Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini
Volume 3, Nomor 3, Juli 2026
E-ISSN .: 3047-0552 ; P-ISSN .: 3047-2199, Hal. 156-168
DOI: https://doi.org/10.61132/jumbidter.v3i3.1472
Tersedia: https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER

Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) dan *Sales Growth* terhadap Harga Saham Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Nugrah Leksono Putri Handayani[1*], Poppy Fitrijanti Soeparan[2], Mohammad Hidayatul Holili[3]
[1]Program Studi S1 Bisnis, Universitas STEKOM, Indonesia
[2]Program Studi D3 Manajemen Perdagangan, Universitas STEKOM, Indonesia
[3]Program Studi S1 Manajemen, Universitas STEKOM, Indonesia
Email: nugrahelpeha@gmail.com[1], popsoep@gmail.com[2], holili.65@gmail.com[3]
**Penulis Korespondensi: nugrahelpeha@gmail.com*

Abstract. *This study evaluates the dynamics of stock price movements in Consumer Non-Cyclicals sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) over the 2021–2025 period by examining Earning Per Share (EPS) and Sales Growth indicators. Employing a quantitative causal-explanatory research design, the sample was selected using a purposive sampling technique, resulting in 10 companies with a total of 50 firm-year observations. Secondary data were gathered from published annual financial statements and secondary market closing stock prices, then processed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) via SmartPLS 4. The empirical findings demonstrate that EPS has a positive and statistically significant effect on stock prices* ($\beta = 0{,}805; p = 0{,}000$)*, Conversely, Sales Growth fails to show a significant effect on stock price fluctuations* ($\beta = 0{,}034; p = 0{,}680$)*. The coefficient of determination* (R^2) *yields a value of 0.648, indicating that the independent variables account for 64.8% of the variance in stock prices, while the remaining 35.2% is explained by factors outside the estimated model. The practical implication of these findings underlines that capital market investors in the primary consumer goods sector tend to prioritize net earnings performance over mere sales volume expansion.*

Keywords: *Consumer Non-Cyclicals; Earning Per Share; Sales Growth; SEM-PLS; Stock Price.*

Abstrak. Penelitian ini mengevaluasi dinamika pergerakan harga saham pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang periode 2021–2025 melalui peninjauan indikator *Earning Per Share* (EPS) dan *Sales Growth*. Menggunakan desain kuantitatif kausal-eksplanatori, penentuan sampel dilakukan lewat kriteria *purposive sampling* yang menghasilkan 10 perusahaan dengan total 50 observasi *firm-year*. Sumber data sekunder diperoleh dari publikasi laporan keuangan tahunan dan harga penutupan saham pasar sekunder, kemudian diolah memanfaatkan analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4. Temuan penelitian membuktikan bahwa EPS memegang peranan positif dan signifikan secara statistik terhadap penetapan harga saham ($\beta = 0{,}805$; $p = 0{,}000$). Sebaliknya, laju *Sales Growth* tidak mampu menunjukkan pengaruh mendasar terhadap fluktuasi harga saham ($\beta = 0{,}034$; $p = 0{,}680$). Hasil koefisien determinasi (R^2) mencatatkan nilai 0,648, menandakan kapabilitas variabel independen dalam menerangkan variansi harga saham sebesar 64,8%, sedangkan 35,2% sisa variansi dipicu faktor di luar estimasi model. Implikasi praktis temuan ini menegaskan bahwa pelaku pasar modal di sektor barang konsumsi primer cenderung memprioritaskan performa keuntungan bersih dibandingkan sekadar ekspansi volume penjualan.

Kata Kunci: *Consumer Non-Cyclicals*; Harga Saham; Laba per Saham; Pertumbuhan Penjualan; SEM-PLS.

1. PENDAHULUAN

Dalam mendukung pertumbuhan ekonomi pasar modal merupakan salah satu instrumen yang penting. Dalam mekanisme sebagai penghimpun dana dari masyarakat. Untuk menilai prospek suatu perusahaan investor melihat harga saham sebagai indikator utama. Perubahan harga saham dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari kondisi makro ekonomi maupun kinerja perusahaan. Sektor yang menarik untuk dikaji adalah perusahaan *Consumer Non-*

Naskah Masuk: 17 Mei 2026; Revisi: 20 Juni 2026; Diterima: 21 Juli 2026; Terbit: 31 Juli 2026

Cyclicals karena merupakan sektor yang dapat menghasilkan produk kebutuhan pokok yang permintaannya relatif stabil, sehingga memiliki karakteristik yang unik karena sifatnya yang stabil terhadap kondisi ekonomi. Produknya seperti makanan, minuman, obat-obatan dan kebutuhan rumah tangga. Di pasar modal, pergerakan harga saham emiten *Consumer Non-Cyclicals* sangat bergantung pada kondisi ekonomi, inflasi, daya beli masyarakat, serta persepsi investor terhadap kinerja perusahaan. Meningkatnya prospek bisnis emiten mendorong minat pemodal untuk mengoleksi sahamnya. Bagi investor yang mengutamakan keamanan dan imbal hasil jangka panjang, pola pergerakan EPS yang stabil dan terus meningkat menjadi sinyal positif dalam pengambilan keputusan investasi (Brigham & Houston, 2019).

Pelaku pasar modal juga menaruh perhatian besar pada kapabilitas emiten dalam memperbesar skala penjualan. Pertumbuhan omzet (*Sales Growth*) menjadi bukti nyata bahwa perusahaan sanggup meningkatkan volume perdagangan, memperkuat daya saing, dan memperluas penyerapan pasar. Ekspektasi kenaikan laba umumnya menyertai tren *sales growth* yang bernilai positif. Penelitian ini memfokuskan pengamatan pada perusahaan barang konsumsi primer (*Consumer Non-Cyclicals*) di BEI sepanjang 2021–2025 guna mengamati secara komprehensif fase pemulihan ekonomi pascapandemi.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara *Earning Per Share* dan harga saham cenderung konsisten. Wardani dan Herlianto (2024) membuktikan bahwa EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham PT Kalbe Farma Tbk. Temuan serupa juga disampaikan oleh Ramadhan (2022), Siswoyo (2020), serta Rais (2024) yang menyatakan bahwa peningkatan laba per lembar saham mampu meningkatkan kepercayaan investor sehingga mendorong kenaikan harga saham.

Sebaliknya, hasil penelitian mengenai pengaruh *Sales Growth* terhadap harga saham masih menunjukkan inkonsistensi. Hasanuddin dkk. (2024) dan Ramadhan dan Saputra (2025) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham karena peningkatan penjualan dipersepsikan sebagai sinyal pertumbuhan perusahaan. Di sisi lain, penelitian Ningsih dkk. (2024) serta Wulandari dan Saputra (2023) menunjukkan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Investor cenderung tidak hanya mempertimbangkan peningkatan penjualan, tetapi juga memperhatikan kemampuan perusahaan mengonversi penjualan tersebut menjadi laba yang berkelanjutan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya research gap yang memerlukan pengujian lebih lanjut, khususnya pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*.

Penelitian ini memiliki beberapa kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian menggunakan sampel perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang relatif

stabil selama periode pemulihan ekonomi pascapandemi, yaitu tahun 2021–2025. Kedua, penelitian menguji secara simultan pengaruh *Earning Per Share* dan *Sales Growth* terhadap harga saham menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui SmartPLS 4. Pendekatan ini masih relatif jarang digunakan dalam penelitian harga saham yang umumnya menggunakan regresi linier berganda. Ketiga, penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai faktor fundamental yang paling dipertimbangkan investor dalam menentukan nilai saham perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals.*

Penelitian ini dirancang untuk mengevaluasi kontribusi *Earning Per Share* (EPS) dan *Sales Growth* dalam menentukan harga saham pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* terdaftar di Bursa Efek Indonesia sepanjang rentang 2021–2025. Secara teoretis, kontribusi penelitian ini mengarah pada penguatan literatur mengenai penilaian fundamental pasar modal. Secara praktis, luaran penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan pertimbangan bagi para pemodal, pengelola perusahaan, maupun peneliti mendatang dalam memahami faktor pembentuk harga saham.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan menyampaikan informasi kepada pihak eksternal untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. *Signaling Theory* pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada investor melalui informasi yang dipublikasikan. Dalam pasar modal, laporan keuangan merupakan salah satu media utama penyampaian informasi mengenai kondisi dan prospek perusahaan. Informasi tersebut akan direspons oleh investor dalam bentuk keputusan membeli, menahan, atau menjual saham sehingga memengaruhi harga saham. Teori ini menjadi dasar bahwa peningkatan kinerja keuangan, seperti meningkatnya *Earning Per Share* (EPS) maupun pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*), merupakan sinyal positif yang dapat meningkatkan minat investor dan mendorong kenaikan harga saham.

Harga Saham

Harga saham adalah harga yang terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di Bursa Efek Indonesia. Harga saham mencerminkan persepsi investor terhadap nilai dan prospek perusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan, semakin tinggi kepercayaan investor sehingga harga saham cenderung meningkat. Dalam penelitian ini, harga saham diukur

menggunakan harga penutupan (*closing price*) akhir tahun, karena mencerminkan nilai pasar perusahaan pada akhir periode pelaporan dan banyak digunakan dalam penelitian pasar modal.

Earning Per Share (EPS)

Earning Per Share (EPS) merupakan rasio yang menunjukkan besarnya laba bersih yang diperoleh untuk setiap lembar saham yang beredar. EPS menjadi salah satu indikator profitabilitas yang paling diperhatikan investor karena menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bagi pemegang saham. Rumus EPS adalah: EPS = Laba Bersih Setelah Pajak / Jumlah Saham Beredar. Semakin tinggi EPS menunjukkan semakin besar keuntungan yang diperoleh pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan dengan EPS yang tinggi cenderung lebih diminati investor sehingga harga saham berpotensi meningkat. Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa EPS merupakan salah satu informasi akuntansi yang berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Sales Growth

Sales Growth merupakan indikator yang menggambarkan tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan dibandingkan periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan meningkatkan pangsa pasar, mempertahankan pelanggan, dan memperluas aktivitas bisnis. *Sales Growth* dihitung menggunakan rumus:

$$\textit{Sales Growth} = (\text{Penjualan Tahun t} - \text{Penjualan Tahun t}{-}1) / \text{Penjualan Tahun t}{-}1 \times 100\% \quad \text{.....(i)}$$

Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek usaha yang baik. Namun, peningkatan penjualan tidak selalu diikuti oleh peningkatan laba apabila biaya operasional juga meningkat. Oleh karena itu, pengaruh *Sales Growth* terhadap harga saham masih menunjukkan hasil yang beragam dalam berbagai penelitian.

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi harga saham telah banyak dilakukan dengan menggunakan berbagai indikator kinerja keuangan. Salah satu variabel yang paling konsisten memengaruhi harga saham adalah *Earning Per Share* (EPS). Wardani dan Herlianto (2024) menemukan bahwa EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham PT Kalbe Farma Tbk. Temuan tersebut menunjukkan bahwa investor memberikan respons positif terhadap peningkatan laba yang diterima untuk setiap lembar saham.

Hasil serupa juga diperoleh Ramadhan (2022) yang menyimpulkan bahwa EPS bersama *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian Siswoyo (2020) pada PT Unilever Indonesia Tbk. menunjukkan bahwa peningkatan EPS mampu meningkatkan harga saham perusahaan. Penelitian Rais (2024) pada perusahaan farmasi juga menghasilkan

kesimpulan bahwa EPS merupakan salah satu indikator fundamental yang berpengaruh signifikan terhadap perubahan harga saham.

Berbeda dengan EPS, hasil penelitian mengenai *Sales Growth* masih menunjukkan inkonsistensi. Hasanuddin dkk. (2024) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan memberikan pengaruh positif terhadap harga saham karena peningkatan penjualan dipersepsikan sebagai sinyal meningkatnya prospek perusahaan. Ramadhan dan Saputra (2025) juga menemukan bahwa *Sales Growth* berkontribusi terhadap peningkatan return dan harga saham perusahaan makanan dan minuman. Sebaliknya, Ningsih dkk. (2024) menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan *consumer goods*. Investor dinilai lebih memperhatikan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dibandingkan hanya peningkatan penjualan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Wulandari dan Saputra (2023) yang menunjukkan bahwa *Sales Growth* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan sektor pertambangan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *Sales Growth* terhadap harga saham masih memerlukan pembuktian empiris pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*, khususnya pada periode pemulihan ekonomi pascapandemi.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan *Signaling Theory*, informasi yang dipublikasikan perusahaan melalui laporan keuangan akan menjadi sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. *Earning Per Share* mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bagi pemegang saham, sedangkan *Sales Growth* menggambarkan kemampuan perusahaan meningkatkan aktivitas operasional melalui pertumbuhan penjualan. Kedua informasi tersebut akan direspons oleh investor sehingga memengaruhi permintaan saham di pasar yang pada akhirnya tercermin pada perubahan harga saham. Secara konseptual, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Earning Per Share (EPS) → Harga Saham

Sales Growth → Harga Saham

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Earning Per Share terhadap Harga Saham

Earning Per Share merupakan indikator yang menunjukkan besarnya laba yang diterima oleh pemegang saham atas setiap lembar saham yang dimiliki. Semakin tinggi EPS menunjukkan semakin baik kemampuan perusahaan menghasilkan laba sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan. Berdasarkan *Signaling Theory*, informasi mengenai peningkatan EPS merupakan sinyal positif yang akan

meningkatkan minat investor untuk membeli saham sehingga harga saham cenderung meningkat. Temuan penelitian Wardani dan Herlianto (2024), Ramadhan (2022), Siswoyo (2020), serta Rais (2024) menunjukkan bahwa EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut.
H1: *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

Pengaruh Sales Growth terhadap Harga Saham

Sales Growth menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menggambarkan meningkatnya permintaan terhadap produk perusahaan sehingga dapat menjadi sinyal positif bagi investor. Namun demikian, peningkatan penjualan tidak selalu menghasilkan laba yang lebih tinggi apabila disertai kenaikan biaya operasional yang besar. Oleh karena itu, respons investor terhadap pertumbuhan penjualan masih dapat berbeda-beda. Penelitian Hasanuddin dkk. (2024) dan Ramadhan dan Saputra (2025) menunjukkan adanya pengaruh positif *Sales Growth* terhadap harga saham. Sebaliknya, penelitian Ningsih dkk. (2024) serta Wulandari dan Saputra (2023) menemukan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut.
H2: *Sales Growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori (*explanatory research*), yang bertujuan untuk menguji hubungan kausalitas antara variabel independen (*Earning Per Share* dan *Sales Growth*) terhadap variabel dependen (harga saham). Analisis dilakukan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan emiten serta data historis perdagangan saham. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Pemilihan pendekatan *variance-based* SEM (PLS-SEM) ini didasarkan pada karakteristik sampel yang relatif terbatas (50 observasi *firm-year*). Selain itu, penelitian ini lebih menekankan pada kekuatan analisis prediktif daripada estimasi parameter populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria sampel adalah: Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang

terdaftar di BEI selama tahun 2021–2025. Menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap selama periode penelitian. Dan memiliki data EPS, penjualan bersih, dan harga saham yang lengkap. Penelitian menggunakan data sekunder yang diperoleh dari: Laporan tahunan (*Annual Report*) perusahaan. Laporan keuangan tahunan. Data harga saham penutupan akhir tahun. Dan Website Bursa Efek Indonesia dan sumber data pasar modal yang kredibel.

4. PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 10 perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang bergerak pada industri makanan, minuman, produk kesehatan, dan kebutuhan rumah tangga. Perusahaan-perusahaan tersebut dipilih karena memiliki laporan keuangan yang lengkap selama periode 2021–2025 dan sahamnya aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan teknik purposive sampling, diperoleh sepuluh perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Kalbe Farma Tbk (KLBF), PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO), PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD), PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT), PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA), dan PT Siantar Top Tbk (STTP). Kesepuluh perusahaan tersebut dipilih karena memenuhi seluruh kriteria penelitian, yaitu terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025, menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap, serta memiliki data *Earning Per Share* (EPS), *Sales Growth*, dan harga saham yang diperlukan dalam penelitian. Dengan periode pengamatan selama lima tahun, jumlah observasi yang digunakan sebanyak 50 observasi.

Analisis Validitas dan Reliabilitas Model

Penelitian ini menggunakan konstruk indikator tunggal (*single-indicator construct*) untuk variabel *Earning Per Share* (EPS), *Sales Growth* (SG), dan *Harga Saham* (HS). Berdasarkan kaidah pemodelan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), penggunaan indikator tunggal menghasilkan nilai *outer loading* dan *outer weight* sebesar 1,000 secara konstan. Secara matematis, kondisi ini membuat kriteria validitas konvergen (*Average Variance Extracted*/AVE) dan reliabilitas konstruk (*Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*) otomatis terpenuhi dengan nilai sempurna (1,000) karena varians indikator terserap sepenuhnya oleh konstruk laten masing-masing.

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.

Variabel	N	Rata-rata (Mean)	(Median)	Standar Deviasi
Earning Per Share (EPS)	50	307,440	128.000	332,070
Sales Growth	50	0,070	0.072	0,088
Harga Saham	50	3.887,720	2.440	3.464,938

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan pengolahan data, *Earning Per Share (EPS)*: Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 307,440 dengan standar deviasi sebesar 332,070. Nilai minimum EPS berada pada 12,000 dan maksimum 1.217,000. Karena nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata, hal ini menunjukkan adanya variasi atau sebaran data EPS yang cukup tinggi antar perusahaan sampel. *Sales Growth* : Rata-rata pertumbuhan penjualan adalah 0,070 (7,0%) dengan standar deviasi 0,088. Nilai terkecil (*min*) sebesar -0,207 (-20,7%) menunjukkan ada perusahaan yang mengalami penurunan penjualan, dan nilai terbesar (*max*) sebesar 0,218 (21,8%). Harga Saham : Memiliki rata-rata 3.887,720 dengan nilai median 2.440,000. Nilai terendah sebesar 364,000 dan nilai tertinggi sebesar 13.625,000 dengan deviasi standar sebesar 3.464,938.

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Seluruh variabel dalam penelitian ini yaitu *Earning Per Share* (EPS), *Sales Growth*, dan Harga Saham diukur secara langsung (*observed variables/single-indicator constructs*) menggunakan data rasio keuangan murni dari laporan keuangan dan harga pasar sekunder. Indikator tunggal secara matematis menghasilkan nilai outer loading, AVE, dan reliabilitas konstruk sempurna (1,000), maka evaluasi model pengukuran (*outer model*) tidak lagi memerlukan pengujian validitas dan reliabilitas secara khusus, sehingga analisis langsung difokuskan pada pengujian model struktural (*inner model*).

Analisis Model Struktural (Inner Model)

***Nilai Koefisien Determinasi* (R^2)**

Nilai R-Square (R^2) digunakan untuk mengukur kapasitas prediksi model. Hasil analisis nilai R-Square (R^2) untuk variabel dependen Harga Saham sebesar 0,648. Menunjukkan bahwa variasi variabel harga saham dapat dijelaskan oleh variabel EPS dan *Sales Growth* secara bersama sama sebesar 64,8% sedangkan sisanya sebesar 35,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang masuk dalam kategori kuat/ substansial.

***Effect Size* (f^2)**

Hasil pengujian *effect size* dilakukan untuk mengetahui kontribusi praktis masing masing variabel independen terhadap R-Square (R^2). Hasil uji menunjukkan bahwa untuk

hubungan *Earning Per Share* (EPS) terhadap harga saham adalah memiliki nilai f^2sebesar 1,844, nilai f^2>0,35 menunjukkan termasuk dalam kategori sangat besar (*large effect size*). Sebaliknya untuk hubungan *Sales Growth* terhadap harga saham memiliki nilai f^2hanya sebesar 0,003, nilai f^2< 0,02 yang menunjukkan bahwa variabel *Sales Growth* memberikan efek yang sangat kecil/diabaikan sehingga hampir tidak memiliki kontribusi praktis *(no effect)* terhadap pembentukan vaiabel harga saham dalam model ini.

***Uji Multikolinearitas* (*Inner VIF*)**

Uji multikolinearitas antar variabel independen diukur dengan *Variance Inflation Factor* (VIF): Pada *Earning Per Share* (EPS) terhadap harga saham: Original VIF = 1.000. (Interval Kepercayaan 2,5% = 1,000; 97,5% = 1,082). *Sales Growth* terhadap harga saham: Original VIF = 1.000. (Interval Kepercayaan 2,5% = 1,000; 97,5% = 1,082). Nilai VIF kedua variabel independen sangat kecil dan berada jauh di bawah nilai batas 5,00 (bahkan < 3,00), sehingga disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model struktural ini.

Pengujian Hubungan Antar Variabel (Path Coefficient)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur, t-statistic dan p-value melalui prosedur *bootstrapping*.

Tabel 2. *Path Coefficients.*

Hubungan	Koefisien (O)	*Standard Deviation (STDEV)*	*T-Statistics*	*P-Value*
Earning Per Share (EPS) → Harga Saham	0,805	0,045	*17,828*	0,000
Sales Growth → Harga Saham	0,034	0,081	0,413	0,680

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2. *Path coefficients* hasil uji hipotesis yang disajikan sebagai berikut:

H1 Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) terhadap Harga Saham

Earning Per Share (EPS) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,805 dan nilai *T-Statistic* sebesar 17,828 (lebih besar dari 1,96). Nilai *P-Value* yang sangat kecil (0,000 < 0,05). Hasil koefisien 0,805 yang positif menunjukkan hubungan searah yang sangat kuat. Artinya, semakin tinggi laba per lembar saham (EPS) yang dihasilkan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula harga saham perusahaan tersebut di pasar modal. Investor memandang EPS sebagai indikator utama tingkat profitabilitas dan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham. Dengan demikian, hipotesis ini diterima.

H2 Pengaruh *Sales Growth* terhadap Harga Saham

Sales Growth ditemukan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham dalam model ini. Meskipun arah hubungannya positif (koefisien 0,034), nilai *T-Statistic* yang diperoleh hanya 0,413 (di bawah ambang batas 1,96) dengan *P-Value* sebesar 0,680. Karena *P-Value* berada di atas standar signifikansi 0,05, maka hipotesis ini dinyatakan ditolak. Ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan omzet/penjualan tidak selalu direspon positif oleh pasar jika peningkatan tersebut tidak diimbangi dengan efisiensi biaya yang berujung pada peningkatan laba bersih (EPS). Investor cenderung lebih berfokus pada hasil akhir berupa laba bersih (*bottom line*) dibandingkan sekadar pertumbuhan pendapatan penjualan (*top line*).

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Earning Per Share terhadap Harga Saham

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa investor memberikan perhatian yang besar terhadap kemampuan perusahaan menghasilkan laba bagi setiap lembar saham. Semakin tinggi EPS, semakin besar tingkat keuntungan yang diharapkan investor sehingga permintaan terhadap saham meningkat dan diikuti oleh kenaikan harga saham. Temuan ini mendukung *Signaling Theory* yang menyatakan bahwa informasi laba yang dipublikasikan perusahaan merupakan sinyal positif mengenai prospek perusahaan. Investor menafsirkan peningkatan EPS sebagai indikator meningkatnya kinerja perusahaan dan potensi pengembalian investasi di masa mendatang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wardani dan Herlianto (2024), Ramadhan (2022), Siswoyo (2020), serta Rais (2024) yang menyimpulkan bahwa *Earning Per Share* merupakan salah satu faktor fundamental yang paling berpengaruh terhadap perubahan harga saham. Juga sejalan dengan temuan Pratama (2022), Suryani (2021) yang menunjukkan bahwa *Earning Per Share* (EPS) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

Pengaruh Sales Growth terhadap Harga Saham

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan penjualan belum tentu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan di mata investor. Investor tampaknya tidak hanya mempertimbangkan besarnya pertumbuhan penjualan, tetapi juga memperhatikan kemampuan perusahaan mengubah peningkatan penjualan tersebut menjadi laba yang berkelanjutan. Kondisi tersebut dapat dijelaskan oleh karakteristik sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Pada

sektor ini, peningkatan penjualan sering kali diikuti oleh meningkatnya biaya produksi, biaya distribusi, maupun biaya pemasaran sehingga pertumbuhan penjualan belum tentu menghasilkan peningkatan laba bersih. Oleh karena itu, investor lebih menjadikan indikator profitabilitas seperti EPS sebagai dasar pengambilan keputusan investasi dibandingkan hanya melihat pertumbuhan penjualan (Hartono, 2017). Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ningsih dkk. (2024) serta Wulandari dan Saputra (2023) yang menyatakan bahwa *Sales Growth* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap harga saham. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan Hasanuddin dkk. (2024) serta Ramadhan dan Saputra (2025) yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham. Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik sektor industri, periode penelitian, serta kondisi ekonomi yang berbeda.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Earning Per Share* (EPS) dan *Sales Growth* terhadap Harga Saham pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025 Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: a.) *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan untuk setiap lembar saham yang beredar, semakin tinggi pula harga saham perusahaan di pasar modal. Temuan ini mengindikasikan bahwa investor masih menjadikan EPS sebagai salah satu indikator fundamental utama dalam menilai prospek perusahaan dan mengambil keputusan investasi; b.) *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Meskipun pertumbuhan penjualan menunjukkan arah hubungan yang positif, pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan penjualan belum tentu direspons oleh investor sebagai sinyal peningkatan nilai perusahaan. Investor cenderung lebih mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingkan hanya melihat pertumbuhan penjualan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian, yaitu: Penelitian hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu *Earning Per Share* (EPS) dan *Sales Growth*, sehingga masih terdapat faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi harga saham namun belum dimasukkan ke dalam

model penelitian. Sampel penelitian terbatas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang memenuhi kriteria *purposive sampling* selama periode 2021–2025, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi untuk seluruh sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan sehingga hanya menggambarkan kondisi perusahaan berdasarkan informasi yang dipublikasikan pada akhir periode pelaporan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut : Bagi investor, disarankan untuk memberikan perhatian lebih terhadap indikator *Earning Per Share* (EPS) dalam melakukan analisis fundamental karena variabel ini terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap harga saham perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals.* Bagi manajemen perusahaan, peningkatan laba per lembar saham perlu menjadi prioritas melalui peningkatan efisiensi operasional, pengendalian biaya, serta strategi bisnis yang mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan. Selain berupaya meningkatkan penjualan, perusahaan juga perlu memastikan bahwa pertumbuhan penjualan tersebut mampu dikonversi menjadi peningkatan laba bersih. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang secara teoritis berpotensi memengaruhi harga saham, baik dari keuangan maupun faktor nonkeuangan seperti *Environmental, Social, and Governance* (ESG), *digital transformation*, atau *Top Brand Index*. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas jumlah sampel, memperpanjang periode pengamatan, serta membandingkan beberapa sektor industri agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan memiliki daya generalisasi yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi ke-14, Buku 1). Salemba Empat.

Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Edisi ke-11). BPFE.

Hasanuddin, R., dkk. (2024). Pengaruh Sales Growth dan Struktur Modal terhadap Harga Saham. *Jurnal Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 15–28.

Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Revisi). PT RajaGrafindo Persada.

Kusuma, B., & Rahayu, S. (2020). Pengaruh profitabilitas dan Sales Growth terhadap harga saham dengan Earning Per Share sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 89–102.

Lestari, D. P. (2024). *Pengaruh kinerja keuangan pascapandemi COVID-19 terhadap harga saham emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia* (Tesis magister, Universitas Diponegoro).

Maharani, B., Pangaribuan, D., & Yuniati, T. (2024). *Pengaruh Sales Growth, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals*. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, Vol. 3 No. 2, hlm. 828–842. DOI: 10.55681/sentri.v3i2.2331.

Ningsih, S., dkk. (2024). Pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap harga saham perusahaan consumer goods. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 12(2), 145–158.

Pratama, A. R. (2022). *Analisis pengaruh Earning Per Share (EPS), Return on Assets (ROA), dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap harga saham emiten manufaktur di Bursa Efek Indonesia* (Tesis magister, Universitas Gadjah Mada).

Rahmayanti, F., Suherman, & Hamidah. (2024). *Pengaruh Utang, Profitabilitas, dan Nilai Pasar terhadap Return Saham Sektor Consumer Non-Cyclicals di BEI Tahun 2019–2022*. Dipublikasikan pada Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance (IJEBEF), Vol. 4 No. 2 Tahun 2024 (SINTA 5).

Rais R, M. (2024). The Effect of Earning Per Share (EPS) on Stock Prices of Pharmaceutical Companies Listing on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2018 Period. *JIAR: Journal of International Accounting Research*, 3(1), 45-58. https://doi.org/10.62668/jiar.v3i1.1075

Ramadhan, A., & Saputra, M. (2025). Pengaruh Sales Growth dan Total Asset Turnover Terhadap Return Saham Perusahaan Makanan dan Minuman. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Erapublikasi*, 3(2), 112-125.

Ramadhan, M. A. (2022). *Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021* [Undergraduate thesis, Universitas Swadaya Gunung Jati]. UGJ Repository.

Siswoyo, H. (2020). *Pengaruh Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham PT. Unilever Tbk* (Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Repository.

Susanti, M., Samara, A., & Hakim, M. Z. (2022). *Pengaruh Earning Per Share (EPS), Dividend Payout Ratio (DPR), dan Return on Assets (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals di Indonesia*, diterbitkan di Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing (JAFTA), Vol. 4 No. 1.

Wardani, A. K., & Herlianto, D. (2024). The Influence of Earnings per Share (EPS) on Stock Prices at PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) for the 2016–2023 Period. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 2(2), 112-125.

Wibowo, S. A. (2023). *Determinasi harga saham melalui Sales Growth, Earning Per Share, dan Price to Earnings Ratio pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals* (Tesis magister, Universitas Indonesia)

Wulandari, T., & Saputra, H. (2023). Analisis pengaruh ukuran perusahaan, sales growth, profitabilitas dan green accounting terhadap harga saham. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (Finacc)*, 5(2), 210-222.