

Pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) Dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021

Zulfa Nur Kholifah¹, Edi Murdiyanto², Zulfia Rahmawati³

^{1,2,3} Universitas Islam Kadiri

Korespondensi Penulis : zulfanurkholifah73@gmail.com

Abstract Every company really needs a price earning ratio which is used to assess whether shares are expensive or cheap based on the company in generating net profit and earnings per share are used to determine the valuation of the value of a company's shares with the aim of gaining profits for managers and shareholders. The aim of this research is to test and explain the influence of price earning ratio and earnings per share on share prices in cosmetics and household goods sub-sector companies in 2015-2021.

The sampling technique in this research used purposive sampling with a population of 9 companies listed on the Indonesian stock exchange using a sample of 5 companies in the cosmetics and household goods sub-sector for the 2015-2021 period using annual financial reports. From the analysis that has been carried out, the results of the research partially show that the price earnings ratio has no significant effect on share prices, which means that if PER increases, share prices will also increase, earnings per share have a significant effect on share prices, meaning that if EPS increases it will also affect an increase in share prices and simultaneously has a significant effect on share prices, meaning that together EPS and PER increase, this will have an impact on share price increases. This is known from the results of the following analysis: R^2 value = 0.641031 or 64.1%, which means 35.9% is influenced by other variables outside the model.

Keywords: Price Earning Ratio, Earning Per Share, Share Price

Abastrak Setiap perusahaan sangat membutuhkan *price earning ratio* yang digunakan untuk menilai mahal atau murahnya saham berdasarkan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dan *earning per share* digunakan untuk mengetahui valuasi nilai pada sebuah saham perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan kepada pengelola dan pemegang saham. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menjelaskan pengaruh *price earning ratio* dan *earning per share* terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga tahun 2015-2021.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan populasi 9 perusahaan yang terdaftar pada bursa efek Indonesia dengan menggunakan sampel 5 perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga periode 2015-2021 dengan menggunakan laporan keuangan tahunan. Dari analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham yang artinya jika PER naik maka harga saham juga akan mengalami kenaikan, *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham artinya jika EPS mengalami kenaikan juga akan mempengaruhi kenaikan pada harga saham dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham artinya secara bersama EPS dan PER mengalami kenaikan akan berdampak pada kenaikan harga saham. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis sebagai berikut : nilai $R^2 = 0.641031$ atau 64,1% yang berarti 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : Price Earning Ratio, Earning Per Share, Harga Saham

LATAR BELAKANG

Perusahaan merupakan salah satu kegiatan perekonomian yang hidup dalam lingkungan dunia usaha yang berubah secara cepat dan dinamis. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di era globalisasi yang cukup pesat, maka harus menuntut perusahaan untuk melakukan pengelolaan usaha yang lebih baik. Maka kinerja keuangan merupakan salah satu penentu kenaikan harga saham pada perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan ditentukan oleh banyaknya saham yang ditanamkan oleh investor, investor dalam menanamkan sahamnya

Received Agustus 30, 2023; Revised September 30, 2023; Accepted Oktober 06, 2023

* Zulfa Nur Kholifah, zulfanurkholifah73@gmail.com

melihat profit sebelumnya dari perusahaan tersebut, dalam usaha untuk menunjang keberhasilan perusahaan.

Perusahaan harus mampu memenuhi harapan pelanggan, maka daripada itu perlu adanya perencanaan yang matang sehingga bisnis mampu berkembang dan menghasilkan laba yang sesuai. Perencanaan dalam hal ini mencakup ketersediaan modal, permintaan barang dan jasa, inovasi, besar dan prakiraan penjualan dan strategi pengembangan dalam mengembangkan bisnis beserta proyeksi dan alasan dengan perhitungan yang tepat.

“Pasar modal merupakan pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan yang membutuhkan dana dengan cara memperjualbelikan sekuritas” (Tandelilin, 2010:26). Sedangkan menurut (Darmadji and Fakhruddin, 2011:1) “Pasar modal merupakan pasar yang memperjualbelikan instrument jangka panjang berupa utang maupun modal sendiri atau saham”. Saham sendiri merupakan sarana mendapatkan tambahan modal bagi perusahaan. Pasar modal yang berkembang di Indonesia dihimpun dalam Bursa Efek Indonesia.

BEI (Bursa Efek Indonesia) beserta pemerintah pada 12 november 2015 mengalahkan suatu program yaitu “yuk nabung saham” berupa ajakan untuk para investor, perusahaan, dan masyarakat umum agar sadar melakukan investasi dan menjadi berani mengikuti program yang direncanakan. Namun pada prakteknya program ini dilaksanakan pada tahun 2017.

Dari hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui adakah keterkaitan rasio dengan harga saham yang dapat menjadi tumpuan dalam memilih untuk keputusan berinvestasi. Dalam menentukan pembelian saham sebagian besar investor menggunakan analisis rasio yang merupakan alat yang digunakan untuk membantu menganalisis laporan keuangan perusahaan sehingga dapat diketahui kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan *Price Earning Ratio* (PER) dan *Earning Per Share* (EPS) kedua rasio ini termasuk “rasio pasar” menurut (Fahmi, 2012) “yang merupakan rasio untuk menilai keadaan pasar sekaligus menunjukkan keadaan manajemen perusahaan dan prospek di masa depan”.

“*Price Earning Ratio* (PER) mengindikasikan besarnya rupiah yang harus dibayarkan investor untuk memperoleh satu rupiah laba perusahaan. Saham dengan tingkat pertumbuhan tinggi umumnya mempunyai PER yang tinggi” (Hanafi, 2010: 43). Nilai PER dikatakan tinggi jika berada di atas rata-rata industri. “Semakin tinggi rasio PER menandakan bahwa investor memiliki harapan yang baik tentang perkembangan perusahaan, sehingga investor bersedia membayar mahal untuk pendapatan per saham tertentu” (Sudana, 2011: 23). “*Earning Per Share* (EPS) atau pendapatan perlembar adalah pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar yang dimiliki” (Fahmi, 2012: 97). Informasi

mengenai EPS juga sangat membantu investor karena bisa menggambarkan prospek *earning* (laba bersih yang siap dibagikan bagi pemegang saham) suatu perusahaan dimasa yang akan datang.

Harga saham merupakan acuan para investor dalam mengambil keputusan investasi. Harga saham sering kali berubah-ubah menyesuaikan dengan tingkat penawaran dan permintaan. Permintaan terhadap saham dipengaruhi oleh berbagai informasi yang dimiliki atau diketahui oleh para investor mengenai perusahaan emiten, salah satunya adalah informasi keuangan perusahaan yang tercermin dari laporan keuangan perusahaan. Dari berbagai *gap research* atau fenomena gap dari penelitian sebelumnya ditemukan beberapa kesenjangan berupa hasil penelitian yang tidak sama untuk kasus yang serupa. Hal ini mendorong peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hal yang sama sehingga diambil judul dalam skripsi ini yaitu “Pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) Dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 -2021.”

KAJIAN TEORI

Pasar Modal

Menurut (Darmadji and Fakhruddin, 2011:1) “Pasar modal adalah tempat diperjualbelikannya instrumen keuangan dalam jangka panjang seperti modal ataupun utang”. Sedangkan menurut (Tandelilin, 2010:15) “Pasar modal merupakan sarana bagi pihak yang memiliki kelebihan dana untuk menyalurkan dana kepada pihak yang membutuhkan dana”. Pasar modal juga diatur cukup ketat untuk mencangkup peraturan positif pada suatu Negara serta peraturan telah diatur khusus oleh otoritas pada bidang pasar modal yakni Otoritas Jasa Keuangan. Menurut (Murdiyanto dan Kusumaningarti, 2020: 24) menjelaskan bahwa “yang diperjual belikan di pasar modal adalah modal dan aktiva serta produk turunannya”. Definisi diatas menjelaskan, bahwa dalam pasar modal di satu sisi terdapat pihak yang kekurangan modal dan disisi lainnya ada pihak yang kelebihan modal sehingga terjadinya transaksi.

Price Earning Ratio

Price Earning Ratio atau rasio harga laba yang merupakan salah satu dalam rasio pasar. Menurut (Santoso, 2009:230) “*Price Earning Ratio* merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham dengan laba per saham”. Sedangkan menurut (Fahmi, 2017:138) “*Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara market *price pershare* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham) terhadap kenaikan pertumbuhan laba yang diharapkan juga akan mengalami kenaikan”

Earning Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur harga pasar saham untuk setiap lembar saham yang dibandingkan dengan laba per lembar saham itu sendiri, dimana dalam penelitian ini harga pasar saham yang digunakan adalah harga saham penutupan (*closing price*) dan laba yang digunakan adalah laba bersih per lembar saham yang tercantum pada laporan keuangan tahunan perusahaan. Nilai dari rasio ini menunjukkan mahal tidaknya harga pasar saham atau tingkat kepercayaan investor terhadap suatu saham. Dapat dihitung menggunakan formulasi sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Market Price Per share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Sumber :Fahmi (2017: 138)

Pada rasio ini jika nilai PER makin tinggi maka harga saham semakin mahal atau tingkat kepercayaan investor terhadap suatu saham semakin tinggi.

Earning Per Share

“*Earning PerShare* atau harga per lembar saham yang merupakan salah satu dalam rasio pasar” menurut (Fahmi, 2017). Sedangkan menurut (Kasmir, 2013) “*Earning Per Share* merupakan salah satu dalam rasio profitabilitas”. Menurut (Kasmir, 2013:207) “*Earning Per Share* merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham”. *Earning Per Share* menunjukkan seberapa besar keuntungan yang diperoleh investor atau pemegang saham per saham, dengan memperhatikan pertumbuhan *Earning Per Share* maka dapat dilihat prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. *Earning Per Share* merupakan suatu indikator yang berpengaruh terhadap harga saham, karena laba perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi penilaian investor akan keadaan perusahaan. Dapat dihitung menggunakan formulasi sebagai berikut ::

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

Sumber : Murdiyanto and Kusumaningarti (2020: 173)

Pada rasio ini nilai EPS makin tinggi dari waktu ke waktu maka akan menunjukkan perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga tumbuh dengan baik dan akan menambah kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut

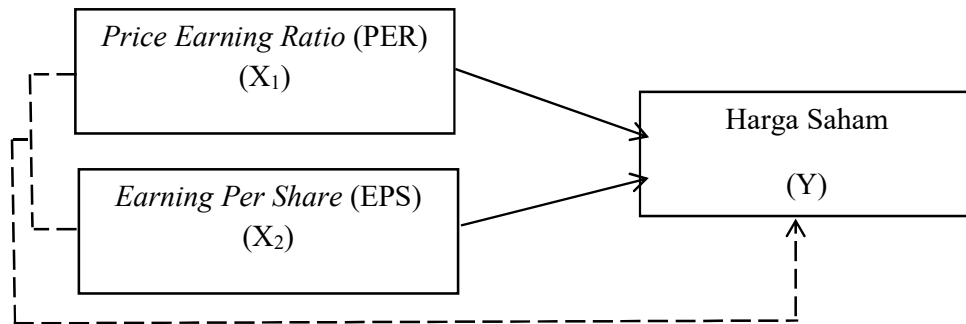
Harga Saham

Menurut (Darmadji and Fakhrudin, 2011:102) menjelaskan bahwa harga “saham merupakan harga yang sedang terjadi di bursa pada waktu tertentu. Harga saham bisa berubah naik maupun turun dalam hitungan waktu yang begitu cepat”. Harga saham dapat berubah dalam hitungan menit bahkan bisa berubah dalam hitungan detik. Hal tersebut kemungkinan karena permintaan dan penawaran antar pembeli saham dengan penjual saham. Menurut

(Hartono, 2008: 167) “harga saham merupakan harga di suatu saham yang sedang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal”.

Beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan harga saham adalah harga per lembar saham yang berlaku di pasar modal dan merupakan cerminan bagi suatu perusahaan terkait akan pengelolaan yang baik oleh manajemen sehingga bisa menciptakan keuntungan dan mampu memenuhi tanggung jawab kepada pemilik, karyawan, masyarakat dan pemerintah (*stakeholder*).

Kerangka Teoritik



Gambar 1. Kerangka Teoritik

(sumber : Data diolah,2023)

Keterangan :

- > : Pengaruh Secara Parsial.
- - - - -> : Pengaruh Secara Simultan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019:16) “Metode Kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka yang dianalisis menggunakan statistik”. Metode kuantitatif yang digunakan adalah kuantitatif inferensial. Menurut (Priadana & Sunarsi, 2021:203) “Teknik analisis data kuantitatif inferensial menggunakan statistik dengan hasil yang digunakan sebagai dasar untuk pembuatan kesimpulan yang berlaku secara general”. Jenis penelitian yang digunakan penulis ini untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan mengetahui pengaruh antara variabel bebas yakni *Price Earning Ratio* dan *Earning Per Share* terhadap variabel terikat yaitu Harga Saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di pasar modal Indonesia, berikut rinciannya :

No.	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan	Subsektor
1.	PT. Unilever Indonesia Tbk	UNVR	Kosmetik Dan Rumah Tangga
2.	PT. Victoria Care Indonesia Tbk	VICI	Kosmetik Dan Rumah Tangga
3.	PT. Mandom Indonesia Tbk	TCID	Kosmetik Dan Rumah Tangga
4.	PT. Kino Indonesia Tbk	KINO	Kosmetik Dan Rumah Tangga
5.	PT. Mustika Rau Tbk	MRAT	Kosmetik Dan Rumah Tangga
6.	PT. Nanotech Indonesia Global Tbk	NANO	Kosmetik Dan Rumah Tangga
7.	PT. Martina Berto Tbk	MBTO	Kosmetik Dan Rumah Tangga
8.	PT. Falmaco Nonwoven Industri Tbk	FLMC	Kosmetik Dan Rumah Tangga
9.	PT. cottonindo Ariesta Tbk	KPAS	Kosmetik Dan Rumah Tangga

Sumber : IDX, 2023

Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan sampel yang mewakili kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Sampel pada penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 hingga 2021 sebanyak 35 laporan keuangan tahunan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat penting di dalam penelitian, karena salah satu dari tujuan penelitian ini adalah mendapatkan data, yang digunakan peneliti untuk meneliti lebih lanjut untuk mendukung penelitian ini sebagai berikut:

1. Studi Pustaka Atau Literatur
2. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan estimasi regresi data panel (sebab dalam penelitian ini penggabungan data cross section dan time series) penentuan model estimasi (uji chow, uji hausman, dan uji lagrange multiplier), uji asumsi klasik, dan uji hipotesis (uji t dan uji F) dengan bantuan software Eviews9.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Estimasi Regresi Data Panel

1. Uji Chow

Untuk melihat model mana yang lebih baik antara CEM dan FEM maka pengujian pada data panel dapat dilakukan dengan menggunakan *chow test*, untuk hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi Data Panel Chow Test

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	11.633830	(4,28)	0.0000
Cross-section Chi-square	34.267401	4	0.0000

Sumber : *Output E-views*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa nilai *Probability Cross Section F* sebesar $0.0000 < 0,05$ yang terpilih *Fixed Effect Model*.

2. Uji Hausman

Uji hausman bertujuan untuk membandingkan antara *fixed wffect model* dan *random effect model*. Pengujian yang menggunakan metode ini untuk mengetahui apakah teknik regresi data panel yang menggunakan *Generalized Least Square (Random Effect Model)* lebih baik dari regresi data panel yang menggunakan metode *Least Square Dummy Variabel (Fixed Model Effect)*. Untuk hasil dari uji hausman dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Regresi Data Panel Hausman Test

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.882580	2	0.6432

Sumber : *Output E-views*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa nilai pada *probability cross section random* sebesar $0.6432 > 0,05$ yang terpilih *Fixed Effect Model*.

3. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji *lagrange multiplier* dalam penelitian ini digunakan untuk memilih metode *common effect model* atau *random effect model* yang paling tepat untuk digunakan dalam model

persamaan regresi data panel. Untuk hasil dari uji *lagrange multiplier* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Regresi Data Panel Lagrange Multiplier

Lagrange multiplier (LM) test for panel data			
Date: 04/13/23 Time: 15:04			
Sample: 2015 2021			
Total panel observations: 35			
Probability in ()			
Null (no rand. effect)	Cross-section	Period	Both
Alternative	One-sided	One-sided	
Breusch-Pagan	26.24342	0.865140	27.10856
	(0.0000)	(0.3523)	(0.0000)
Honda	5.122833	-0.930129	2.964690
	(0.0000)	(0.8238)	(0.0015)
King-Wu	5.122833	-0.930129	3.379864
	(0.0000)	(0.8238)	(0.0004)
GHM	--	--	26.24342
	--	--	(0.0000)

Sumber : *Output E-views*

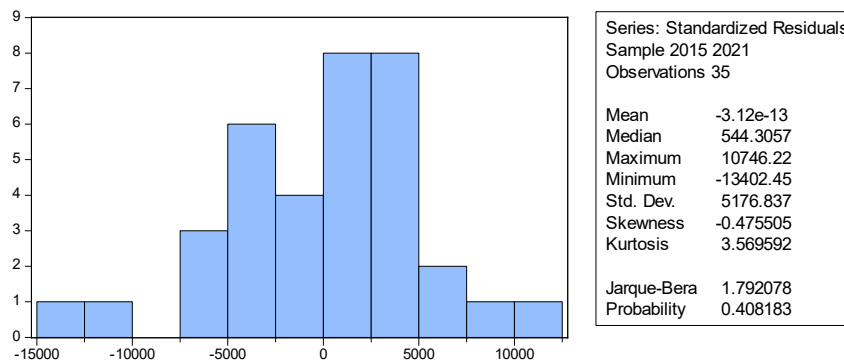
Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa probabilitas *Breusch-Pagan* sebesar $0.0000 < 0,05$ yang terpilih *Random Effect Model*.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Mengetahui data terdistribusi normal atau tidaknya dapat dilakukan dengan uji statistik Jarque-Bera Test (JB). Jarque-Bera Test merupakan alat uji statistik untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal Adapun kriteria dalam pengujian adalah jika nilai signifikansinya $> 0,05$ berarti berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas :

Gambar 2. Grafik Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 4.1 diatas menunjukkan hasil yang berada pada Grafik dan Tabel bahwa *jarque-bera* 1.792078 dengan nilai *p-value* sebesar 0,408183 > 0,05 dapat dikatakan residual berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas yang berarti terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel independen dari model yang ada. Akibat dari adanya multikolinieritas ini koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan *standart* yang tidak terhingga. Maka untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dengan melihat nilai korelasi sederhana antar variabel independen lebih besar dari 0,8 maka model penelitian tersebut terdapat masalah multikolinieritas. Dan sebaliknya jika nilainya lebih kecil dari 0,8 maka model penelitian ini lolos masalah multikolinieritas. Hasil dari Uji Multikolinieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

	<i>Price Earning Ratio</i> (X ₁)	<i>Earning Per Share</i> (X ₂)
<i>Price Earning Ratio</i> (X ₁)	1,000000	-0,175359
<i>Earning Per Share</i> (X ₂)	-0,175359	1,000000

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas yang ada pada tabel di atas dapat diketahui nilai korelasi antar variabel independen < 0,8 yang bisa diartikan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada data penelitian.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Dalam pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel X sebagai variabel independen dengan nilai *absolute unstandardized* residual regresi yang digunakan sebagai variabel dependen. Jika hasil dari uji heterokedastisitas dengan level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, dan juga sebaliknya apabila level dibawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas. Hasil dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5204.816	1233.900	4.218181	0.0002

X1	-11.75696	15.04984	-0.781202	0.4412
X2	-2.729276	1.939761	-1.407017	0.1704

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa hasil uji Heteroskedastisitas pada tabel di atas nilai signifikan mendapatkan hasil lebih dari 0,05 atau 5% dapat diartikan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil dari estimasi model yang telah dilakukan maka terpilih *random effect model* yang akan digunakan untuk menganalisis data melalui pengujian hipotesis sebagai berikut :

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis pada variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, berikut merupakan hasil dari uji t :

1. *Price earning ratio* mempunyai nilai t-hitung sebesar 1.614978 yang berarti t-hitung < t-tabel 2.03693 dengan tingkat signifikansi 0.1161 > 0.05. Hasil nilai yang berarti bahwa *price earning ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham secara parsial sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. *Earning per share* mempunyai nilai t-hitung sebesar 3.304193 yang berarti t-hitung < t-tabel 2.03693 dengan tingkat signifikansi 0.0024 < 0.05. Hasil nilai yang berarti bahwa *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham secara parsial sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji F

Dalam penelitian ini Uji F digunakan untuk mengetahui atau untuk menguji hipotesis penelitian secara simultan antara seluruh variabel bebas dan pengaruhnya terhadap variabel terikat dalam penelitian, berikut merupakan hasil dari Uji F. Dapat diketahui bahwa $df = n-k-1$ yang mana $35-2-1 = 32$ dengan tingkat signifikansi 0.05 atau 5% sehingga memperoleh nilai f-tabel sebesar 2.901. Berdasarkan tabel 4.10 diatas secara simultan menunjukkan bahwa f-statistik 6.369334 > 2.901 nilai tetap dengan tingkat prob (F-statistik) 0.004693 < 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *price earning ratio* dan *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham secara simultan sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Pengaruh Price Earning Ratio (PER) terhadap Harga Saham

Hasil yang telah dipaparkan diatas, artinya jika nilai pada PER naik belum tentu harga saham juga naik begitu sebaliknya dan dapat dibuktikan dalam hasil uji t yang ditunjukkan pada tabel 4.10 bahwa *Price Earning Ratio* mempunyai nilai t-hitung sebesar 1.614978 yang

berarti $t\text{-tabel} < 2.03693$ dengan tingkat signifikansi $0.1161 > 0.05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap harga saham secara parsial, artinya jika *price earning ratio* naik maka harga saham akan mengalami kenaikan tetapi tidak signifikan kenaikan pada harga saham sesuai atau sama dengan kenaikan yang terjadi pada *price earning ratio* begitupun sebaliknya jika *price earning ratio* mengalami penurunan maka harga saham juga akan mengalami penurunan.

Hasil dalam penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Desiana, 2018) yang membahas tentang Pengaruh *Price Earning Ratio* (PER), *Earning Per Share* (EPS), *Devidend Yield Ratio* (DYR), *Dividend Payout Ratio* (DPR), *Book Value Per Share* (BVS) dan *Price to Book Value* terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) dengan hasil penelitiannya “*Price Earning Ratio* (PER), *Earning Per Share* (EPS) dan *Price to Book Value* (PBV) berpengaruh terhadap Harga Saham”.

Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) terhadap Harga Saham

Hasil yang telah dipaparkan diatas, artinya jika nilai pada EPS yang tinggi dapat menunjukkan tingginya kemampuan dalam memberikan keuntungan atau laba per lembar saham yang telah dimiliki oleh perusahaan, dengan tingginya EPS tersebut dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan dan dapat menyebabkan tingginya permintaan dengan demikian harga saham juga akan ikut naik dan dapat dibuktikan dalam hasil uji t yang ditunjukkan pada tabel 4.10 di atas diperoleh *earning per share* mempunyai nilai t-hitung sebesar 3.304193 yang berarti $t\text{-tabel} < 2.03693$ dengan tingkat signifikansi $0.0024 < 0.05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham secara parsial, artinya jika *earning per share* mengalami kenaikan maka harga saham juga akan mengikuti mengalami kenaikan kenaikan tersebut tergantung dengan nilai yang dihasilkan oleh *earning per share* begitupun sebaliknya jika *earning per share* mengalami penurunan maka harga saham juga akan mengalami penurunan.

Hasil dalam penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi and Suayana, 2013) yang berjudul Pengaruh *Earning Per Share*, *Debt to Equity Ratio*, dan *Price to Book Value* terhadap Harga Saham pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2009-2011 berpendapat bahwa “*Earning Per Share* berpengaruh signifikan positif bagi harga saham”. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini yang menyatakan bahwa EPS berpengaruh terhadap Harga Saham.

Pengaruh Price Earning Ratio (PER) dan Earning Per Share (EPS) terhadap Harga Saham

Menurut (Rahmadewi and Abundanti, 2018) “Price Earning Ratio digunakan untuk mengukur nilai saham dan Price Earning Ratio berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Dewi and Suayana, 2013) menyatakan bahwa “Earning Per Share berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham”.

Berdasarkan hasil uji dari tabel 4.10 secara simultan menunjukkan bahwa f-statistik $6.369334 > 2.901$ dengan tingkat prob (F-statistik) $0.004693 < 0.05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *price earning ratio* dan *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham secara simultan, artinya secara bersama *earning per share* dan *price earning ratio* mengalami kenaikan juga akan berdampak pada kenaikan harga saham, sebaliknya jika *earning per share* dan *price earning* mengalami penurunan secara bersama maka harga saham juga mengalami penurunan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar pada bursa efek Indonesia tahun 2015-2021

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dengan didukung penelitian sebelumnya sebagai bahan referensi maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Price earning ratio* mendapatkan hasil berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015-2021, artinya jika *price earning ratio* mengalami kenaikan maka harga saham juga akan mengalami kenaikan juga begitupun sebaliknya jika *price earning ratio* mengalami penurunan maka harga saham juga akan mengalami penurunan.
2. *Earning per share* mendapatkan hasil berpengaruh signifikan terhadap harga saham sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015-2021, artinya jika *earning per share* mengalami kenaikan maka harga saham juga akan mengikuti mengalami kenaikan kenaikan tersebut tergantung dengan nilai yang dihasilkan oleh *earning per share* begitupun sebaliknya jika *earning per share* mengalami penurunan maka harga saham juga akan mengalami penurunan.
3. *Price earning ratio* dan *earning per share* mendapatkan hasil berpengaruh signifikan terhadap harga saham sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015-2021, artinya secara bersama *earning per share* dan *price earning ratio* mengalami kenaikan juga akan berdampak pada kenaikan harga saham.

4. Berdasarkan hasil regresi yang dilakukan dengan menggunakan *Random Effect Model*, diketahui bahwa nilai *adjusted R-Square* sebesar 0.641031. Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel dependen yaitu Harga Saham secara simultan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu PER dan EPS sebesar 64.1% sedangkan sisanya 35.9% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel *dividend yield ratio, dividend payout ratio, price to book value, current ratio, return on equity, debt to equity ratio, return on asset*. Karena nilai *adjusted R-Square* yang dihasilkan dalam penelitian ini hampir mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variabel dependen terbatas. Hal ini terjadi karena didalam model penelitian hanya ada satu variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham yaitu variabel EPS.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Bagi pihak Perusahaan sebaiknya untuk lebih meningkatkan kinerja keuangan maupun kinerja manajemen perusahaan agar setiap tahunnya persepsi para investor terhadap prospek kinerja perusahaan dimasa yang akan datang dapat dijaga dengan baik. Kinerja keuangan perusahaan tersebut dapat ditunjukkan dengan meningkatkan nilai dari *Price Earning Ratio* dan *Earning Per Share*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan referensi ataupun sumber informasi yang relevan bagi peneliti selanjutnya mengenai topik-topik yang berkaitan dengan penelitian ini. Dan hasil dari penelitian ini juga diharapkan bisa digunakan sebagai literatur di perpustakaan dan juga sebagai acuan jika ingin meneliti tentang pasar modal, khususnya dengan mengetahui *Price Earning Ratio* dan *Earning Per Share*.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadji, T. and Fakhruddin, H.M. (2011) *Pasar Modal di Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, P.D.A. and Suayana, I.G.N.. (2013) 'Pengaruh Eps, Der, Dan Pbv Terhadap Harga Saham', *Akuntansi Universitas Udayana*, 1, pp. 215–229.
- Handayani, F., Hakim, M.Z. and Abbas, D.S. (2021) 'Pengaruh ROA, ROE, NPM Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris Perusahaan Sektor Perbankan Tahun 2017-2019)', pp. 88–97.doi:10.32528/psneb.v0i0.5157.
- Kasmir (2013) *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Munawir (2014) *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty.
- Murdiyanto, E. and Kusumaningarti, M. (2020) *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio Pasar Modal Indonesia*. Edited by A. Rofiq. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

- Brigham, E.F. and Houston, J.F. (2010) *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmadji, T. and Fakhruddin, H.M. (2011) *Pasar Modal di Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Desiana, L. (2018) 'Pengaruh Price Earning Ratio (Per), Earning Per Share (Eps), Dividend Yield Ratio (Dyr), Dividend Payout Ratio (Dpr), Book Value Per Share (Bvs) Dan Price Book Value (Pbv) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar D', *I-Finance: a Research Journal on Islamic Finance*, 3(2), p. 199. doi:10.19109/ifinance.v3i2.1550.
- Kasmir (2013) *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Saham Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Periode 2005-2016', *Jurnal Akuntansi*, 4(1), p. 963. doi:10.30736/jpensi.v4i1.220.
- Siregar, Q.R. and Farisi, S. (2018) 'Pengaruh Return On Assets Dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham', *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), pp. 81–89. doi:10.30596/maneggio.v1i1.2342.
- Sudana, I.M. (2011) *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Edisi Dua. Edited by Novietha I. Sallama. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.