Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA
Vol. 5 No. 2 Tahun 2025 Hal 391-405

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP HARGA SAHAM

Lia Winingsih, Hichmaed Tachta Hinggo, Fitri Ayu Nofirda
Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Riau
*e-mail: liawiningsih1222@gmail.com

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan corporate social responsibility (CSR) terhadap harga saham perusahaan sektor property dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2020-2023. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Analisis data menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan harga saham sebagai variabel dependen dan tiga variabel independen pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan corporate social responsibility (CSR). Sampel penelitian sebanyak 40 perusahaan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan terbukti berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham. Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham. Corporate social responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

Kata Kunci: Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Harga Saham

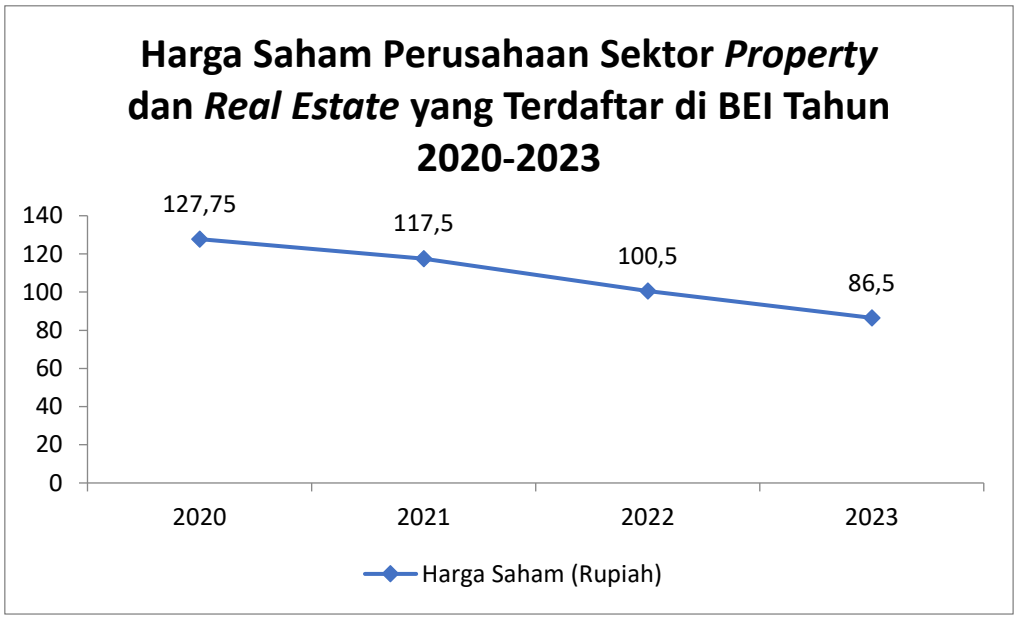
PENDAHULUAN

Saham adalah bukti kepemilikan *investor* atas suatu perusahaan. Saham juga merupakan suatu cara bagi perusahaan *go public* untuk mencari dana dari *investor* guna mengembangkan perusahaan. Seorang *investor* yang ingin membeli saham perusahaan perlu melakukan pengamatan ataupun pengkajian lebih lanjut terhadap saham-saham yang berpotensi menghasilkan keuntungan yang maksimal (Halim dan Hafni, 2019). Salah satu hal yang menjadi pertimbangan *investor* adalah harga saham karena harga saham selalu mengalami fluktuasi. Harga saham yang cukup tinggi akan memberikan keuntungan berupa *capital gain* dan *image* perusahaan yang lebih baik sehingga memudahkan perusahaan untuk mendapatkan dana dari luar perusahaan. Sebaliknya, jika harga saham perusahaan rendah maka akan merugikan perusahaan yaitu perusahaan akan mengalami *capital loss* dan para *investor* kurang tertarik pada saham perusahaan tersebut (Ramadhani dan Zannati, 2018).

Salah satunya fenomena yang terjadi adalah penurunan harga saham pada perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI. *Property* dan *real estate* merupakan salah satu sub sektor perusahaan jasa yang terdaftar sebagai perusahaan publik dalam sektor *property, real estate*, dan konstruksi di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ada berbagai jenis investasi di bidang *property* dan *real estate* yang secara umum dapat dibagi menjadi tiga yaitu, *residental property,* yang meliputi apartemen, perumahan, dan bangunan multi unit; *commercial property*, yaitu properti yang

dirancang untuk keperluan bisnis misalnya gedung penyimpanan barang dan area parkir, tanah dan industrial *property*, yaitu investasi di bidang properti yang dirancang untuk keperluan industri misalnya, bangunan-bangunan pabrik.

Berikut adalah harga saham perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2023.



Sumber: Data olahan dari BEI, 2024

Gambar 1. Harga Saham Perusahaan *Sektor Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa terjadi penurunan harga saham pada tahun 2021 hingga 2023. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat masalah pada harga saham perusahaan. Semakin kecil nilai harga saham maka semakin rendah minat investor menanamkan modalnya.

Menurut teori terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi harga saham yaitu Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pertumbuhan penjualan merupakan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya (Sartono, 2016). Pertumbuhan penjualan yang cepat menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, sehingga dapat menarik minat investor dan berdampak positif pada harga saham. Tingginya pertumbuhan penjualan menggambarkan pendapatan yang meningkat, sehingga perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan akan menggunakan dananya untuk investasi melalui pembelian aset. Meningkatnya pertumbuhan penjualan membuat investor tertarik karena menganggap prospek perusahaan di masa yang akan datang baik. Hal tersebut memberikan sinyal baik bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut, kemudian perusahaan memiliki kesempatan menaikkan harga sahamnya. Hasil penelitian Susilo dan Budiantara (2023) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham. Namun hasil penelitian

berbeda diungkapkan oleh Maulana dan Siregar (2023) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Brigham & Houston, 2018). Ukuran perusahaan yang semakin besar mencerminkan pertumbuhan yang baik pada perusahaan tersebut yang dapat dilihat dari besarnya aset perusahaan. Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor dalam pengambilan keputusan investor dalam menanamkan modalnya di perusahaan. Investor cenderung lebih tertarik untuk menanamkan saham pada perusahaan yang memiliki jumlah asset yang besar,sehingga permintaan terhadap harga saham akan meningkat dan menyebabkan harga saham di pasar modal mengalami kenaikan (Munawir, 2017). Hasil penelitian Bungsu *et al.* (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham. Sedangkan hasil penelitian Djamaa dan Awalia (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab moral perusahaan baik terhadap karyawan di perusahaan itu sendiri (internal) maupun di luar lingkungan perusahaan (eksternal) dimana bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan yang besar, tetapi selayaknya juga memikirkan kepentingan masyarakat di sekitarnya, karena perusahaan sebenarnya juga merupakan bagian dari masyarakat (Aziz, 2014). Ketika perusahaan mengungkapkan laporan mengenai pelaksanaan CSR yang tercermin dari harga pasar saham dan laba perusahaan akan menarik minat investor untuk menanam saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor. Penelitian yang dilakukan oleh Mevelia *et al.* (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap harga saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Bungsu *et al.* (2023) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap harga saham.

KAJIAN PUSTAKA

Harga Saham

Sartono (2016) menyatakan bahwa harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Sebaliknya, apabila kelebihan penawaran maka harga saham cenderung turun. Menurut Jogiyanto (2018) bahwa harga saham adalah harga suatu saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal. Menurut Brigham dan Houston (2018) menyatakan bahwa harga saham menentukan kekayaan pemegang saham. Maksimalisasi kekayaan pemegang saham diterjemahkan menjadi maksimalkan harga saham perusahaan. Harga saham pada satu waktu tertentu akan bergantung pada arus

kas yang diharapkan diterima di masa depan oleh investor “rata-rata” jika investor membeli saham.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya (Sartono, 2016). *Sales growth* adalah total penjualan perusahaan dalam aktivitasnya dalam mencari laba maksimal (Hery, 2016). *Sales growth* atau pertumbuhan penjualan dapat menggambarkan suatu keberhasilan investasi pada periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik, apabila terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Perhitungan tingkat penjualan perusahaan dibandingkan pada saat akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Jika nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualannya semakin baik (Munawir, 2017).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan identitas perusahaan baik skala kecil maupun skala besar. Menurut Brigham & Houston (2018) ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Jogiyanto (2018) menambahkan bahwa ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dari total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai log total aktiva. Ukuran perusahaan menurut Riyanto (2018) adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan, atau nilai aktiva. Menurut Sawir (2017) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai equity, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi.

Corporate Social Responsibility

Menurut Hadi (2017), pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen berkelanjutan dari suatu bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup

tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat lokal dan masyarakat luas (Rudianto, 2018).

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan kemudian menginterprestasikan hasil analisis tersebut untuk memperoleh kesimpulan (Sugiyono, 2017). Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Desember 2024 sampai dengan selesai. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI periode 2020-2023 yang berjumlah 78 perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Berdasarkan kriteria pemilihan sampel, maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 40 perusahaan. Adapun jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data data sekunder. data sekunder yaitu data diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan yang telah di audit periode 2020-2023 pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Pemprosesan data menggunakan aplikasi SPSS 24 (Ghozali, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Gambaran mengenai variabel-variabel penelitian yaitu pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* (CSR), dan harga saham disajikan dalam tabel *descriptive statistics* yang menunjukkan angka minimum, maksimum, *mean* dan standar deviasi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Mini-mum	Maxi-mum	Mean	Std. Devia-tion
Pertumbuhan Penjualan (X1)	160	-0.920	7.532	0.13184	0.821741
Ukuran Perusahaan (X2)	160	10.919	18.018	15.52994	1.414326
Corporate Social Responsibility (CSR) (X3)	160	0.079	0.843	0.35239	0.230098
Harga Saham (Y)	160	50	39000	1871.55	5600.512

Sumber: Data olahan, 2024

Tabel 1 hasil SPSS di atas memperlihatkan deskripsi variabel-variabel dalam penelitian ini secara statistik. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai minimum -0.920, nilai maksimum 7.532, mean 0.13184, dan standar deviasi 0.821741. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 10.919, nilai maksimum 18.018, mean 15.52994, dan standar deviasi 1.414326. Variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum 0.079, nilai maksimum 0.843, mean 0.35239, dan standar deviasi 0.230098. Variabel harga saham memiliki nilai minimum 50, nilai maksimum 39000, mean 1871.55, dan standar deviasi 5600.512.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Suatu persamaan regresi dikatakan baik apabila memiliki data variabel bebas dan variabel terikat yang berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Ghozali, 2017). Berikut adalah hasil uji normalitas dengan SPSS

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Awal

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4666.20161720
Most Extreme Differences	Absolute	.253
	Positive	.253
	Negative	-.105
Test Statistic		.253
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data olahan, 2024

Dari hasil Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Signifikan 0,000 < 0,05 yang artinya data tidak berdistribusi normal. Hal ini berarti data residual tersebut tidak berdistribusi secara normal. Untuk mengatasi hal ini, maka dilakukan transformasi data dalam bentuk logaritma (Log) (Malay, 2022). Berikut adalah hasil uji normalitas setelah transformasi data.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Setelah Transformasi Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.50475494
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.075
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177[c]

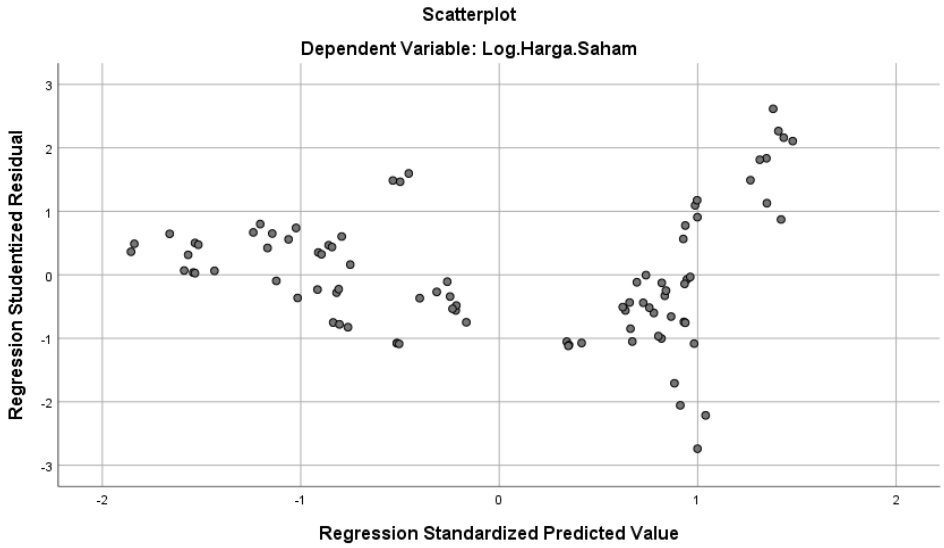
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data olahan, 2024

Dari hasil Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Signifikan 0,177 > 0,05 yang artinya data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketid-aksamaan varians dan residual pengamatan yang lain (Ghozali, 2017). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 2 di bawah ini.



Sumber: Data olahan, 2024

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari Gambar 2 terlihat data menyebar secara acak di atas dan di bawah titik 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat VIF dan *tolerance* (Ghozali, 2017). Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Log.Pertumbuhan.Penjualan	.968	1.034
	Log.Ukuran.Perusahaan	.964	1.037
	Log.Corporate.Social.Responsibility	.938	1.066

a. Dependent Variable: Log.Harga.Saham

Sumber: Data olahan, 2024

Dari tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai VIF semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai < 10 dan nilai *tolerance* semua variabel > 0,10 artinya tidak terjadi multikolinieritas pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2017), analisis regresi Linear berganda adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu variabel atau lebih variabel independen (variabel bebas). Berdasarkan hasil perhitungan dengan Program SPSS *for Windows* versi 24.0 diperoleh koefisien-koefisien pada persamaan Regresi Linear Berganda sebagaimana tabel berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.999	1.656		2.414	.018
	Log.Pertumbuhan.Penjualan	-.037	.087	-.032	-.425	.672
	Log.Ukuran.Perusahaan	-.488	1.369	-.027	-.356	.722
	Log.Corporate.Social.Responsibility	1.700	.178	.731	9.533	.000

a. Dependent Variable: Log.Harga.Saham

Sumber: Data olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 5 maka dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda dalam analisis ini adalah :

$$Y = 3{,}999 - 0{,}037\ X_1 - 0{,}488\ X_2 + 1{,}700\ X_3$$

Arti persamaan regresi linear tersebut adalah :

a. Nilai konstanta sebesar 3,999 menunjukkan bahwa apabila pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* (CSR) konstan atau tetap maka harga saham sebesar 3,999.
b. Nilai koefisien regresi variabel pertumbuhan penjualan sebesar -0,037 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel pertumbuhan penjualan naik 1 satuan maka harga saham akan mengalami penurunan sebesar 0,037 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.
c. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar -0,488 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel ukuran perusahaan naik 1 satuan maka harga saham akan mengalami penurunan sebesar 0,488 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.
d. Nilai koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 1,700 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel *corporate social responsibility* (CSR) naik 1 satuan maka harga saham akan mengalami peningkatan sebesar 1,700 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan uji t. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017). Berikut adalah perhitungan t_{tabel}

t tabel = jumlah sampel – variabel bebas – 1 ; 0,05

t tabel = 160 – 3 – 1 ; 0,05
t tabel = 156 ; 0,05
t tabel = 1,975

Hasil uji parsial (t) atas variabel bebas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.999	1.656		2.414	.018
	Log.Pertumbuhan.Penjualan	-.037	.087	-.032	-.425	.672
	Log.Ukuran.Perusahaan	-.488	1.369	-.027	-.356	.722
	Log.Corporate.Social.Responsibility	1.700	.178	.731	9.533	.000

a. Dependent Variable: Log.Harga.Saham

Sumber: Data olahan, 2024

Berikut ini dapat diuraikan mengenai hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini :

a. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai t hitung -0,425 < t tabel -1,975 dan nilai signifikansi sebesar 0,672 > 0,05, artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh negative tetapi signifikan terhadap harga saham. Sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini ditolak.
b. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t hitung -0,356 < t tabel -1,975 dan nilai signifikansi sebesar 0,722 > 0,05, artinya ukuran perusahaan berpengaruh negatif tetapi signifikan terhadap harga saham. Sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini ditolak.
c. Variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai t hitung 9,533 > t tabel 1,975 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, artinya *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Sehingga hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2017). F tabel dicari dengan rumus :

(k ; n-k)

Keterangan: k = jumlah variabel independen
n = jumlah observasi data

k = 3, n=160
(3 ; 160-3)
(3 ; 157)
F tabel = 2,12

Maka nilai F tabel penelitian ini adalah 2,12. Berikut disajikan tabel analisis Uji F.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.694	3	8.565	32.457	.000[b]
	Residual	22.166	84	.264		
	Total	47.860	87			

a. Dependent Variable: Log.Harga.Saham

b. Predictors: (Constant), Log.Corporate.Social.Responsibility, Log.Pertumbuhan.Penjualan, Log.Ukuran.Perusahaan

Sumber: Data olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 32,457 > F_{tabel} 2,12 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005 artinya bahwa model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

Koefisien Determinasi (*Adjusted* R^2)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *adjusted* R^2 untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y (Ghozali, 2017). Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi *(*Adjusted R^2*)*

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733[a]	.537	.520	.51369

a. Predictors: (Constant), Log.Corporate.Social.Responsibility, Log.Pertumbuhan.Penjualan, Log.Ukuran.Perusahaan

b. Dependent Variable: Log.Harga.Saham

Sumber: Data olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted* R^2) sebesar 0,520 atau 52%. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh sebesar 52% terhadap harga saham dan sisanya sebesar 48% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji t hitung -0,425 < t tabel -1,975 dan nilai signifikansi sebesar 0,672 > 0,05. Sehingga hipoteis 1 dalam penelitian ini ditolak.

Pertumbuhan penjualan terbukti berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham perusahaan karena pertumbuhan penjualan tidak diiringi dengan peningkatan laba sehingga tidak terjadi peningkatan harga saham. Pertumbuhan penjualan tidak diiringi dengan peningkatan laba disebabkan karena (1) Kenaikan biaya operasional, biaya seperti bahan baku, tenaga kerja, distribusi, atau pemasaran bisa meningkat lebih cepat daripada kenaikan laba penjualan; (2) Produk dengan margin rendah, pertumbuhan penjualan bisa didominasi oleh produk dengan margin keuntungan yang lebih rendah dibandingkan produk sebelumnya; (3) Diskon

atau potongan harga besar-besaran, untuk meningkatkan penjualan, perusahaan mungkin memberikan banyak diskon atau promosi yang menekan margin keuntungan; (4) Beban bunga atau utang yang tinggi, penjualan bisa meningkat, tetapi jika perusahaan memiliki banyak utang, beban bunga yang besar bisa memakan sebagian besar keuntungan; (5) Investasi besar dalam ekspansi atau inovasi, perusahaan mungkin menginvestasikan kembali sebagian besar pendapatannya untuk ekspansi, riset, atau pengembangan produk baru, sehingga laba bersih terlihat stagnan atau bahkan menurun; (6) Masalah manajerial atau strategi penetapan harga yang salah, harga jual yang terlalu rendah atau salah strategi dalam memilih pasar bisa menyebabkan pendapatan meningkat tanpa keuntungan yang signifikan (Harnanto, 2017).

Pertumbuhan penjualan yang besar tidak selalu diikuti peningkatan dari harga saham perusahaan. karena, semakin besar pertumbuhan penjualan maka semakin banyak utang dan perusahaan tidak bisa mengelolah utang dengan baik sehingga tidak bisa meningkatkan harga saham perusahaan. Perusahaan manufaktur ini memiliki banyak pesaing karena makanan dan minuman berkontribusi terbanyak dalam sektor ekonomi dan nilai ekspor nasional. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mampu meningkatkan penilaian investor terhadap perusahaan dan pada akhirnya nilai perusahaan akan ikut meningkat. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar yang secara langsung menaikkan harga saham perusahaan. Pertumbuhan penjualan terhadap *pecking order theory* menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu memiliki pertumbuhan yang tinggi dari tahun ke tahun di karenakan perputaran pendapatan yang cepat akibat memproduksi barang-barang yang hampir semua dikonsumsi oleh masyarakat, hal inilah yang mempengaruhi perusahaan mampu mencadangkan laba ditahan sehingga akan cenderung menggunakan dana internal berupa laba ditahan untuk memenuhi kegiatannya sehingga akan memiliki tingkat rasio hutang jangka panjang yang rendah (Agustin dan Wahyuni, 2020). Meskipun penjualan meningkat, hal tersebut tidak selalu berarti perusahaan memperoleh laba lebih besar. Hal ini dapat diartikan biaya operasional juga meningkat seiring penjualan, margin keuntungan menurun dan perusahaan masih dalam fase ekspansi sehingga belum menghasilkan laba bersih yang signifikan (Hery, 2016).

Hasil ini sejalan dengan penelitian Maulana dan Siregar (2023) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga saham. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susilo dan Budiantara (2023) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji t hitung -0,356 < t tabel -1,975 dan nilai signifikansi sebesar 0,722 > 0,05. Sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini ditolak.

Ukuran perusahaan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham hal ini karena perusahaan besar biasanya sudah mapan dan pertumbuhannya

cenderung lambat. Akibatnya Investor mungkin tidak terlalu bereaksi terhadap perubahan ukuran karena itu sudah dianggap "biasa". Ukuran besar tidak selalu berarti efisiensi tinggi atau laba besar: Bisa jadi perusahaan besar memiliki banyak beban atau birokrasi yang menghambat inovasi. Perusahaan bisa besar karena akuisisi atau ekspansi utang, bukan pertumbuhan organik yang sehat.(Brigham & Houston, 2018).

Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap harga saham hal ini karena kebutuhan modal yang tinggi dan biaya operasional besar. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin kompleks pula operasionalnya. Jika tidak dikelola dengan efisien, hal ini dapat menurunkan profitabilitas yang berdampak negatif terhadap persepsi pasar dan harga saham (Faizah dan Priyadi, 2023).

Hal ini juka karena peningkatan ukuran perusahaan, yang umumnya diasosiasikan dengan total aset atau pendapatan, tidak serta-merta meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Perusahaan dengan ukuran besar cenderung telah berada pada fase maturitas dengan pertumbuhan yang relatif lambat, sehingga tidak menarik bagi investor yang mencari capital gain jangka pendek. Selain itu, perusahaan besar juga seringkali menghadapi tantangan birokrasi dan inefisiensi operasional, yang dapat menurunkan daya tarik investasi. Ketidaksignifikanan pengaruh ini juga dapat disebabkan oleh dominasi faktor-faktor lain seperti profitabilitas, likuiditas, dan prospek pertumbuhan yang lebih dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan investasi oleh pasar. Dengan demikian, ukuran perusahaan bukanlah determinan utama yang memengaruhi fluktuasi harga saham secara signifikan (Hery, 2016).

Hasil ini sejalan dengan penelitian Djamaa dan Awalia (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Berbeda dengan hasil penelitian Bungsu *et al.* (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Harga Saham

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji t hitung 9,533 > t tabel 1,975 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga hipoteis 3 dalam penelitian ini diterima.

CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham karena perusahaan yang menyadari akan pentingnya menerapkan CSR akan menuai dampak yang baik pula. Meningkatnya reputasi perusahaan, citra perusahaan dan mempertinggi kepercayaan masyarakat sekitar, konsumen serta investor terhadap kinerja perusahaan. Tentu hal ini merupakan salah satu indikator yang akan berdampak positif pada perusahaan (Sukmadi, 2016). Dalam berinvestasi, investor tidak hanya sebatas menganalisis rasio mengenai informasi keuangan dan ukuran perusahaan saja, tetapi investor juga diharapkan untuk melihat informasi mengenai akibat oleh aktivitas perusahaan tersebut yang berkaitan dengan lingkungan sosial, hal ini bisa dilihat dari laporan tahunan pada pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Pelaksanaan CSR oleh perusahaan diharapkan para stakeholder memiliki pandangan positif terhadap perusahaan dan menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Rudianto, 2018). Investor individual tertarik terhadap informasi

sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan saat ini diharapkan selain mampu mengelola atas dana yang diberikan, juga mampu memperhatikan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial (Crowther, 2018). *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai tolak ukur dalam melihat seberapa baik perusahaan itu menyejahterakan lingkungan masyarakat. Dengan perusahaan melakukan dan mengungkapkan CSR akan membuat citra perusahaan baik. Kini tidak hanya investor tapi masyarakat juga akan berfikir jika perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungan saja, melainkan kesejahteraan lingkungan masyarakat.Semakin baik citra perusahaan, maka semakin positif respon dari investor (Hery, 2016). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mevelia *et al.* (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap harga saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Bungsu *et al.* (2023) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap harga saham.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. Pertumbuhan penjualan terbukti berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2020-2023. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi ataupun rendah tidak berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya harga saham.
2. Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2020-2023. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran perusahaan ataupun rendah tidak berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya harga saham.
3. *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2020-2023. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan *corporate social responsibility* (CSR) tinggi ataupun rendah berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya harga saham.

Saran

Dari hasil simpulan yang telah dikemukakan, maka penulis akan memberikan saran yang mungkin dapat berguna bagi perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan disarankan memperhatikan faktor yang mempengaruhi harga saham yaitu *corporate social responsibility* (CSR) yang menjadi variabel yang berpengaruh signifikan dalam penelitian ini. Sehingga dengan memperhatikan *corporate social responsibility* (CSR), dapat meningkatkan harga saham perusahaan, sehingga para investor tertarik menanamkan modalnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini karena masih banyak variabel yang dapat mempengaruhi harga saham. Variabel tersebut adalah ROA dan ROE. Dan juga dapat menggunakan sampel yang lebih banyak dari berbagai perusahaan di Bursa Efek Indonesia sehingga dapat memperjelas dan memperluas pengaruh variabel terhadap harga saham apabila diterapkan pada perusahaan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *9*(4), 1–15.

Aziz, A. (2014). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Kualitas Pengungkapan Sustainability Report (Studi Empiris Pada Perusahaan Di Indonesia Periode Tahun 2011-2012). *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*, *3*(2), 65–84.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.

Bungsu, G. F., Mar'ati, F. S., & Puspita, M. E. (2023). Pengaruh CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *3*(1), 49–61.

Crowther, D. (2018). *Corporate Social Responsibility*. Aras & Ventus Publishing.

Djamaa, W., & Awalia, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Hotel, Restoran dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 - 2018). *Jurnal Gici*, *13*(1), 45–59.

Faizah, M. N., & Priyadi, M. P. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *12*(5), 1–20.

Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, N. (2017). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.

Halim, B. D., & Hafni, L. (2019). Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Harga Saham Perusahaan Otomotif dan Komponennya yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2017. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, *3*(4), 451–463.

Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya*. Andi Offset.

Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. CAPS (Central Of Academic Publishing Service).

Jogiyanto, H. (2018). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE.

Malay, M. N. (2022). *Belajar Mudah dan Praktis Analisis Data dengan SPSS dan JASP*. CV. Madani Jaya.

Maulana, J., & Siregar, A. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2021. *Land Journal*, *4*(1), 21–31.

Mevelia, V. C., Lestari, D. I. S., & Hwihanus. (2024). Dampak Corporate Social Responsibility terhadap Harga Saham Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *8*(2), 27892–27899.

Munawir. (2017). *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty Offset.

Ramadhani, I., & Zannati, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Solvabilitas Terhadap Harga Saham. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, *1*(2), 59–68.

Riyanto, B. (2017). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE.

Rudianto. (2018). *Akuntansi Intermediate*. Erlangga.

Sartono, A. (2016). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. BPFE.

Sawir, A. (2017). *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan keauangan Perusahaan*. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Alfabeta.

Sukmadi. (2016). *Pengantar Ekonomi Bisnis*. Humaniora.

Susilo, K. E., & Budiantara, M. (2023). Pengaruh EPS dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman pada Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2022. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, *14*(7), 795–807.