EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.3, No.6, September 2024

Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI

Mirna Dwi Yanti[1], Muhammad Salman[2], Tutie Meutia[3]
[1] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra
E-mail: mirnadwiyanti626@gmail.com

Article History:
Received: 17 Juli 2024
Revised: 18 Agustus 2024
Accepted: 23 Agustus 2024

Keywords: *Liquidity, Sales Growth, Company Size, Share Price*

Abstract: *This research aims to determine the influence of Liquidity, Sales Growth and Company Size on Share Prices in Consumer Goods Industry Manufacturing Companies in the Food and Beverage Subsector listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2013-2022 period. The data analysis methods used are multiple linear regression analysis, t test, F test, and coefficient of determination analysis. Liquidity has a positive and significant effect on share prices in consumer goods industry manufacturing companies in the food and beverage subsector listed on the Indonesia Stock Exchange. Sales growth does not have a significant effect on share prices in consumer goods industry manufacturing companies in the food and beverage subsector listed on the Indonesia Stock Exchange. Company size has a negative and significant effect on share prices in consumer goods industry manufacturing companies in the food and beverage subsector listed on the Indonesia Stock Exchange for the period. Liquidity, Sales Growth and Company Size simultaneously have a positive and significant effect on share prices in food and beverage sector companies listed on the Indonesian Stock Exchange.*

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, perekonomian Indonesia berkembang sangat pesat terutama pada sektor konsumsi. Industri barang konsumsi merupakan industri yang sangat menarik karena seluruh produknya selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Industri barang konsumsi menghasilkan produk-produk yang dikonsumsi dan dibutuhkan seperti makanan, minuman, obat-obatan, dan lain-lain. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sub sektor yang ada di industri barang konsumsi. Dari halaman situs resmi Kementrian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin.go.id) menyatakan bahwa makanan dan minuman merupakan sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur di Indonesia. Perusahaan makanan dan minuman merupakan perusahaan yang menciptakan atau mengelolah barang konsumsi. Perusahaan manufaktur khususnya sub sektor makanan dan minuman merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan produk yang di jual dengan tujuan untuk dapat memperoleh laba atau keuntungan.

Kurnia (2015) menjelaskan bahwa harga saham merupakan harga penutupan pasar saham selama periode pengamatan untuk setiap saham sampel dan kinerjanya selalu diamati oleh investor. Harga saham juga dapat dipengaruhi oleh kesehatan perusahaan. Semakin tinggi kinerja suatu perusahaan maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan dan keuntungan yang diperoleh investor, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kenaikan harga saham.

Kesulitan keuangan muncul sehingga menyebabkan sektor industri barang konsumsi menjadi tidak stabil. Kinerja sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia juga semakin suram, kinerja awal tahun 2019 turun hampir 20%, berdasarkan berita CNBCindonesia (2019), penurunan akuratnya mencapai 19,31%. Sektor konsumsi masih tertekan dan menjadi bobot utama Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada sesi I dengan 0,26% pada posisi 2.067,88. Penurunan konsumsi masyarakat juga tercermin pada Survei Penjualan Eceran (SPE), Bank Indonesia (BI) melaporkan bahwa SPE naik tipis 0,7% pada September 2019, jauh di bawah 4,8% tahun ke tahun dari pertumbuhan pada periode yang sama tahun sebelumnya.

Likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset lancar secara tepat waktu untuk memenuhi kewajiban jangka pendek (Pandia, 2017). Likuiditas dalam konteks ekonomi mengacu pada kemampuan suatu aset atau investasi untuk dengan cepat diubah menjadi uang tunai tanpa kehilangan nilai yang signifikan. Artinya, aset yang sangat likuid dapat dengan mudah dijual atau diperdagangkan tanpa mengganggu harga pasar. Sebaliknya, aset yang kurang likuid akan memerlukan lebih banyak waktu atau upaya untuk menjualnya dan mungkin mengalami penurunan nilai.

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai penurunan jumlah penjualan tahun ini dan tahun lalu dibandingkan dengan penjualan tahun lalu (Suweta & Dewi, 2016). Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan mempengaruhi harga saham karena tingkat pertumbuhan suatu perusahaan merupakan pertanda bahwa perusahaan tersebut berjalan dengan baik sehingga menimbulkan reaksi positif dari saham investor.

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya atau skala suatu perusahaan. biasanya diukur dengan kapitalisasi pasar, yang mencerminkan ukuran dan stabilitas perusahaan. Perusahaan yang lebih besar sering kali dianggap lebih bereputasi dan mungkin menarik investasi dari investor institusi yang mencari saham yang lebih likuid dan stabil. Ukuran perusahaan dengan size dapat dihitung dengan logaritma natural dari total pendapatan. Jumlah penjualan sendiri merupakan salah satu cara untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan, karena kekayaan dan sumber daya suatu perusahaan tercermin dari besar kecilnya penjualannya. Penelitian Zaki (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

LANDASAN TEORI

Teori Sinyal

Teori signaling merupakan teori yang mendasari tindakan atau cara yang dilakukan oleh manajemen suatu perusahaan ketika memberikan wawasan kepada investor tentang prospek perusahaan. Manajer perusahaan yang prospeknya sangat menguntungkan akan terus memasarkan perusahaannya untuk menarik investor. Teori signaling akan memberikan perhatian khusus kepada semua pihak yang menggunakan informasi sebagai bahan pertimbangan atau evaluasi suatu perusahaan (Permatasari & Fitria, 2020).

Harga Saham

Menurut Aziz (2015) harga saham adalah harga pasar sebenarnya dan merupakan harga yang paling sederhana untuk ditentukan karena merupakan harga suatu saham di pasar saat ini atau jika pasar tutup maka harga pasar tersebut adalah harga penutupnya. Harga terbaru untuk menarik penjual dan pembeli, pasar modal harus likuid dan efisien. Pasar modal dapat dikatakan likuid apabila penjual dapat menjual dan pembeli dapat membeli surat berharga dengan relatif cepat.

Penciptaan harga saham didorong oleh penawaran dan permintaan saham (Ichsani et al., 2019). Penawaran dan permintaan disebabkan oleh banyak faktor yang berbeda, baik spesifik maupun makroekonomi, misalnya suku bunga, situasi perekonomian negara, kondisi sosial politik atau perubahan sikap. Naik turunnya harga saham ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Likuiditas

Rasio Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo (Kasmir, 2017). Rasio ini menunjukkan bahwa likuiditas jangka pendek perusahaan juga akan mempengaruhi utang jangka panjang perusahaan jika terjadi secara berturut-turut atau dalam jangka panjang.

Menurut Hani & Maisyita (2021) menyatakan bahwa likuiditas dapat diukur menggunakan Rasio lancar atau *current ratio* (CR) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rasio lancar dapat dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan *(margin of safety)* suatu perusahaan. Perbandingan antara asset lancar dengan kewajiban jangka pendek (utang lancar). Rumus yang digunakan yaitu:

$$Current\ Ratio = \frac{Asset\ Lancar}{Hutang\ Lancar} X\ 100\%$$

Pertumbuhan Penjualan

Carvalho (2014) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah peningkatan penjualan antara tahun berjalan dibandingkan tahun sebelumnya yang dinyatakan dalam persentase. Keberhasilan perusahaan dapat digambarkan dengan pertumbuhan penjualannya. Dengan nilai pertumbuhan yang semakin meningkat setiap periodenya maka dapat memotivasi untuk penjualan periode selanjutnya.

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Habibah dan Andayani, 2015). Indikator pengukuran pertumbuhan penjualan yaitu menggunakan persentase kenaikan atau penurunan penjualan dari periode sebelumnya ke periode berikutnya. Dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{penjualan t} - \text{penjualan t} - 1}{\text{penjualan t} - 1} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan total aset. Besar kecilnya aset suatu perusahaan menggunakan nilai logaritmik total aset. Perusahaan dengan aset yang besar seringkali dianggap sebagai perusahaan yang memiliki prospek yang baik dan dapat

menghasilkan keuntungan bagi pemegang sahamnya, sehingga saham-saham tersebut dapat bertahan di pasar modal dan harganya akan meningkat jika hal tersebut dilakukan, maka banyak investor yang tertarik (Harahap, 2015).

semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai. Semakin besar asset yang dimiliki perusahaan biasanya semakin besar juga perusahaan tersebut. (Arief Effendi, 2016). . Indeks yang digunakan untuk menggambarkan ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah logaritma natural dari total aset.

Ukuran perusahaan dapat dihitung sebagai berikut :

Ukuran Perusahaan *(Size)* = Ln (Total Aktiva)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data angka-angka yang berasal dari perhitungan masing-masing atribut pengukuran variabel. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain yang telah tersedia. Sumber data dalam penulisan skripsi ini adalah dari berbagai sumber buku, jurnal dan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur industri barang konsumsi yang termasuk kedalam subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi ini berjumlah sebanyak 41 perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2013-2022. Pemilihan sampel pada penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Memperoleh sampel yang representatif (mewakili) berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan menggunakan metode *purposive sampling.* Pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Hartono, 2018). Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Termasuk ke dalam kelompok industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Perusahaan manufaktur industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan periode 2013-2022.
3. Perusahaan manufaktur industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang menyediakan data yang dibutuhkan selama periode 2013-2022.
4. Perusahaan manufaktur industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang menyajikan laporan keuangan dalam bentuk rupiah.

maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 9 Perusahaan dengan periode pengamatan tahun 2013-2022. Berikut nama-nama perusahaan manufaktur industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI sebagai sampel dalam penelitian.

Tabel 1.1 Daftar Sampel

No	Kode Saham	Nama Emiten
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk, PT
3	DLTA	Dela Djakarta Tbk
4	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT

5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT
6	MYOR	Mayora Indah TBK, PT
7	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
8	SKBM	Sekar Bumi Tbk, PT
9	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT

Sumber : www.idx.co.id (2023)

Metode dalam menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah alat statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran pada objek yang diteliti data sampel atau populasi yang telah ada. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan suatu data yang diperoleh dari mean, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum. Pengujian statistik deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji analisis deskriptif

Tabel. 1 Descriptive Statistics

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Likuiditas	90	.15	12.04	2.5957	1.97972
Pertumbuhan Penjualan	90	-.99	2.54	.1438	.51707
Ukuran Perusahaan	90	15.46	30.73	24.6060	5.26342
Harga Saham	90	3.91	12.87	7.6605	1.55942
Valid N (listwise)	90				

Sumber : olah data spss 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dijelaskan bahwa :

Variabel Harga Saham pada penelitian tersebut memiliki nilai N sebesar 90. Nilai minimum sebesar 3,91 dan Nilai maximum sebesar 12,87 Nilai rata – rata dimiliki sebesar 7,6605 dan Nilai Standar deviasi sebesar 1,55942. Variabel Likuiditas pada penelitian tersebut memiliki nilai N sebesar 90. Nilai minimum sebesar 0,15 dan Nilai maximum sebesar 12,04. Nilai rata – rata dimiliki sebesar 2,5957 dan Nilai Standar deviasi sebesar 1.97972. Variabel Pertumbuhan Penjualan pada penelitian tersebut memiliki nilai N sebesar 90. Nilai minimum sebesar -0,99 dan Nilai maximum sebesar 2,54. Nilai rata – rata dimiliki sebesar 0,1438 dan Nilai Standar deviasi sebesar 0,51707. Variabel Ukuran Perusahaan pada penelitian tersebut memiliki nilai N sebesar 90. Nilai minimum sebesar 15,46 dan Nilai maximum sebesar 30.73. Nilai rata – rata dimiliki sebesar 24,6060 dan Nilai Standar deviasi sebesar 5,26342.

Uji klasik

Uji normalitas

Table 2: hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	85

Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.94696793
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.089
	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : olah data spss 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.3 yang menunjukan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,090 yang berarti nilai *Kolmogorov-Smirnov* 0,090 > 0,05 dan nilai *Asymp*. Sig sebesar 0,085 yang berarti nilai *Asymp*. Sig 0,085 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji multikoleniaritas

Table 3: Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.148	.797		13.991	.000		
	Likuiditas	.008	.073	.011	.116	.908	.932	1.074
	Pertumbuhan Penjualan	.198	.283	.066	.699	.487	.996	1.004
	Ukuran Perusahaan	-.144	.029	-.485	-4.996	.000	.929	1.077

a. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber : olah data spss 2024

Dari penghitungan Tolerance juga memperlihatkan tidak adanya variabel independent yang mempunyai Tolerance < 0, 10 serta Hasil penghitungan VIF juga menunjukan hal yang serupa bahwa semua variable independen yang memiliki VIF > 10. Dengan demikian bisa dibuat kesimpulan bahwasanya tidak terdapat multikolonieritas diantara variabel independennya.

Uji Autokorelasi

Tabel 4 : Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.562[a]	.316	.292	1.312	.838

a. Predictors: (Constant), Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan

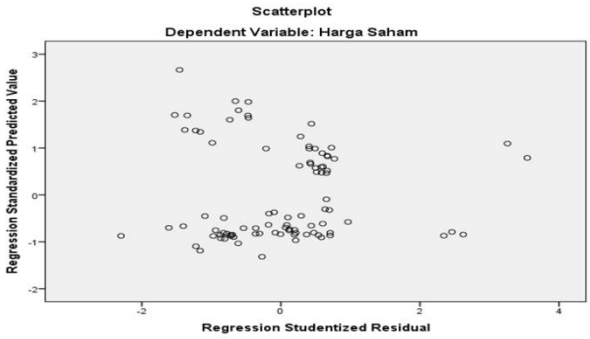
b. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber : olah data spss 2024

Berdasarkan hasil perhitungan yang menunjukan nilai *Durbin-Watson*(DW) sebesar 0,838 yang berarti nilai Durbin-Watson 0,838 berada diantara -2 dan +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian tersebut tidak terdapat autokorelasi.

Uji heteroskedastisitas

Table 5 : Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : olah data spss 2024

Berdasarkan hasil uji S*catter Plot* diatas menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola atau tersebar, sehingga dapat dikatakan data tersebut tidak terdapat uji heteroskedastisitas.

Uji regresi linear berganda

Tabel 6 : hasil uji regresi linear berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.084	.767		13.145	.000
	Likuiditas	.216	.073	.274	2.953	.004
	Pertumbuhan Penjualan	.220	.270	.073	.817	.416
	Ukuran Perusahaan	-.123	.028	-.414	-4.454	.000

a. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber : olah data spss 2024

Berdasarkan hasil perhitungan olah data dapat diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 10{,}084 + 0{,}216X_1 + 0{,}220X_2 - 0{,}123X_3 + e$$

Penjelasan dari persamaan regresi linier berganda diatas adalah sebagai berikut :

1) Nilai Constant sebesar 10,084 menunjukan bahwa variabel dependen yaitu harga saham berpengaruh positif apabila Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan konstan.
2) Nilai β_1 sebesar 0,216 menunjukan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif terhadap harga saham, sehingga jika likuiditas meningkat 1 *point* akan menyebabkan harga saham meningkat sebesar 0,216 dengan asumsi yaitu variabel lainnya konstan.
3) Nilai β_2 sebesar 0,220 menunjukan bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham, sehingga jika pertumbuhan penjualan meningkat 1 *point* akan menyebabkan harga saham menurun sebesar 0,220 dengan asumsi yaitu variabel lainnya konstan.
4) Nilai β_3 sebesar -0,123 menunjukan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap harga saham, sehingga jika ukuran perusahaan meningkat 1 *point* akan menyebabkan harga saham
menurun sebesar 0,123 dengan asumsi yaitu variabel lainnya konstan.

Uji hipotesis
Uji t (uji parsial)

Tabel 7 : Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.084	.767		13.145	.000
	Likuiditas	.216	.073	.274	2.953	.004
	Pertumbuhan Penjualan	.220	.270	.073	.817	.416
	Ukuran Perusahaan	-.123	.028	-.414	-4.454	.000

a. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber : olah data spss 2024

Berdasarkan hasil perhitungan olah data dapat disimpulkan bahwa :

1) Nilai signifikan sebesar 0,004 < 0,05 pada variabel likuiditas menunjukan bahwa secara parsial variabel likuiditas berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sehingga hipotesis 1 diterima.
2) Nilai signifikan sebesar 0,416 > 0,05 pada variabel pertumbuhan penjualan menunjukan bahwa secara parsial variabel petumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sehingga hipotesis 2 ditolak.
3) Nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 pada variabel ukuran perusahaan menunjukan bahwa secara parsial variabel ke ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sehingga hipotesis 3 diterima.

Uji F (uji simultan)

Tabel 8: Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.329	3	22.776	13.226	.000[b]
	Residual	148.101	86	1.722		
	Total	216.430	89			

a. Dependent Variable: Harga Saham

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas

Sumber : olah data spss 2024

Berdasarkan hasil uji F menunjukan hasil pengujian statistic F diperoleh nilai F hitung sebesar 13,226 nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel likuiditas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Uji koefesien determinanan (R^2)

Tabel 9 : hasil uji koefesien determinan (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.562[a]	.316	.292	1.31229

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas

Sumber : olah data spss 2024

Berdasarkan hasil pengujian menunjukan nilai koefisien determinasi sebesar 0,292 yang berarti variabel likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan sebesar 29,2% terhadap variabel harga saham, sedangkan sisanya sebesar 70,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat di penelitian ini, seperti Dividen, Solvabilitas, Profitabilitas.

PEMBAHASAN

Pengaruh Likuiditas Terhadap Harga Saham

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal ini menjelaskan pengaruh likuiditas mengenai rasio perbandingan aset lancar dengan hutang lancar sehingga menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang bergerak pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2022. Sesuai dengan bunyi teori signal yang mengatakan bahwa perusahaan harus memberikan signal kepada pasar, dengan memberikan laporan keuangan kepada investor guna menarik investor untuk melakukan investasi sehingga dapat mempengaruhi prospek perusahaan (Brigham,2010). Nilai likuiditas yang tinggi akan lebih diminati oleh para investor untuk menanamkan sahamnya. . Hal itulah yang akhirnya membuat investor tertarik dan berpengaruh terhadap naiknya harga saham.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Pertumbuhan ditandai dengan peningkatan aktiva maupun peningkatan penjualan (omset) yang menunjukkan bahwa perusahaan sedang melakukan ekspansi, tetapi kegagalan ekspansi akan meningkatkan beban perusahaan (Nurlinda Sari et al., 2019). Melonjaknya beban penjualan dan beban usaha menyebabkan laba bersih turun meskipun pertumbuhan penjualan naik, sehingga disaat pertumbuhan penjualan meningkat tidak selalu disertai dengan kenaikan harga saham.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham. Semakin besar ukuran perusahaan dapat berpotensi menurun terhadap harga saham. Perusahaan besar dinilai memiliki kekuatan dalam tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Hal ini sesuai dengan teori menurut Agus Sartono (2010:249) ukuran perusahaan merupakan perusahaan yang sudah *well estabilished* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahan kecil. Dalam artian jika ukuran perusahaan semakin besar dapat memicu ketidakefisien produktivitas perusahaan yang akan berdampak pada ketidakoptimalan dalam menghasilkan keuntungan. Investor akan menilai bahwa perusahaan tersebut tidak menjalankan prospek kerja dengan baik sehingga tidak ada ketertarikan untuk menanamkan sahamnya dan harga saham akan menurun. Ini menunjukkan bahwa perkembangan perusahaan saat ini dalam menghasilkan profit tidak selalu membutuhkan ukuran perusahaan yang besar.

Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham.

Berdasarkan hasil analisis regresi uji F dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa likuiditas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal ini berarti likuiditas,

pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara bersama-sama merupakan bagian yang dipertimbangkan oleh perusahaan untuk menentukan harga saham. Perusahaan dalam menentukan harga saham dapat dilihat dari ketiga variabel secara bersama-sama.

KESIMPULAN KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham. likuiditas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Adapun saran kepada peneliti selanjutnya hendaknya variabel independen yang diteliti tidak terbatas pada Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan saja karena terdapat variabel lainnya yang mempengaruhi harga saham perusahaan seperti Debt Ratio, Return on Equity, dan Nilai Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, R. Sartono. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.

Alfanti dan Sonja.2017. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Arief Effendi. 2016. The Power of Good Corporate Governance. Edisi 2. Jakarta;Salemba Empat.Pdf. 2nd ed.

Aziz, MA (2016). *Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Price To Book Value (PBV) Pada Perusahaan Food And Beverage Tahun 2011-2014*., eprints.ums.ac.id,

Brigham, Eugene F dan Houston. 2010. Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi Kesebelas. Salemba Empat. Jakarta

Carvalho, T & Costa. 2014. *Small and Medium Enterprises (SMEs) and Competitiveness.An Empirical Study.*

Chandrarin, G (2017). *Metode Riset Akuntansi: Pendekatan Kuantitatif*., eprints.unmer.ac.id, https://eprints.unmer.ac.id/id/eprint/3849/

Ghozali, I (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS. In aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 19 (p. 113)*.

Ghozali, I (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 10, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Purnomo. Purnomo/Jurnal Manajemen dan Akuntansi*

Habibah, M. dan Andayani. (2015), Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal, Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 4, No. 7.

Hani, S, & Maisyita, R (2021). *Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax avoidance) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di*, UMSU

Harahap, YRA (2015). *Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Financial Leverage Terhadap Perataan Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar.* repository.unpas.ac.id, http://repository.unpas.ac.id/5586/

Ichsan, F Miftakhul (2019). *Pengaruh Sruktur Modal, Kinerja Keuangan Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai perusahaan* .,repository.stei.ac.id, http://repository.stei.ac.id/122/

Kasmir, D (2017). Analisis Laporan Keuangan (1st,-. *PT Rajagrafindo Persada*

Kurnia, Nia. 2015. *Analisis Pengaruh Debt To Equity Ratio (DER) DAN Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2013.* Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Nurbaiti, E (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Peringkat Sukuk Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa.,* repository.radenintan.ac.id, http://repository.radenintan.ac.id/9747/1/PUSAT%201%202.pdf

Nurlinda Sari, Salman, M., & Nurismanidar. (2019). Pengaruh Solvabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitasbilitas Pada Perusahaan Logan dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Penelitian EkonomiA kuntansi (JENSI)*, *3*(2), 151-161. https://doi.org/10.33060/jensi.v3i2.1862.

Pandia. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyaluran Kredit Usaha Mikro Keci dan Menengah (UMKM) Pada Bank Umum di Indonesia. Repository.unej.ac.id

Siyoto, S, & Sodik, MA (2015). *Dasar metodologi penelitian*., books.google.com, https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=siyoto&ots=IdVvoNY86j&sig=jYf33v4Ifwb0fWvtnEkADcmmcg.

Subramanyam, KR (2014). *Financial statement analysis*., repository.vnu.edu.vn,

Suweta. Dewi. 2016. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal. E- Jurnal Manajemen Unud. Ojs.unud.ac.id

Zaki, M., Islahuddin, dan Shabri, M. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal magister akuntansi. 6. 58-66.