>2</sup>, Rudy Saragih<sup>3</sup>, Yunia Panjaitan<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta, <sup>4</sup> FEB Unika Atmajaya

kuncu.saragih@gmail.com, neriaoj31@gmail.com, rudyhed@gmail.com, yunia.panjaitan@atmajaya.ac.id

## **Abstrak**

Sekarang ini, berinvestasi menjadi salah satu mata pencaharian. Banyak orang mencari cara untuk memperoleh keuntungan dari berinvestasi. Harga saham menjadi pertimbangan investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Ada banyak faktor yang mempengaruhi harga saham seperti laba, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *contribution margin*, tingkat rasio utang dan sebagainya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh *contribution margin*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari Bursa Efek Indonesia. Sampel sebanyak 10 perusahaan barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022. Hasil dari penelitian menunjukkan secara parsial hanya *contribution margin* yang berpengaruh terhadap harga saham, sedangkan ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap harga saham. Tetapi secara simultan *contribution margin*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham.

**Kata kunci :** *Contribution Margin*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Harga Saham

## **Abstract**

Investing has become a way of life. Many people are looking for ways to benefit from investing. The stock price is a consideration for investors to invest in the company. There are many factors that affect stock prices such as profit, company size, sales growth, *contribution margin*, debt ratio level and so on. The purpose of this study was to analyze the effect of *contribution margin*, company size and sales growth on stock prices. This study uses secondary data taken from the Indonesia Stock Exchange. The sample was 10 consumer goods companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2022. The results of the study indicate that partially only *contribution margin* has an effect on stock prices, while company size and sales growth have no effect on stock prices. But simultaneously *contribution margin*, company size and sales growth affect stock prices.



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



**Keywords:** Contribution Margin, Company Size, Sales Growth, Stock Price Stock

## 1. Pendahuluan

Harga saham menjadi pertimbangan investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Manajemen perusahaan juga berkepentingan terhadap harga saham, karena tinggi rendahnya harga saham perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan yang berdampak pada kepercayaan investor pada perusahaan. Selain itu harga saham menjadi indikator kesuksesan atau keberhasilan perusahaan dalam mengelola manajemen. Tinggi atau rendahnya harga saham juga berpengaruh pada keuntungan atau laba yang didapat oleh investor. Perusahaan dapat mengalami kebangkrutan apabila harga sahamnya turun terus menerus dan tidak ada dana yang bisa dikelola untuk membantu perusahaan.

Laporan keuangan menggambarkan kinerja manajemen perusahaan. Laporan keuangan menjadi sarana komunikasi antara perusahaan dan investor. Investor akan melihat laporan keuangan perusahaan sebelum investor menanamkan modalnya di perusahaan. Informasi yang diperoleh investor dari laporan keuangan perusahaan adalah laba yang dihasilkan, kewajiban hutang – hutang yang harus dibayar dan biaya – biaya lain yang harus dipertanggungjawabkan oleh perusahaan sampai dengan melihat harga saham dari periode – periode yang ada.

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang timbul dari dalam perusahaan. Sementara faktor eksternal adalah faktor yang bersumber dari luar perusahaan. Faktor internal terdiri dari faktor fundamental perusahaan, aksi korporasi perusahaan, proyeksi kinerja perusahaan di masa datang. Faktor eksternal terdiri dari kondisi fundamental ekonomi makro, fluktuasi kurs rupiah terhadap mata uang asing, kebijakan pemerintah, panik dan manipulasi pasar [1]. Proyeksi kinerja perusahaan di masa datang sebagai faktor internal naik turunnya harga saham dapat dilihat dari banyak hal, misalnya tingkat laba, tingkat rasio utang, price to book value, sharing per share, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualannya, contribution margin dan sebagainya. Di dalam laporan keuangan perusahaan selalu terdapat informasi mengenai laba. Besarnya laba yang diperoleh akan berpengaruh ke harga saham sehingga menjadi pertimbangan investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Kondisi perusahaan dapat tercermin dari kestabilan pertumbuhan penjualannya. Dari grafik pertumbuhan penjualan perusahaan, akan terlihat apakah penjualan relative stabil meningkat, atau pertumbuhan penjualannya tidak stabil, bisa naik terus dan bisa juga menurun jauh. Hal itu penting untuk diperhatikan bagi calon investor agar dapat dengan tenang menanamkan modalnya sehingga tujuan yang diharapkan yaitu laba dapat tercapai. Perusahaan memperoleh hasil penjualan bila perusahaan telah mempunyai produk yang jual. Makin banyak produk yang dijual pendapatan perusahaan juga semakin banyak. Tetapi juga harus diperhitungkan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sehingga tujuan perusahaan untuk memperoleh laba dapat dicapai. Mengurangi jumlah pendapatan bersih dengan biaya variabel di suatu periode disebut *contribution margin* [2]. *Contribution margin* menjadi patokan atau standard untuk menentukan jumlah minimal produk yang harus dijual oleh perusahaan agar mendapatkan keuntungan atau laba, juga untuk mengetahui kontribusi produk untuk keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Ukuran perusahaan juga menjadi faktor yang penting bagi harga saham dan juga menjadi salah satu indikator yang diperhatikan oleh pemilik modal untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Ukuran perusahaan ini dapat dinilai dari nilai aset yang ada. Besar atau kecilnya perusahaan menjadi sangat penting saat investor menanamkan sebuah modal. Dengan besarnya perusahaan, pemilik modal memiliki kepercayaan ke perusahaan untuk berinvestasi di





perusahaan tersebut.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia yang sudah go public akan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan-perusahaan ini dapat dimiliki oleh masyarakat umum, artinya masyarakat umum dapat ikut membiayai perusahaan-perusahaan ini dengan cara membeli sahamnya. Sektor barang konsumsi subsektor makanan dan minuman adalah salah satu bagian dari kumpulan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI. Industri di bidang makanan dan minuman masih menjadi sektor andalan untuk menopang pertumbuhan di bidang manufaktur ekonomi Indonesia, karena sangat dibutuhkan masyarakat pada kondisi apapun. Persentase penurunan pertumbuhan perusahaan di bidang konsumsi itu sangat kecil, bahkan saat situasi pandemi perusahaan – perusahaan ini masih mengalami pertumbuhan. Perusahaan-perusahaan ini relative stabil, sehingga para investor tidak ragu untuk menanamkan modalnya di perusahaan sektor barang konsumsi subsektor makanan dan minuman.

## 2. Landasan Teori

Teori yang menjelaskan hubungan antara pemegang saham (principal) dengan manajemen yang didalamnya manajemen sebagai kepentingan pemilik perusahaan dan atas tindakannya tersebut manajemen akan mendapat imbalan tertentu disebut dengan teori agensi [3]. Dalam laporan keuangan pemegang saham dapat melihat laba yang dihasilkan oleh perusahaan (agen). Pemegang saham mendapatkan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan, sehingga pemegang saham dapat menentukan apakah masih akan berinvestasi di perusahaan tersebut atau tidak.

Laporan keuangan adalah catatan mengenai informasi keuangan suatu entitas pada waktu periode tertentu dan dapat memberikan informasi mengenai kinerja keuangan entitas [4]. Di dalam laporan keuangan suatu perusahaan biasanya terdapat informasi mengenai pendapatan, biaya, laba/rugi, aset, utang serta ekuitas. Laporan keuangan memberikan informasi yang relevan dan dapat diandalkan untuk pemangku kepentingan yaitu pemilik, investor, pemerintah, kreditur dan masyarakat umum. Berdasarkan informasi yang ada di laporan keuangan dapat ditentukan informasi-informasi selanjutnya sesuai dengan kebutuhan para pemangku kepentingan.

### 2.1 Contribution Margin

*Contribution margin* adalah selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel. Dengan menggunakan contribution margin, perusahaan dapat menentukan dan menetapkan harga pokok produksi dan dapat membantu perusahaan dalam menghitung titik impas untuk produk tertentu. Tidak hanya bagi perusahaan, *contribution margin* juga penting bagi investor. Investor menggunakan *contribution margin* untuk melihat kinerja dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan juga agar investor mengetahui apakah perusahaan yang akan ditanamkan modal itu bisa berkembang dan memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diinginkan.

*Contribution margin* berfungsi untuk menghitung besarnya keuntungan yang akan didapat dari modal yang sudah dikeluarkan oleh perusahaan. Menurut Hariadi [5], *Contribution margin* adalah pada setiap tingkat kegiatan operasional perusahaan yang ditunjukkan dengan perubahan aktivitas, laba atau rugi perusahaan akan berubah naik atau turun sebesar margin kontribusi per unit. *Contribution margin* adalah jumlah dari pendapatan penjualan yang tersisa setelah seluruh beban variabel terpenuhi yang dapat digunakan untuk berkontribusi ke beban tetap dan laba operasi. Pendekatan metode variabel karena dapat membantu untuk mengendalikan biaya dengan mengelompokkan biaya – biaya variabel yang ada dan tidak tercampur dengan biaya operasional fixed. Pendekatan variabel ini dapat membantu dalam pembuatan keputusan karena dapat mengetahui batas kontribusi yang digunakan untuk menentukan





rencana jangka pendek yang akan diambil setelahnya. Bagi management contribution margin sebagai salahsatu indicator untuk melihat apakah keputusan menjual, mengurangi atau menolak suatu order suatu keputusan yang tepat. *Contribution margin* didapat dengan mengurangkan pendapatan bersih dengan biaya variabel atau

$$\text{Contribution Margin} = \text{Pendapatan Bersih} - \text{Total Biaya Variabel} \quad [6.]$$

## 2.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan ditentukan berdasarkan total aktiva, nilai pasar, total modal, total penjualan, total pendapatan, saham dan lain-lain. Pengelompokkan perusahaan atas dasar skala operasi umumnya terbagi menjadi tiga kategori, yaitu: perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium-size) dan perusahaan kecil (small firm) [7]. Ukuran perusahaan dapat dihitung dari nilai aset dan penjualan. Aset perusahaan terdiri dari aset lancar, aset tetap dan aset tidak tetap. Aset lancar adalah kekayaan perusahaan yang berupa benda atau produk berharga lainnya yang didapatkan dari transaksi atau aktivitas masa lalu. Aset lancar juga biasanya digunakan dalam aktivitas normal tetapi dapat melampaui satu tahun. Contoh aset lancar adalah kas, piutang pendapatan, piutang dagang, surat berharga dan lain-lain. Aset tetap adalah aset berwujud yang mempunyai masa manfaat lebih dari 12 bulan untuk digunakan atau dimaksudkan untuk digunakan dalam kegiatan pemerintah daerah atau dimanfaatkan oleh masyarakat umum. Contoh aset tetap dalam gedung atau bangunan, tanah, mesin atau peralatan. Aset tidak tetap disebut juga sebagai aset tidak berwujud, nantinya tetap dapat diidentifikasi namun tak ada bentuk fisiknya. Jenis aset yang satu ini biasanya bisa dimiliki untuk tujuan administratif lain. Untuk perusahaan, nantinya manfaat dari aset tak berwujud ini bisa didapatkan dalam waktu panjang, serta nilainya sangat besar dibandingkan modal yang dimiliki [8]. Contoh aset tidak tetap adalah hak cipta, franchise, hak paten, hak merek dagang dan lain-lain. Nilai aset selalu dievaluasi dan dimasukkan dalam laporan keuangan nantinya. Rumus perhitungan ukuran perusahaan yang menggunakan nilai aset adalah

$$\text{Ukuran perusahaan} = \ln \text{ total aset}$$

Dengan ln adalah logaritma natural dan total aset adalah total kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

## 2.3 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya [9]. Pertumbuhan penjualan menggambarkan besarnya laju penjualan dari satu periode ke periode selanjutnya. Pertumbuhan penjualan membantu untuk meramalkan tingkat keberhasilan investasi dari periode lalu ke periode sekarang sebagai prediksi untuk pertumbuhan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga menjadi salah satu indikator dari daya saing dan permintaan dalam sebuah bidang industri. Rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut

$$\text{pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun } t - \text{penjualan tahun } (t-1)}{\text{penjualan tahun } (t-1)}$$

## 2.4 Harga saham

Harga saham adalah harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan atau emiten terhadap surat kepemilikan saham di perusahaan mereka. Harga saham adalah hal yang berpengaruh terhadap IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan) [10]. Saham adalah bukti kepemilikan seseorang terhadap perusahaan.





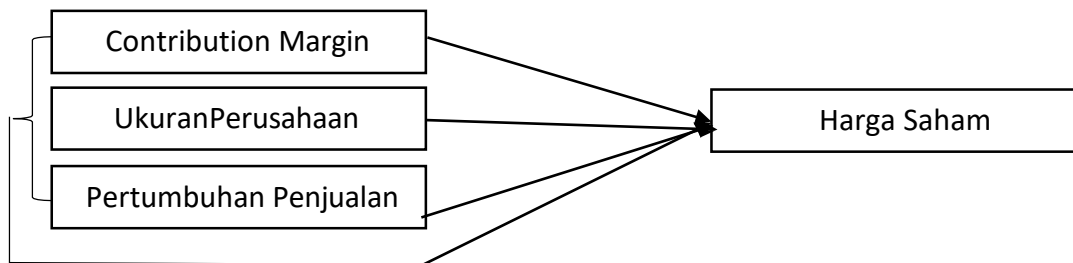
Perusahaan memutuskan untuk menerbitkan saham adalah sebuah pilihan dalam kegiatan pendanaan dalam perusahaan. Saham ini menjadi menarik bagi para investor karena saham merupakan investasi yang memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Keuntungan yang diperoleh investor dari membeli saham adalah mendapat deviden, menerima capital gain, dan dapat menjaminkan saham yang dibeli ini untuk pengajuan kredit. Selain mendapat keuntungan, membeli saham beresiko, resiko yang dihadapi antara lain capital lost ataupun likuiditas.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga saham, antara lain tingkat laba, tingkat rasio utang, price to book value, sharing per share, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualannya, contribution margin dan sebagainya. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham ini ada yang informasinya sudah ada di laporan keuangan, ada yang informasinya harus ditentukan berdasarkan informasi-informasi yang sudah ada, seperti ukuran perusahaan yang informasinya diambil dari total aset dan kemudian dihitung nilai logaritma naturalnya.

## 2.5 Kerangka Berfikir dan Hipotesa

Penelitian dari Siti Sofiah, Sigit Prihanto Utomo dan Taudlikhul Afkar (2019) yang berjudul “Analisis Peranan Contribution Margin dalam Pencapaian Laba Perusahaan PT Sakura Berkah Sejahtera” menunjukkan hasil bahwa contribution margin dapat digunakan untuk pencapaian laba pada PT Sakura Berkah Mandiri[11]. Penelitian dari Preisia Sigar dan Lintje Kalangi (2019) yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia”, hasilnya adalah ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham, sedangkan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham[12].

Dari latar belakang yang ada dan penelitian terdahulu, dapat dibuat kerangka berfikir dan hipotesa sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis yang dibuat:

H<sub>1</sub> : Contribution margin berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

H<sub>2</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

H<sub>3</sub> : Pertumbuhan penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

H<sub>4</sub> : Contribution margin, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh





secara signifikan terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Terdapat 58 perusahaan sebagai populasinya. Dengan teknik purposive sampling ditentukan sampel untuk penelitian ini dimana ketentuan untuk mendapatkan sampel adalah : perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengeluarkan laporan keuangannya secara berturut – turut selama tahun 2020 – 2022, laporan keuangannya adalah laporan kuartal (maret, Juni, September, Desember), laporan keuangan yang dikeluarkan menggunakan mata uang rupiah, perusahaan yang tercatat pada papan pencatatan utama barang konsumsi subsector makanan dan minuman. Dari kriteria ini terdapat 10 perusahaan sebagai sampel dengan jumlah data sebanyak 110 data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data laporan keuangan yang diambil dari Bursa Efek Indonesia.

#### 3.1 Variabel

Ada 2 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas atau independen variable (X) dan variabel tak bebas atau variabel terikat atau dependent variable (Y). Untuk variabel bebas, penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu :

1. Variabel *contribution margin* ( $X_1$ ) adalah selisih hasil penjualan bersih dikurangi biaya – biaya variabel. Atau  $Contribution\ Margin = Pendapatan\ Bersih - Total\ Biaya\ Variabel$ .
2. Variabel ukuran perusahaan ( $X_2$ ) adalah salah satu tolak ukur yang dapat membantu mengindikasikan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai real asset nya. Atau ukuran perusahaan = Ln (RealAsset).
3. Pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) adalah perubahan total penjualan perusahaan yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan laba. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari

$$\text{pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun } t - \text{penjualan tahun } (t-1)}{\text{penjualan tahun } (t-1)} \times 100\%$$

Variabel terikat yaitu harga saham (Y) adalah harga yang ditetapkan perusahaan per lembar saham bagi investor yang ingin memiliki kepemilikan saham pada perusahaan tersebut, yang dihitung dalam mata uang rupiah.

#### 3.2 Analisa data

Analisa regresi korelasi linier berganda akan digunakan untuk menganalisa data penelitian ini. Sebelum dilakukan analisa regresi, maka data yang digunakan harus memenuhi asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas.

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, yaitu bila nilai  $asym\ sig\ (2\text{-tailed}) > 0,05$  maka data berdistribusi normal. Uji multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi diantara variabel-variabel bebas yang digunakan. Dalam uji multikolinieritas dilihat nilai VIF (Variance Inflation Factor), bila nilai  $VIF < 10$  maka tidak terjadi korelasi diantara variabel-variabel bebas yang digunakan. Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat





korelasi antara residual di periode sekarang dengan periode sebelumnya. Uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson, bila  $du < d < (4-du)$  maka dikatakan tidak terjadi autokorelasi. Nilai  $d$  adalah nilai Durbin-Watson hasil olah data sedangkan  $du$  adalah batas atas nilai Durbin-Watson dari tabel. Sedangkan uji heterokedastisitas menggunakan grafik scatterplot. Bila titik-titik data menyebar tidak membentuk pola maka dikatakan data homokedastisitas. Data yang baik adalah yang homokedastisitas. Uji heterokedastisitas untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain[13].

Setelah memenuhi semua asumsi klasik analisa regresi korelasi linier berganda dapat dilakukan. Persamaan garis regresi yang terbentuk adalah  $Y = A + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + e$

Dengan  $Y$  = Harga saham

$X_1$  = *Contribution margin*

$X_2$  = Ukuran perusahaan

$X_3$  = Pertumbuhan penjualan

$A$  = konstanta

$B_1, B_2, B_3$  = koefisien regresi  $e$  = error

Koefisien korelasi  $r$  menunjukkan keeratan hubungan antara variabel-variabel bebas yang digunakan ( $X_1$  = *contribution margin*,  $X_2$  = ukuran perusahaan,  $X_3$  = pertumbuhan penjualan) dengan variabel tak bebasnya ( $Y$  = harga saham). Nilai koefisien korelasi  $r$  makin mendekati 1 atau -1 menunjukkan hubungan yang semakin erat. Koefisien determinasi  $r^2$ .100% merupakan besarnya kontribusi variabel-variabel bebas ( $X_1$  = *contribution margin*,  $X_2$  = ukuran perusahaan,  $X_3$  = pertumbuhan penjualan) dalam mempengaruhi variabel tak bebasnya ( $Y$  = harga saham).

### 3.3 Uji hipotesa

Uji hipotesa dilakukan untuk menjawab dugaan/hipotesa yang telah dibuat. Dalam penelitian ini ada 2 uji hipotesa yang dilakukan yaitu uji hipotesa parsial dan uji hipotesa simultan.

#### a. Uji hipotesa parsial

Menggunakan uji  $t$ . Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas ( $X_1$  = *contribution margin*,  $X_2$  = ukuran perusahaan,  $X_3$  = pertumbuhan penjualan) terhadap variabel tak bebasnya ( $Y$  = harga saham). Adapun hipotesa yang dibuat adalah sebagai berikut :

Hipotesa :  $H_0$ : masing-masing variabel bebas  $X_i$  tidak berpengaruh terhadap variabel tak bebas  $Y$

$H_1$ : masing-masing variabel bebas  $X_i$  berpengaruh terhadap variabel tak bebas  $Y$ .

Dengan uji  $t$  diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ . Bila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tak bebas. Nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari tabel distribusi  $t$  pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat bebas  $(n-k-1)$ , dimana  $n$  = jumlah data dan  $k$  = jumlah variabel bebas.

#### b. Uji simultan

Menggunakan uji  $F$ . Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas ( $X_1$  = *contribution margin*,  $X_2$  = ukuran perusahaan,  $X_3$  = pertumbuhan penjualan) secara bersama-sama terhadap variabel tak bebasnya ( $Y$  = harga saham). Hipotesa yang dibuat adalah :

Hipotesa :  $H_0$  : Variabel-variabel bebas ( $X_i$ ) secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel tak bebas  $Y$ .

$H_1$  : Variabel-variabel bebas ( $X_i$ ) secara bersama-sama mempengaruhi variabel tak bebas  $Y$ .

Dari uji  $F$  diperoleh nilai  $F_{hitung}$ , kemudian nilainya akan dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ . Bila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak artinya variabel-variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tak bebas. Nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dari tabel distribusi  $F$  pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat bebas 1 adalah  $(k-1)$  dan derajat bebas 2 adalah  $(n-k)$  dengan  $k$  jumlah seluruh variabel yang digunakan dan  $n$  adalah jumlah sampel





## 4. Hasil Penelitian

Sampel penelitian ini adalah 10 perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020 -2022 dengan data kuartal. Data yang diolah sebanyak 110 data.

### 4.1 Asumsi klasik

Sebelum dilakukan analisa regresi dan korelasi linier berganda data yang diolah harus memenuhi asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas. Hasil olah data mengenai asumsi klasik adalah sebagai berikut:

#### a. Uji normalitas

Tabel 4.1 Uji Normalitas

#### One-SampleKolmogorov-SmirnovTest

		Unstandardized Residual
N		103
NormalParameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81348339
MostExtremeDifference s	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.040
TestStatistic		.068
Asymp.Sig.(2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel 4.1 nilai asymp Sig (2-tailed) adalah 0,200 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

#### b. Uji multikolinieritas

Tabel 4.2 Uji Multikolinieritas

Model		Tolerance	VIF
1	Contribution_margin	.337	2.965
	Ukuran_perusahaan	.332	3.013
	Pertumbuhan_penjuala n	.972	1.028

Berdasarkan tabel 4.2 nilai VIF untuk semua variabel bebas yang digunakan yaitu *contribution margin* ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ) dan pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) semuanya < 10. Hal ini menunjukkan tidak terjadi korelasi antar variabel-variabel bebas yang digunakan.

#### c. Uji autokorelasi







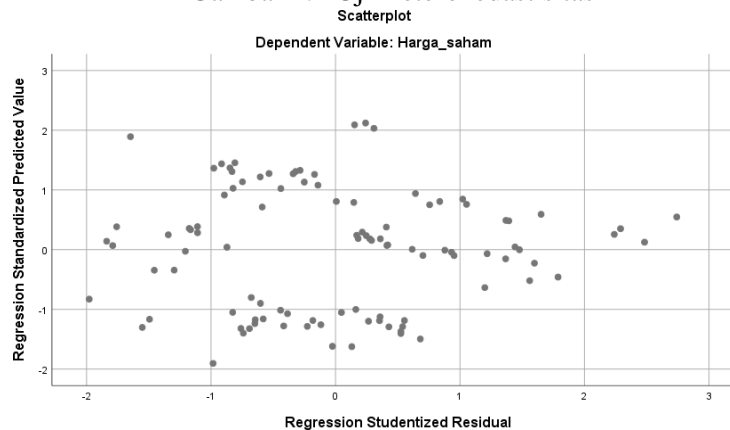
Tabel 4.3 Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.738	.544	.530	.82572	2.126

Nilai  $d$  yaitu nilai Durbin-Watson hasil olah data adalah 2,126. Sedangkan dari tabel Durbin-Watson dengan tingkat signifikansi 5% ,  $k = 3$  dan  $n = 110$  memberikan nilai  $d_l = 1,6336$  dan  $d_u = 1,7455$ , sehingga nilai  $(4-d_u) = 2,2545$ . Maka  $d_u < d < (4-d_u)$  atau  $1,6336 < 2,126 < 2,2545$  sehingga dikatakan tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji heterokedastisitas

Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan scatter plot di gambar 4.1 terlihat data menyebar dan tidak terbentuk pola tertentu maka dapat dikatakan data homokedastisitas.

Semua asumsi klasik terpenuhi, maka analisa regresi korelasi linier berganda dapat digunakan.

## 4.2 Analisa regresi dan korelasi linier berganda

Analisa regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan pola hubungan antara *contribution margin* ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ) dan pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) terhadap harga saham ( $Y$ ). Sedangkan korelasi yang dihitung dari koefisien korelasi menunjukkan keeratan hubungan antara *contribution margin* ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ), pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) dengan harga saham. Dan besarnya pengaruh variabel *contribution margin* ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ), pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) dalam mempengaruhi harga saham ( $Y$ ) ditunjukkan dari koefisien determinasi. Berdasarkan tabel 4.3 nilai koefisien korelasi  $r$  adalah 0,738 yang berarti hubungan antara *contribution margin* ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ), pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) terhadap harga saham ( $Y$ ) erat dan positif. Sedangkan koefisien determinasi  $r^2$  bernilai 0,530 yang artinya kontribusi *contribution margin* ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ) dan pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) dalam mempengaruhi harga saham ( $Y$ ) sebesar 53%, sisanya yaitu 47% dipengaruhi variabel lain.

Tabel 4.4 Regresi Linier Berganda





Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-3.488	1.080		-3.230	.002
Contribution_margin	.742	.124	.699	5.981	.000
Ukuran_perusahaan	.047	.124	.044	.375	.708
Pertumbuhan_penjualan	.006	.003	.132	1.918	.058

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh pola hubungan antara *contribution margin* ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ) dan pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) terhadap harga saham ( $Y$ ) sebagai berikut :

$$Y = -3,488 + 0,742 X_1 + 0,047 X_2 + 0,006 X_3 + e \quad \text{yang artinya,}$$

1. Bila *contribution margin* ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ) dan pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) bernilai konstan maka harga saham ( $Y$ ) adalah -3,488
2. Bila *contribution margin* ( $X_1$ ) bertambah 1 rupiah, maka harga saham ( $Y$ ) akan bertambah 0,742 rupiah dengan ukuran perusahaan ( $X_2$ ) dan pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) konstan.
3. Bila ukuran perusahaan ( $X_2$ ) bertambah 1 satuan maka harga saham ( $Y$ ) akan bertambah 0,047 rupiah dengan *contribution margin* ( $X_1$ ) dan pertumbuhan penjualan ( $X_3$ ) konstan.
4. Bila pertumbuhan penjualan bertambah 1% maka harga saham ( $Y$ ) akan bertambah 0,006 rupiah dengan *contribution margin* ( $X_1$ ) dan ukuran perusahaan ( $X_2$ ) konstan.

### 4.3 Uji hipotesa

Uji hipotesa dilakukan untuk menjawab dugaan/hipotesa yang telah dibuat. Uji hipotesa parsial untuk menjawab dugaan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tak bebas, sedangkan uji hipotesa simultan untuk menjawab dugaan pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tak bebas.

#### 1. Uji pasial (uji t)

Hipotesa untuk uji pasial adalah sebagai berikut :

Hipotesa 1 :  $H_0$  : *contribution margin* tidak berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

$H_1$  : *contribution margin* berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

Hipotesa 2 :  $H_0$  : ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

$H_1$  : ukuran perusahaan berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

Hipotesa 3 :  $H_0$  : pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

$H_1$  : pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022





Untuk uji parsial digunakan uji t, dimana nilai  $t_{tabel}$  untuk tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ( $n-k = 110-3 = 107$ ) adalah sebesar 1,982. Berdasarkan tabel 4.4 uji t memberikan hasil sebagai berikut :

Untuk *contribution margin* nilai  $t_{hitung}$  adalah 5,981 sedangkan  $t_{tabel}$  adalah 1,982. Nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya *contribution margin* berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.

Untuk ukuran perusahaan nilai  $t_{hitung}$  adalah 0,375 sedangkan  $t_{tabel}$  adalah 1,982 atau nilai  $-t_{tabel}$  adalah -1,982. Nilai  $-t_{tabel} <$  nilai  $t_{hitung} <$  nilai  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.

Untuk pertumbuhan penjualan nilai  $t_{hitung}$  adalah 1,918 sedangkan  $t_{tabel}$  adalah 1,982 atau nilai  $-t_{tabel}$  adalah -1,982. Nilai  $-t_{tabel} <$  nilai  $t_{hitung} <$  nilai  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.

## 2. Uji simultan (uji F)

Hipotesa untuk uji simultan adalah sebagai berikut :

$H_0$  : *contribution margin*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

$H_1$  : *contribution margin*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

Tabel 4.5 Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	80.548	3	26.849	39.379	.000 <sup>b</sup>
Residual	67.499	99	.682		
Total	148.047	102			

Nilai  $F_{tabel}$  untuk tingkat signifikansi 5% dengan derajat bebas pertama ( $k-1 = 4-1 = 3$ ) dan derajat bebas kedua ( $n-k = 110-4 = 106$ ) adalah sebesar 2,69 . Dari tabel 4.5 nilai  $F_{hitung}$  adalah 39,379, dimana nilai  $F_{hitung} >$   $F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya *contribution margin*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.

## 5. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *contribution margin* berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Tetapi ukuran perusahaan dan juga pertumbuhan penjualan tidak harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Sedangkan secara simultan *contribution*





*margin*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022

## Referensi

- [1] OJK. (2023). *Penyebab naik turun harga saham suatu perusahaan*.  
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id>
- [2] Schmidt, Jeffrey. (2019). *Contribution Margin*. Corporate Finance Institute  
<https://corporatefinanceinstitute.com>
- [3] Suwardjono. (2013). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. edisi ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- [4] Sujarweni, V. Wiratna. (2019). *Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [5] Hariadi, Bambang. (2002). *Akuntansi Manajemen* .edisi 1. Yogyakarta : BPFE
- [6] Munawir, S. (2004). *Analisa Laporan Keuangan* .edisi 4. Yogyakarta : Liberty
- [7] FEB Universitas Bung Hatta. (2020). *Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria dan Indikator)*.  
<https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/811> .
- [8] Kamal. (2020). *Perbedaan Aset Tetap, Aset Lancar dan Aset Tidak Tetap*. Gramedia Blog.  
<https://www.gramedia.com/literasi/perbedaan-aset-tetap-dan-tidak-tetap/>
- [9] Kasmir . (2018). *Analisis laporan Keuangan*. Depok : Rajawali Pers.
- [10] OCBC NISO. (2022). *Pengertian Harga Saham, Cara Analisa dan Faktor Perubahannya*  
<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/01/05/harga-saham-adalah>
- [11] Sofiah, Sigit Prihanto Utomo dan Taudlikhul Afkar (2019) . Analisis Peranan *Contribution Margin* dalam Pencapaian Laba Perusahaan PT Sakura Berkah Sejahtera. OCBC NISP.  
<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/01/05/harga-saham-adalah>
- [12] Sigar, Preisia dan Lintje Kalangi. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia*.  
<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/01/05/harga-saham-adalah>
- [13] Ghozali, Imam. (2018) . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

