

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam penelitian ini untuk mengutarakan dan membahas mengenai landasan-landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Teori – teori dalam penelitian ini memuat kajian ilmiah dari para ahli, dari pengertian secara umum sampai pengertian secara fokus terhadap teori yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis akan teliti. Teori yang akan diuraikan antara lain dimulai dengan pengungkapan teori manajemen sebagai *grand theory*, manajemen keuangan sebagai *middle range theory* yang didukung oleh teori *product market competition*, kinerja keuangan, dan *return* saham serta ukuran perusahaan sebagai *applied theory*.

2.1.1 Manajemen

Manajemen adalah seni dan ilmu mengatur bagaimana sumber daya manusia dan sumber daya lainnya digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan tertentu. Di bawah ini terdapat penjelasan terkait pengertian, fungsi, unsur-unsur, tujuan dari manajemen yakni sebagai berikut:

2.1.1.1 Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan suatu proses yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap berbagai sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam konteks ini, efektivitas

berarti sejauh mana tujuan dapat dicapai, sedangkan efisiensi merujuk pada bagaimana sumber daya digunakan secara optimal.

Menurut (Bright et al., 2019, p. 18) menyatakan bahwa *Management is the process of planning, organizing, directing, and controlling the activities of employees in combination with other resources to accomplish organizational goals*”

Pengertian manajemen lainnya menurut (Coulter, 2021, p. 37) menyatakan bahwa *Management involves coordinating and overseeing the work activities of other so their activities are completed efficiently and effectively.*

Sedangkan, menurut (W.Griffin, 2021, p. 4) menyatakan bahwa :

“Management is a set of planning and decision making activities, organizing, leading and controlling directed at organizational human, financial, physical and information resources with the aim of achieving organization goals in an efficient and effective manner”

Terdapat pendapat lain yang dikemukakan oleh (Lumingkewas, 2023, p. 1) mendefinisikan bahwa Manajemen adalah seni dan ilmu untuk merencanakan, mengorganisasi, memimpin, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya dalam upaya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan pengertian manajemen yang telah dipaparkan oleh para ahli, maka dapat diartikan bahwa manajemen merupakan proses yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian untuk mengelola berbagai sumber daya baik manusia, keuangan, fisik, maupun informasi dalam suatu organisasi. Tujuan utama manajemen adalah mencapai sasaran organisasi secara efisien dan efektif. Manajemen juga melibatkan koordinasi dan pengawasan atas aktivitas karyawan untuk memastikan bahwa semua kegiatan terlaksana

dengan baik, sehingga hasil yang diinginkan dapat tercapai. Dengan demikian, manajemen adalah kombinasi dari seni dan ilmu dalam mencapai tujuan organisasi.

2.1.1.2 Fungsi Manajemen

Menurut George R. Terry dialih bahasakan oleh (Hamzali 2022, p. 12) terdapat beberapa fungsi manajemen sebagai berikut :

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan fungsi utama dari sebuah manajemen dalam organisasi bisnis. Dalam hal ini, manajemen berfungsi untuk menyusun strategi awal dalam mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Sebagai sebuah sistem, manajemen akan melalui rangkaian-rangkaian yang akan memberikan dampak baik bagi sebuah organisasi. Dengan perencanaan yang baik, akan berpengaruh pada pencapaian tujuan yang efektif dan efisien.

b. Pengorganisasian (*Organazing*)

Fungsi pengorganisasian adalah mengatur sumber daya yang ada (manusia, material, dan informasi) untuk melaksanakan rencana yang telah dibuat. Ini mencakup pembagian tugas, penentuan struktur organisasi, dan penetapan hubungan antar bagian.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Memimpin dan memotivasi anggota tim untuk mencapai tujuan. Ini melibatkan komunikasi yang efektif, pengaruh, dan penyediaan dukungan untuk karyawan agar mereka dapat bekerja dengan baik. Serta, suatu Tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran yang sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha – usaha organisasi

d. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan harus dilakukan agar pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan visi, misi dan peraturan perusahaan dilakukan setelah proses kerja dilakukan. Pada proses ini, kinerja dinilai apakah sesuai dengan *planning*. Pada tahap ini Pemimpin perusahaan atau manajer harus menguasai fungsi-fungsi manajemen yang telah dipaparkan, penerapan fungsi tersebut dengan tujuan untuk menunjang berjalannya fungsi-fungsi manajemen secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik.

2.1.1.3 Unsur – Unsur Manajemen

Menurut George R. Terry dialih bahasakan oleh (Hamzali, 2022, p. 7), menyatakan bahwa ada enam unsur – unsur manajemen terdiri dari 6 M yaitu sebagai berikut :

1) *Man* (Manusia)

Unsur manusia merupakan elemen paling utama dalam manajemen, karena semua proses manajerial dilakukan oleh dan untuk manusia. Manusia sebagai pelaku aktif memiliki peran dalam merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, serta mengawasi kegiatan organisasi. Tanpa adanya manusia, unsur-unsur manajemen lainnya tidak akan dapat berfungsi. Karyawan, manajer, dan pemimpin organisasi harus memiliki kemampuan, motivasi, serta kerja sama yang baik agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif.

2) *Money* (Uang)

Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan, dimana sebagai alat tukar dan alat pengukur nilai. Uang digunakan untuk membayar gaji karyawan, membeli bahan baku, mengelola fasilitas, serta melakukan investasi

dan pengembangan usaha. Manajemen keuangan yang baik diperlukan agar dana yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara optimal dan efisien dalam mendukung operasional organisasi.

3) *Materials* (Bahan)

Material adalah segala bentuk bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi barang atau jasa. Kualitas, kuantitas, serta ketersediaan bahan sangat memengaruhi hasil akhir produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, harus dilakukan dengan tepat, mulai dari pengadaan, penyimpanan, hingga penggunaannya, agar proses produksi tidak terhambat dan menghasilkan output yang sesuai standar.

4) *Machines* (Mesin)

Mesin atau teknologi merupakan alat bantu yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam proses kerja. Dalam konteks modern, mesin tidak hanya mencakup peralatan mekanik, tetapi juga teknologi digital seperti komputer dan sistem informasi. Penggunaan mesin yang tepat dapat menghemat waktu, mengurangi kesalahan, serta meningkatkan kapasitas produksi, sehingga mendukung kelancaran operasional organisasi.

5) *Methods* (Metode)

Metode adalah cara atau prosedur yang digunakan untuk menjalankan kegiatan manajerial secara sistematis dan efisien. Pemilihan metode kerja yang tepat akan sangat memengaruhi kualitas dan kecepatan dalam pencapaian tujuan organisasi. Metode mencakup perencanaan kerja, standar operasional prosedur (SOP), dan teknik manajemen lainnya yang dirancang agar setiap proses berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

6) *Market* (Pasar)

Pasar merupakan sasaran akhir dari seluruh aktivitas manajemen, karena semua produk dan jasa yang dihasilkan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, memahami kondisi dan dinamika pasar menjadi sangat penting. Manajemen harus mampu membaca kebutuhan, selera, serta perilaku konsumen agar dapat menyusun strategi pemasaran, distribusi, dan pelayanan yang efektif. Keberhasilan sebuah organisasi sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam menguasai pasar.

Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa unsur – unsur manajemen akan selalu terhubung dan tidak dapat dipisahkan karena jika tidak adanya salah satu unsur dari keenam unsur diatas tersebut maka penerapan manajemen dalam sebuah perusahaan tidak akan berjalan dengan baik dan tidak tercapainya hasil dari suatu perusahaan.

2.1.2 Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk menjalankan sebuah usaha, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pengawasan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung, dengan tujuan untuk mencapai sasaran penjualan.

2.1.2.1 Komponen Manajemen Bisnis

Komponen manajemen bisnis adalah bagian – bagian yang menjadi dasar bagi kegiatan manajemen bisnis dan harus didasarkan pada sistem manajemen. Berikut komponen-komponen manajemen bisnis menurut Peter Drucker dialih bahasakan oleh (Sujawerni, 2024, p. 7) adalah sebagai berikut :

1) Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah proses yang mengatur keuangan perusahaan. Dengan memanfaatkan komponen ini, diharapkan keuangan perusahaan dapat seimbang dan digunakan sesuai dengan tujuannya. Pengelolaan sumber daya keuangan untuk memastikan kesehatan dan stabilitas finansial organisasi.

2) Manajemen Pemasaran

Komponen pemasaran umumnya mencakup aktivitas perencanaan dan pengawasan terhadap proses pemasaran. Memahami kebutuhan pelanggan dan menciptakan nilai melalui produk dan layanan yang inovatif.

3) Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya untuk memperoleh SDM yang terbaik bagi bisnis yang telah dijalankan. Menekankan pengelolaan karyawan sebagai aset terpenting, termasuk pengembangan dan motivasi mereka.

4) Manajemen Operasional

Manajemen operasional adalah aktivitas manajemen yang berfokus pada fungsi untuk memproduksi barang yang sesuai dengan standar yang ditetapkan berdasarkan preferensi konsumen. Berorientasi pada efisiensi dan efektivitas dalam proses sehari-hari untuk mencapai tujuan organisasi.

Dengan demikian, komponen manajemen bisnis ini merupakan elemen penting yang saling berkaitan dan mendukung tercapainya tujuan organisasi secara menyeluruh. Pemahaman dan penerapan yang tepat terhadap masing-masing komponen ini akan membantu perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif, serta mencapai keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

2.1.3 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence dalam penelitiannya yang berjudul "*Job Market Signaling*". Spence (1973) menjelaskan bahwa suatu isyarat atau sinyal berfungsi untuk menyampaikan informasi, di mana pihak yang memiliki informasi (pengirim) berusaha memberikan potongan informasi yang relevan untuk digunakan oleh pihak penerima (Nasution et al., 2019).

Menurut (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 187), menyatakan bahwa :

“A signal or indication is an action taken by a company to provide guidance to investors on how management perceives the company's prospects. The signals given include information about the actions taken by management to fulfill the expectations of the owners, namely the shareholders. This information is crucial for investors and business players as it provides details, records, or insights regarding past, present, and future conditions, as well as their impact on the company's sustainability”.

Sedangkan, menurut (Smith, 2020, p. 68), menyatakan bahwa *Signaling Theory is defined as a framework that analyzes how parties with more information (insiders) send signals to parties with less information (outsiders) to reduce uncertainty in decision-making.*

Teori sinyal adalah suatu perusahaan mengirimkan sinyal yang berisi informasi mengenai peluang yang dimilikinya kepada pasar. Manajer sering kali menggunakan informasi ini untuk memberi sinyal kepada pemegang saham bahwa perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan dengan kompetitornya. Para pemegang saham menafsirkan sinyal tersebut sebagai indikasi bahwa perusahaan dapat memperoleh pendanaan yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka (Gennusi & Maharani, 2021).

Informasi tersebut sangat penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena pada dasarnya informasi memberikan penjelasan, catatan, atau gambaran mengenai kondisi di masa lalu, saat ini, maupun di masa depan, hal ini berpengaruh pada keberlangsungan perusahaan dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan (Elizabeth Sugiarto Dermawan, 2019).

Para pelaku pasar umumnya menilai dan menganalisis apakah informasi tersebut merupakan sinyal positif (kabar baik) atau sinyal negatif (kabar buruk). Jika informasi yang diumumkan dianggap sebagai sinyal positif bagi investor, akan terjadi perubahan harga saham, di mana harga saham cenderung meningkat dan, akibatnya, tingkat pengembaliannya atau return juga akan meningkat (Januar et al., 2020).

Pendapat beberapa ahli tersebut dapat diartikan bahwa teori sinyal menekankan pentingnya komunikasi informasi dari pihak internal perusahaan kepada pihak eksternal, terutama investor. Sinyal yang diberikan—seperti kinerja keuangan, strategi manajemen, atau informasi lainnya—berfungsi untuk mengurangi ketidakpastian, membentuk persepsi pasar, dan memengaruhi keputusan investasi. Ketika sinyal yang diterima bersifat positif, maka dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak langsung terhadap naiknya harga saham dan return yang diharapkan. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang akurat, transparan, dan tepat waktu menjadi kunci dalam menjaga reputasi dan keberlanjutan perusahaan di mata para pemangku kepentingan.

Hubungan teori sinyal dengan return saham yaitu apabila nilai dari suatu saham meningkat, maka ini dapat meningkatkan return saham dari sebuah perusahaan. Dimana informasi (seperti kinerja keuangan) dapat berfungsi sebagai

sinyal bagi investor. Dalam hal ini, dapat dijadikan sinyal bagi para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan (Geriadi & Wiksuana, 2017). Dan pengumuman kinerja keuangan dalam konteks persaingan pasar dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan investasi.

2.1.4 Manajamemen Keuangan

Manajemen keuangan secara umum didefinisikan sebagai pengelolaan keuangan dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha mengumpulkan dana untuk pembiayaan atau pembelanjaan secara efisien. Manajemen keuangan juga tidak hanya mendapatkan dana saja, melainkan untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan serta mengolah dana tersebut. Secara umum, manajemen keuangan adalah kumpulan tindakan yang berkaitan dengan keuangan, seperti merencanakan, mengatur, mengarahkan, dan mengawasi kegiatan yang berkaitan dengan keuangan, seperti membeli barang dan memanfaatkannya.

2.1.4.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Banyak ahli yang memberikan definisi tentang manajemen keuangan, menurut (Houston, 2019, p. 4) menyatakan :

“Financial management, also called corporate finance, focuses, on decisions relating how much and what types of assets to acquire, how to raise the capital needed to purchase assets, and how to run the firm so as to maximize its value”.

Sedangkan, menurut (Prin, 2022, p. 1) menyatakan *Financial Management is the managerial activity concerned with the planning and control of a company's financial resources.*

Pendapat lain dikemukakan oleh menurut (Pandey, 2021, p. 2) menyatakan *Financial Management is managerial activity which is concerned with the planning and controlling of the firm's financial resources.*

Sementara itu, menurut (Hayat, 2021, p. 3) menjelaskan bahwa manajemen keuangan dapat diartikan sebagai manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembiayaan investasi ataupun pembelanjaan secara efisien.

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan oleh beberapa ahli, maka dapat diketahui manajemen keuangan adalah suatu proses yang menggabungkan aspek perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan pengelolaan sumber daya keuangan secara optimal untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

2.1.4.2 Fungsi Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan. Sedangkan fungsi keuangan merupakan kegiatan utama yang harus dilakukan oleh mereka yang bertanggung jawab dalam bidang tertentu. Fungsi manajemen keuangan merupakan menggunakan dana dan menempatkan dana. Menurut James C. Van Horne dialih bahasakan oleh (Hartati, 2024, p. 19) bahwa fungsi manajemen keuangan terdapat tiga fungsi utama, yaitu :

1. Keputusan Investasi (*Investment Decision*)

Keputusan investasi adalah fungsi manajemen keuangan yang penting dalam membantu pengambilan keputusan investasi karena menyangkut memperoleh dana investasi yang efisien serta bagaimana komposisi aset ideal harus dipertahankan atau dikurangi.

2. Keputusan Pendanaan (*Financing Decision*)

Manajemen keuangan membuat keputusan pendanaan saat memilih sumber dana yang paling ekonomis untuk mendanai kebutuhan investasi dan kegiatan

operasional. Keputusan tentang pendanaan perusahaan juga harus mempertimbangkan kebijakan dividen. Keputusan tentang apakah keuntungan yang diperoleh perusahaan harus diberikan kepada para pemegang saham atau disimpan untuk pembiayaan investasi di masa mendatang adalah inti dari fungsi manajemen keuangan sebagai keputusan pendanaan.

3. Keputusan Manajemen Aset (*Assets Management Decision*)

Keputusan Manajemen Aset adalah fungsi manajemen keuangan yang berkaitan dengan keputusan tentang alokasi dana atau aset, bagaimana sumber dana harus dialokasikan, dan bagaimana modal yang digunakan, baik dalam dan luar perusahaan, berguna bagi perusahaan.

Dengan demikian, bahwa fungsi manajemen keuangan memiliki peran yang krusial dalam pengelolaan sumber daya keuangan perusahaan. Fungsi-fungsi ini saling terkait dan berkontribusi pada keberhasilan finansial perusahaan, dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan memastikan keberlanjutan operasionalnya.

2.1.4.3 Tujuan Manajemen Keuangan

Manajemen Keuangan yang efisien membutuhkan tujuan di dalamnya, tujuan manajemen keuangan sangat penting untuk memastikan kesehatan dan keberlanjutan keuangan suatu organisasi. Tujuan-tujuan ini membimbing proses pengambilan keputusan, membantu mengelola sumber daya, dan pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan keseluruhan suatu perusahaan atau bisnis.

Menurut (Khaerunnisa, 2024, p. 2) menjelaskan bahwa tujuan manajemen keuangan yang paling mendasar adalah menciptakan nilai bagi para pemegang

saham atau pemilik perusahaan. Ini berarti manajemen keuangan bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Sedangkan, menurut (James C. Van Horne, 2019, p. 4) mengatakan mengenai tujuan manajemen keuangan ialah sama dengan tujuan perusahaan yaitu untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik perusahaan yang ada saat ini.

Menurut (Atrill, 2020., p, 2) tujuan manajemen keuangan sebagai berikut :

1. *Financial planning. It is vital for managers to assess the potential impact of proposals on the future financial performance and positions.*
2. *Investment project appraisal. Investment in new long-term projects can have a profound effect on the future prospect of a business.*
3. *Financing decision. Investment projects and other business activities have to be financed. The various sources of finance available need to be identified and a evaluated. Each has its own characteristics and cost.*
4. *Capital markets operations, New finance may be raised through the capital markets, which include stock markets and bank.*
5. *Financial Control. Once Plans are implemented, managers must ensure that things stay on course.*

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa manajemen keuangan yang efektif tidak hanya berfokus pada pencapaian tujuan jangka pendek, tetapi juga pada penciptaan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan keberlanjutan organisasi. Dengan menetapkan tujuan yang jelas, seperti perencanaan keuangan, penilaian proyek investasi, pengambilan keputusan pendanaan, operasi pasar modal, dan kontrol keuangan, manajemen keuangan dapat mengarahkan perusahaan menuju kesuksesan yang berkelanjutan. Oleh karena itu,

penting bagi setiap organisasi untuk mengintegrasikan tujuan-tujuan ini dalam strategi manajerialnya, sehingga dapat mengoptimalkan sumber daya dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

2.1.4.1 Prinsip – Prinsip Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan bagian penting dari manajemen program dan tidak boleh dipandang sebagai suatu aktivitas tersendiri yang menjadi bagian dari pekerjaan orang keuangan. Menurut James C. Van Horne yang dialih bahasakan oleh (Yudi, 2023, pp. 9–11) terdapat enam prinsip manajemen keuangan yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Konsistensi (*Consistency*)

Manajemen keuangan harus dijalankan secara konsisten. Artinya, kebijakan keuangan yang digunakan harus stabil dari waktu ke waktu, kecuali ada alasan kuat untuk mengubahnya. Konsistensi penting untuk menjaga kepercayaan investor dan mempermudah evaluasi kinerja keuangan.

2. Akuntabilitas (*Accountability*).

Setiap pihak yang mengelola dana atau aset keuangan harus bertanggung jawab atas penggunaannya. Dana harus digunakan sesuai tujuan dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. Transparansi (*Transparancy*)

Laporan dan informasi keuangan harus disajikan secara terbuka dan jelas, tanpa manipulasi, sehingga semua pihak yang berkepentingan dapat memahami kondisi keuangan secara akurat. Ini penting untuk akuntabilitas dan pengambilan keputusan.

4. Kelangsungan hidup (*Viability*)

Organisasi harus memastikan bahwa rencana keuangan dan operasional mereka berkelanjutan secara jangka panjang. Artinya, pengeluaran tidak boleh melebihi pendapatan secara terus-menerus.

5. Integritas (*integrity*)

Kejujuran dan integritas sangat penting dalam pengelolaan keuangan. Pengambilan keputusan keuangan harus bebas dari konflik kepentingan dan tidak boleh merugikan pihak lain.

6. Pengendalian (*Control*)

Perlu adanya sistem pengawasan dan pengendalian internal untuk memastikan dana digunakan secara tepat, efisien, dan sesuai rencana. Kontrol ini juga membantu dalam mendeteksi kesalahan atau penipuan lebih awal.

Prinsip manajemen keuangan ini menjadi panduan penting dalam mengelola keuangan organisasi secara sehat dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip ini menanamkan nilai-nilai seperti tanggung jawab, kejujuran, dan keterbukaan dalam setiap proses pengambilan keputusan. Maka dari itu, manajemen keuangan tidak seharusnya dipandang sebagai tugas orang keuangan semata, melainkan sebagai bagian yang tak terpisahkan. Dengan penerapan prinsip-prinsip ini secara konsisten, diharapkan setiap organisasi mampu menciptakan sistem keuangan yang transparan, akuntabel, dan dapat dipercaya oleh semua pihak yang terlibat.

2.1.5 *Product Market Competition*

Product market competition adalah konsep yang penting dalam manajemen produk dan ekonomi, di mana berbagai perusahaan bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar dengan menawarkan produk yang serupa. Persaingan ini terjadi ketika

beberapa perusahaan berusaha untuk menarik pelanggan dengan cara yang berbeda, seperti melalui harga, kualitas, inovasi, dan layanan pelanggan.

2.1.5.1 Pengertian *Product Market Competition*

Product Market Competition (PMC) adalah mekanisme lain yang kuat yang memastikan bahwa manajemen tidak membuang-buang sumber daya. Persaingan berasal dari kata "kompetisi" dalam bahasa Inggris, yang berarti persaingan itu sendiri atau aktivitas kompetitif, seperti kompetisi atau pertandingan. Persaingan adalah usaha yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan untuk mendapatkan pesanan dengan harga yang menguntungkan (Salma Anatasya Maharani, 2022).

Menurut (Zhou, 2019, p. 10), menyatakan bahwa *Product market competition refers to the rivalry among firms to attract customers and increase market share by offering better value, innovation, lower prices, or differentiated products.*

Sedangkan, menurut (Porter, 2021, p. 14), menyatakan bahwa *Competition in a product market is shaped by five forces: threat of new entrants, bargaining power of suppliers, bargaining power of buyers, threat of substitute products or services, and rivalry among existing competitors.*

Pendapat lainnya, menurut (Kotler, 2022, p. 2), menyatakan bahwa *Product market competition is the rivalry among businesses offering similar products or services aimed at satisfying the same customer need in a particular market segment.*

Produk merupakan elemen kunci dalam suatu usaha atau bisnis, karena dari produk inilah perusahaan dapat menarik perhatian pelanggan potensial untuk memilih tawarannya (Aziz, 2022, p. 27). Menurut (Dewi Hafifah, 2021, p. 4), Kompetisi pasar adalah persaingan antara perusahaan-perusahaan yang berusaha

mencapai berbagai tujuan, seperti meningkatkan keuntungan, menarik lebih banyak konsumen, serta memperluas pangsa pasar dan setiap tahun intensitas persaingan pasar semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa *Product Market Competition (PMC)* adalah faktor kunci dalam dunia bisnis yang mendorong perusahaan untuk berinovasi dan memberikan nilai tambah kepada konsumen. Dengan meningkatnya intensitas persaingan, perusahaan dituntut untuk tidak hanya berfokus pada harga, tetapi juga pada kualitas, diferensiasi produk, dan strategi pemasaran yang efektif, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini menegaskan pentingnya pemahaman yang mendalam tentang dinamika kompetisi dalam mencapai keberhasilan jangka panjang.

Melalui PMC, perusahaan berusaha mencapai tujuan-tujuan tertentu, seperti meningkatkan keuntungan, menarik lebih banyak konsumen, dan memperluas pangsa pasar. Intensitas persaingan pasar cenderung meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah produk yang ditawarkan, sehingga perusahaan harus terus beradaptasi untuk tetap relevan.

2.1.5.2 Indikator Product Market Competition

Terdapat beberapa metode perhitungan untuk mengukur product market competition, menurut (Zhou, 2019, p. 24), rumus-rumus untuk mengukur product market competition, yaitu sebagai berikut :

- a. *Indeks Herfindahl–Hirschman (HHI)* yang didefinisikan sebagai berikut :

$$HHI_j = \sum_{i=1}^I S_{ij}^2$$

Dimana S_{ij}^2 adalah pangsa pasar penjualan perusahaan i di industri j . kemudian melakukan penghitungan yang disebutkan di atas untuk setiap tahun fiskal, untuk setiap industri, dan kemudian menghitung rata-rata nilainya selama tiga tahun terakhir. Nilai HHI yang kecil menunjukkan bahwa terdapat banyak perusahaan pesaing dalam industry tersebut, sedangkan nilai HHI yang besar menunjukkan bahwa pangsa pasar didominasi oleh beberapa perusahaan besar (Pham et al., 2020).

b. *Lerner Index (LI)*

Indeks ini berasal dari ekonomi oleh Lerner dan menangkap kemampuan suatu perusahaan untuk menetapkan harga produk di atas biaya marginalnya. Oleh karena itu, Lerner Index juga dikenal sebagai margin harga-biaya (PCM) untuk menunjukkan kekuatan penetapan harga suatu perusahaan. Perusahaan harus menetapkan harga jual sangat dekat dengan biaya marginal dalam persaingan sempurna, yang berarti tidak ada keuntungan. Perusahaan dengan kekuatan penetapan harga yang rendah (tinggi) akan mengalami persaingan yang minimal dari perusahaan lain dalam industri yang sama. Sebaliknya, perusahaan dengan nilai Lerner Index yang lebih rendah mengalami tingkat kompetisi yang lebih tinggi.

$$LI = \frac{Profit}{Sales}$$

Pada penelitian ini, product market competition (PCM) akan diproksikan dengan rasio Lerner Index (LI), karena LI dinilai secara langsung mengukur kemampuan perusahaan untuk menetapkan harga di atas biaya marginal. Ini memberikan gambaran yang jelas tentang kekuatan pasar dan daya saing harga

perusahaan dan memberikan wawasan lebih dalam tentang tingkat persaingan yang dihadapi perusahaan.

Nilai LI yang lebih rendah menunjukkan persaingan yang lebih tinggi, sedangkan nilai yang lebih tinggi mencerminkan penguasaan pasar. Selain itu penelitian-penelitian terdahulu menggunakan rasio LI untuk menggambarkan product market competition. Seperti penelitian yang dilakukan (Babar & Habib, 2021) (Yanuardi & Usman, 2022).

2.1.6 Kinerja Keuangan

Kinerja Keuangan Perusahaan yaitu kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan mereka dalam jangka waktu tertentu disebut. Kinerja keuangan juga digunakan sebagai referensi untuk mengetahui sejauh mana perusahaan mencapai tujuan prestasinya dan bagaimana perusahaan dapat mempertahankan stabilitas.

2.1.6.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Terdapat beberapa pengertian kinerja keuangan menurut para ahli yang dipaparkan, salah satunya, menurut (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 115), menyatakan bahwa :

“Financial performance is critical aspect that directly affects an organization’s ability to operate and grow. By budgeting, forecasting, and analyzing and managing performance, organization can identify areas for improvement and formulate better strategies”.

Sedangkan, menurut (Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, 2020, p. 4), menyatakan bahwa *Financial Performance as a measurement of result that reflects the comparison between various financial indicators, including profitability, return on investment and risk.*

Pendapat lainnya, menurut (Wild, 2020, p. 8), menyatakan bahwa *Financial performance is an evaluation of how effectively a company manages resources to achieve its financial goals which can be measured through analysis of income statements, balance sheets and cash flows.*

Menurut (Hutabarat, 2020, p. 2), “Kinerja keuangan merupakan sebuah unit analisis yang dilakukan untuk menilai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan kegiatan keuangannya sesuai dengan aturan yang berlaku dengan baik dan benar”.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat diartikan bahwa kinerja keuangan merupakan gambaran menyeluruh mengenai kondisi keuangan perusahaan yang mencerminkan efektivitas, efisiensi, dan keberhasilan manajerial dalam mengelola sumber daya keuangan. Kinerja ini dinilai melalui analisis laporan keuangan dengan berbagai alat seperti rasio keuangan, guna mengevaluasi aspek profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan efisiensi, serta menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Kinerja keuangan menjadi cerminan sejauh mana perusahaan dapat menjalankan kegiatan keuangannya sesuai dengan regulasi dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.1.6.2 Tujuan Kinerja Keuangan

Tujuan dalam kinerja keuangan sangat penting karena berfungsi sebagai tolak ukur untuk mengevaluasi seberapa baik perusahaan mencapai sasaran finansialnya. Menurut (Hutabarat, 2020, pp. 3–4) menjelaskan bahwa terdapat beberapa tujuan kinerja keuangan, yaitu :

- a. Mengetahui tingkat rentabilitas atau profitabilitas

Penilaian kinerja keuangan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.

b. Mengetahui tingkat likuiditas

Penilaian kinerja keuangan mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi dalam waktu dekat.

c. Mengetahui tingkat solvabilitas

Penilaian kinerja keuangan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya, baik yang bersifat jangka panjang maupun jangka pendek, jika perusahaan tersebut dilikuidasi.

d. Mengetahui tingkat stabilitas

Penilaian kinerja keuangan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga serta pokok utangnya tepat waktu, dan juga kemampuannya dalam membayar dividen kepada para pemegang saham.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tujuan kinerja keuangan melibatkan penilaian berbagai aspek penting, seperti rentabilitas, likuiditas, dan solvabilitas, yang membantu perusahaan dalam mengelola keuangan secara efektif. Dengan memahami kemampuan dalam menghasilkan laba, memenuhi kewajiban jangka pendek dan panjang, serta membayar utang dan dividen, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih baik untuk pertumbuhan dan keberlanjutan di pasar

2.1.6.3 Tahapan dalam Menganalisis Kinerja Keuangan

Menurut (Hutabarat, 2020, pp. 5–6), tahapan dalam menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan yaitu sebagai berikut:

1) Melakukan review terhadap laporan keuangan

Tujuan dari review ini adalah memastikan bahwa laporan keuangan yang disusun telah mengikuti kaidah-kaidah akuntansi yang berlaku secara umum.

2) Melakukan perhitungan

Dalam proses perhitungan, metode yang digunakan harus disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang dihadapi, sehingga hasil perhitungan dapat memberikan kesimpulan yang sesuai dengan analisis yang diinginkan.

3) Melakukan perbandingan terhadap hasil perhitungan

Setelah memperoleh hasil perhitungan, langkah selanjutnya adalah membandingkannya dengan hasil dari perusahaan lain. Metode perbandingan yang umum digunakan terdiri dari dua pendekatan:

- a. Analisis deret waktu (time series analysis), yang membandingkan hasil dari berbagai periode untuk menampilkan tren dalam bentuk grafik.
- b. Pendekatan lintas seksi (cross sectional approach), yang membandingkan rasio-rasio hasil perhitungan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis dalam waktu yang bersamaan.

Dari hasil kedua metode ini, kesimpulan akan ditarik untuk menunjukkan posisi perusahaan, apakah dalam kondisi sangat baik, baik, sedang, tidak baik, atau sangat tidak baik.

4) Melakukan penafsiran (interpretation) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.

5) Mencari dan memberikan pemecahan masalah (solution) terhadap berbagai permasalahan yang telah ditemukan.

2.1.6.4 Jenis – Jenis Rasio Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dengan menganalisis dan mengevaluasi laporan keuangan (Ratma et al., 2021). Rasio keuangan adalah ukuran yang dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan saat menganalisis

laporan keuangan. Jenis – jenis rasio kinerja keuangan menurut (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 115), yaitu sebagai berikut :

1. *Liquidity Ratio* (Rasio Likuiditas)

Rasio likuiditas yaitu mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Rasio likuiditas meliputi :

a) *Current Ratio*

Rasio likuiditas yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aset lancar. Rumus untuk mengukur Current Ratio adalah sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}} \times 100\%$$

b) *Quick Ratio*

Perbandingan antara hutang lancar dan aktiva lancar setelah persediaan dikurangi. Adanya quick ratio yang rendah menunjukkan investasi yang sangat besar dalam persediaan atau perputaran persediaan yang lambat. Rumus untuk mengukur Quick Ratio adalah sebagai berikut :

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventories}}{\text{Current Liabilities}} \times 100\%$$

2. *Activity Ratio* (Rasio Aktivitas)

Rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aset perusahaan. Rasio rasio aktivitas yang umum digunakan meliputi rasio perputaran persediaan, rasio perputaran piutang, dan rasio perputaran aset tetap. Rasio-rasio ini memberikan informasi tentang seberapa cepat perusahaan mengubah asetnya menjadi pendapatan atau kas. Rasio Aktivitas meliputi :

a) *Inventory turn over*

Rasio perputaran persediaan adalah ukuran jumlah barang yang telah dijual oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Perputaran persediaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mengelola persediaan dengan lebih baik dalam satu tahun, menunjukkan manajemen yang efektif. Di sisi lain, perputaran persediaan yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengelola persediaan dengan baik. Rumus untuk mengukur inventory turn over adalah sebagai berikut:

$$\text{Inventory Turn Over} = \frac{\text{Sales}}{\text{Inventories}} \times 100\%$$

b) *Fixed Asset Turn Over*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam jangka waktu tertentu. Rumus untuk mengukur *fixed asset turn over* adalah sebagai berikut:

$$\text{Fixed Asset Turn Over} = \frac{\text{Sales}}{\text{Net Fixed Assets}} \times 100\%$$

c) *Total Asset Turn Over*

Perputaran total aktiva menunjukkan seberapa efektif suatu perusahaan menggunakan semua aktivanya untuk menghasilkan penjualan dan keuntungan. Tingkat perputaran ini ditentukan oleh perputaran elemen aktiva. Rumus untuk mencari *Total Asset Turn Over* adalah sebagai berikut:

$$\text{Total Asset Turn Over} = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

d) *Receivable Turn Over*

Perputaran piutang menunjukkan seberapa baik piutang perusahaan dan seberapa baik perusahaan mendapatkan piutang. Rumus untuk mengukur *Receivable Turn Over* adalah sebagai berikut :

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Credit Sales}}{\text{Average Receivables}} \times 100\%$$

3. *Solvability Ratio* (Rasio Solvabilitas)

Rasio solvabilitas mengukur tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang, dengan rasio solvabilitas yang tinggi menunjukkan risiko kebangkrutan yang lebih rendah. Rasio solvabilitas juga dapat melibatkan rasio interest coverage untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar bunga utang. Rasio solvabilitas yang sehat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar kewajiban jangka panjangnya dan mempertahankan keberlanjutan operasional. Rasio Solvabilitas, meliputi :

a) *Debt Asset Ratio (Debt Ratio)*

Rasio ini menunjukkan seberapa besar perbedaan antara kewajiban yang dimiliki dan total kekayaan yang dimiliki. Rumus untuk mengukur Debt Asset Ratio adalah sebagai berikut :

$$\text{Debt Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

b) *Total Debt to Equity Ratio (DER)*

Total Debt to Equity Ratio merupakan rasio antara total utang dibandingkan dengan modal sendiri yang terdiri dari saham dan surat-surat berharga lainnya. Rumus untuk mengukur Total Debt to Equity Ratio adalah sebagai berikut :

$$\text{Debt Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

c) *Times Interest Earned (TIE)*

Rasio yang menghitung kemampuan perusahaan membayar bunga atas utangnya, dengan membagi laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga. Rumus untuk mengukur *Times Interest Earned* adalah sebagai berikut :

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Interest Expense}} \times 100\%$$

4. *Profitability Ratio* (Rasio Profitabilitas)

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Rasio ini membantu mengidentifikasi sejauh mana perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan dengan membandingkan pendapatan dengan biaya dan investasi yang terkait. Rasio Profitabilitas, meliputi:

a) *Net Profit Margin* (NPM)

Menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan tertentu. Secara umum, rasio rendah menunjukkan manajemen yang tidak efisien. Rumus untuk mengukur Net Profit Margin (NPM) adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

b) *Return On Asset* (ROA)

Tingkat pengembalian atas investasi (ROA), juga dikenal sebagai tingkat pengembalian atas investasi dan efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan adalah ukuran kemampuan perusahaan dengan total dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi dengan tujuan menghasilkan laba. Rumus untuk mengukur ROA adalah sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

c) *Return On Equity* (ROE)

Rasio profitabilitas dengan Return on Asset dan Return on Equity digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang sahamnya. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut

pandang pemegang saham. Rumus untuk mengukur Return on Equity adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Equity} \times 100\%$$

5. *Market Value Ratio* (Rasio Nilai Pasar)

Rasio ini digunakan untuk mengukur bagaimana persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di pasar.

a) *Price-to-Earnings Ratio (P/E Ratio)*

$$P/E\ Ratio = \frac{Market\ price\ per\ share}{Earnings\ per\ share\ (EPS)} \times 100\%$$

b) *Price-to-Book Ratio (P/B Ratio)*

$$P/B\ Ratio = \frac{Market\ price\ per\ share}{Book\ value\ per\ share} \times 100\%$$

c) *Price-to-Cash Flow Ratio (P/CF Ratio)*

$$P/CF\ Ratio = \frac{Market\ price\ per\ share}{Cash\ flow\ per\ share} \times 100\%$$

Pada penelitian ini, nilai profitabilitas akan diproksikan dengan rasio Return on Total Asset (ROA) karena dinilai paling dapat menilai seberapa efektif penggunaan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (laba), seperti penelitian yang dilakukan oleh (Januar et al., 2020) dan (Siahaan et al., 2021). Alasan memilih rasio profitabilitas yaitu ROA, karena ROA menjadi indikator yang sangat relevan dan bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan di sektor teknologi. Dalam industri teknologi, yang membutuhkan investasi besar pada hardware, software, dan infrastruktur, efisiensi pemanfaatan dan penggunaan aset menjadi kunci atau faktor yang krusial. Rasio ini tidak hanya mencerminkan efisiensi dalam penggunaan aset, tetapi juga memberikan wawasan

yang lebih dalam mengenai daya saing dan potensi pertumbuhan perusahaan dalam industri yang dinamis ini.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu simbol perusahaan, sehingga perusahaan besar memiliki peluang yang lebih besar untuk eksis di pasar modal dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset dan jumlah penjualan.

2.1.7.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 234), menyatakan bahwa :

“The size of the company is assessed by its total net sales over a specific timeframe, when sales surpass both variable and fixed cost, the company is able to achieve profitability. Other side if the sales don't meet the cost, the company risk experiencing losses. This perspective emphasizes the significant connection between sales volume and financial outcomes in determining a company's size”.

Sedangkan, menurut (Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield, 2022, p. 6), menyatakan bahwa *Company size is defined as the relative size of a company which is usually calculated based on total assets, total sales, or market capitalization.*

Definisi lain mengenai ukuran perusahaan, menurut (Peng, 2023, p. 138), menyatakan bahwa :

“Larger companies often show different levels of performance than smaller companies, influenced by customer characteristics and supply chain complexity. While larger companies may have more resources than smaller companies may have more resources than the smaller ones”.

Menurut (Hartono, 2022, p. 282), menjelaskan bahwa Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran di mana perusahaan dapat diklasifikasikan sebesar kecilnya

berdasarkan berbagai faktor, seperti total aktiva, ukuran log, nilai pasar saham, penjualan, dan lain-lain.

Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, ukuran perusahaan didasarkan pada total aktiva atau total penjualan bersih perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan (Alifatul Laili Fajriah, Ahmad Idris, 2022). Menurut (Hamdun & Sari, 2024), ukuran perusahaan merupakan ukuran dominan atau kecilnya organisasi berdasarkan kriteria seperti total aktiva, nilai pasar, dan log size.

Sedangkan, pendapat lain oleh (Abdurohman & Indra, 2024), mengemukakan ukuran perusahaan adalah seberapa besar atau kecil suatu perusahaan ditentukan oleh ukurannya. Tidak dapat disangkal bahwa aktiva yang lebih besar dapat meningkatkan harga pasar, membeli keyakinan investor, dan mendorong mereka untuk berinvestasi karena kenaikan harga saham.

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Ukuran perusahaan adalah indikator yang menggambarkan skala dan kapasitas organisasi atau perusahaan diukur melalui total aktiva, nilai pasar, dan penjualan. Ukuran ini berpengaruh terhadap persepsi investor, di mana perusahaan yang lebih besar cenderung meningkatkan kepercayaan investor dan stabilitas harga saham. Dengan demikian, ukuran perusahaan berperan penting dalam analisis kinerja dan potensi investasi.

2.1.7.2 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Pengukuran terhadap ukuran perusahaan dengan total penjualan yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya.

Pada Penelitian ini indikator untuk mengukur ukuran perusahaan adalah indikator total penjualan (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 234). Berikut ini adalah rumus untuk mengukur ukuran perusahaan :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{Sales}$$

2.1.8 Return Saham

Return saham adalah imbal hasil yang diperoleh investor dari investasi yang dilakukan dalam bentuk saham. *Return* saham dapat dinyatakan dalam bentuk persentase yang mencerminkan total imbal hasil yang diperoleh investor selama periode tertentu, baik dari capital gain maupun dividen yang diterima.

2.1.8.1 Pengertian Return Saham

Menurut (Tandelilin, 2017, p. 45) menyatakan bahwa *One of the factors that motivates investors to invest is also in return for the courage they have to endure investment.*

Sedangkan, menurut (James C. Van Horne, 2020, p. 94), menyatakan *Return on the basis of income received from investments plus a change in market prices is usually stated as a percentage of the original investment market price.*

Pendapat lainnya menurut (Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, 2020, p. 125), menyatakan bahwa *Return is the gain or loss made on an investment over a specified period, typically expressed as a percentage of the investment's initial cost.* *Return* saham adalah keuntungan yang dihasilkan oleh seorang investor dari kepemilikan saham dalam suatu perusahaan. *return* saham hasil dari hak kepemilikan, dengan kata lain, bisa disebut sebagai tingkat pengembalian atau keuntungan berinvestasi (Siahaan et al., 2021)

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa *return* saham merupakan pengembalian yang diperoleh investor dari investasi mereka dalam bentuk saham, yang mencakup pendapatan dari investasi serta perubahan harga pasar saham tersebut. Dan *return* saham sebagai indikator penting yang mencerminkan kinerja investasi dan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keputusan investor.

2.1.8.2 Komponen *Return* Saham

Menurut (Tandelin, 2017, p. 48), *return* saham terdiri dari dua komponen yaitu :

1) *Capital Gain (loss)*

Capital gain (loss) yaitu kenaikan (penurunan) harga suatu saham yang bisa memberikan keuntungan (kerugian) bagi investor.

2) *Yield*

Yield merupakan komponen *return* yang mencerminkan aliran kas atau pendapatan yang diperoleh secara periodik dari suatu investasi saham.

2.1.8.3 Macam – Macam *Return* Saham

a. *Return* realisasi (*realized return*)

Return realisasi (*realized return*) merupakan *return* yang telah terjadi. *Return* realisasi dihitung dengan menggunakan data historis. *Return* realisasi penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan. *Return* realisasi atau *return* historis ini juga berguna sebagai dasar penentuan *return* ekspektasi (*expected return*) dan risiko dimasa datang.

b. *Return* ekspektasi (*expected return*)

Return ekspektasi (*expected return*) adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh investor dimasa mendatang. Berbeda dengan *return* realisasi yang

sifatnya sudah terjadi, *return* ekspektasi sifatnya belum terjadi. Pada penelitian ini menggunakan *return* realisasi (*realized return*) yaitu *return* yang telah terjadi atau *return* yang sesungguhnya terjadi.

2.1.8.4 Indikator *Return* Saham

Menurut (James C. Van Horne, 2020, p. 116) , menyatakan bahwa rumus untuk menghitung *return* saham yaitu :

$$R_{it} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan :

R_{it} = Return saham periode t

P_t = Harga saham periode t

P_{t-1} = Harga saham periode $t - 1$

Return ini dihitung dengan menggunakan data historis *Return* saham dalam penelitian didasarkan pada *return* saham sebenarnya. *Return* saham yang direalisasikan menggunakan data historis untuk menghitung selisih harga saham. *Return* realisasi juga berguna dalam penentuan *return* ekspektasi (*expected return*) dan risiko yang akan datang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu dari beberapa jurnal dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat didukung kegiatan penelitian serta sebagai bahan acuan seberapa besar pengaruh hubungan variabel tersebut, sekaligus perbedaan dan persamaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya sebagai berikut

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	<p>Hossein Asgarian, Lu Liu (2022)</p> <p><i>Product Market Competition and Stock Return Dependence</i></p> <p>Sumber : <i>Finance Research Letters Vol.50, 2022</i></p>	<p>1. <i>Product Market Competition</i> berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Product Market Competition</i>.</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
2	<p>Huong Le, Andros Gregoriou, Tung Nguyen (2023)</p> <p><i>Advertising, product market competition and stock returns</i></p> <p>Sumber : <i>Review of Quantitative Finance and Accounting Vol. 60, 2023</i></p>	<p>1. <i>Product Market Competition</i> berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>2. <i>Advertising Intesity</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Product Market Competition</i>.</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu perusahaan publik yang terdaftar di pasar saham AS</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
3	<p>Doowon Ryu (2022)</p> <p><i>Product market competition and business groups in Korea</i></p> <p>Sumber : <i>Finance Research Letters Vol. 47, 2022</i></p>	<p>1. <i>Product Market Competition</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Product Market Competition</i>.</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu perusahaan di Korea</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
4	<p>Muhammad Jamil (2021)</p> <p><i>Product Market Competition Profitability and</i></p>	<p>1. <i>Product Market Competition</i> berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Product</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu sektor non-keuangan</p>

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Stock Return: Evidence From Pakistan</i> <i>Pakistan Journal of Social Research</i> , Vol. 3, No. 4, 2021	2. ROA berpengaruh positif terhadap Return Saham	<i>Market Competition</i> dan Profitabilitas (ROA). 2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i>	yang terdaftar di Bursa Saham Pakistan (PSX) 2. Periode penelitian yang berbeda
5	Scott Li (2019) <i>Profitability, Product Market Competition, and Stock Returns</i> <i>Applied Finance Letters</i> , Vol.8, No.1, 2019.	1. <i>Product Market Competition</i> berpengaruh positif terhadap Return Saham 2. ROA berpengaruh positif terhadap Return Saham	1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Product Market Competition</i> dan Profitabilitas (ROA). 2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i>	1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu perusahaan publik yang terdaftar di NYSE, AMEX, dan NASDAQ yaitu pasar saham di Amerika Serikat. 2. Periode penelitian yang berbeda
6	Ilham Budi Hutomo (2023) Pengaruh Persaingan Pasar Produk, Tata Kelola dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Return Dimoderasi Oleh Kepemilikan Saham Pemerintah (2023) Diponogoro Journal Accounting, Vol. 12, No. 1, Tahun 2023	1. <i>Product Market Competition</i> berpengaruh negatif terhadap Return Saham 2. Tata kelola berpengaruh positif terhadap return saham ROA berpengaruh positif terhadap Return Saham	1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Product Market Competition</i> dan kinerja keuangan. 2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i>	1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Periode penelitian yang berbeda
7	Fatrika Januar, Tri Joko Prastyo, Usep Syaipudin (2020)	1. Kinerja Keuangan khususnya OCF, ROA, DAR berpengaruh	1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama	1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p><i>Effect of Financial Performance on Stock Return During Covid-19</i></p> <p>Jurnal Akuntansi dan Pajak (JAP), Vol. 23, No.1, 2020</p>	<p>positif terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>2. Kinerja Keuangan EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>yaitu Kinerja Keuangan (<i>Financial Performance</i>).</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>Perusahaan yang terdaftar di LQ-45</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
8	<p>Matdio Siahaan, Tita Lia Rasmara (2021) Pengaruh Kinerja Keuangan dan Risiko Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Consumer Goods Industry yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019.</p> <p>Sumber : Goodwill : Jurnal Penelitian Akuntansi. Vol.3 No.1, 2021</p>	<p>1. Kinerja Keuangan ROA berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>2. Kinerja Keuangan CR dan DER tidak berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan Consumer Goods Industry di BEI</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
9	<p>Marice Br. Hutahuruk (2022) Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Return Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)</p> <p>Sumber : Sains Akuntansi dan Keuangan Vol. 1, No. 3,2022</p>	<p>1. Kinerja Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Return Saham</p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Konstruksi</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
10	<p>Juniarta I Wayan, Purbawangsa Ida Bagus Anom (2020) <i>The Effect Of Financial</i></p>	<p>1. Kinerja Keuangan (EVA) berpengaruh</p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama</p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu</p>

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p><i>Performance On Stock Return At Manufacturing Company Of Indonesia Stock Exchange</i></p> <p>Sumber : <i>Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences</i>. Vol.01, No. 97, 2020</p>	<p>positif terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>2. Kinerja Keuangan (OCF) berpengaruh negatif terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>Perusahaan Manufaktur di BEI</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
11	<p>Moch. Fathony, Akhsanul Khaq, Endri Endri (2020)</p> <p><i>The Effect of Corporate Social Responsibility and Financial Performance on Stock Returns</i></p> <p>Sumber : <i>International Journal of Innovation, Creativity and Change</i>. Vol. 13, Issue 1, 2020</p>	<p>1. Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>1. CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>1. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan Astra Group</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
12	<p>Chin She, Chiang Roy, Sembel Melinda Malau (2024)</p> <p><i>The Effect Of Financial Performance And Market Return On Stock Return With GDP Growth As A Moderating Variable</i></p> <p>Sumber : <i>International Journal of Business, Economics and Law</i>, Vol. 31, Issue 1, 2024</p>	<p>1. Kinerja Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>2. <i>Market Return</i> berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>3. Pertumbuhan GDP memoderasi pengaruh NPL LDR, ROA, NIM, dan <i>Maket Return</i> terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Bank-Bank di Kategori IV</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
13	<p>Riri Qudrotul A'iniyah, Endang</p>	<p>1. Kinerja Keuangan (ROA)</p>	<p>1. Variabel Independen yang</p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan</p>

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p>Taufiqurahman (2021)</p> <p>Pengaruh Indikator Makroekonomi, Kinerja Keuangan Dan Harga Saham Terhadap <i>Return</i> Saham : Studi Pada Perusahaan Manufaktur IDX 30 Di BEI 2015-2019.</p> <p>Sumber : Derivatif : Jurnal Manajemen. Vol. 15, No. 2, 2021</p>	<p>berpengaruh negatif terhadap <i>Return</i> Saham</p> <p>2. Harga Saham berpengaruh positif terhadap <i>Return</i> Saham</p>	<p>digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return</i> Saham</p>	<p>yang berbeda yaitu Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di IDX30</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
14	<p>Yanuar Trisnowati, Noer A. Achsani, Roy Sembel, Trias Andati (2022)</p> <p><i>The Effect of ESGScore, inancial Performance, and Macroeconomics on Stock Returns during the Pandemic Era in Indonesia</i></p> <p>Sumber : <i>International Journal of Energy Economics and Policy. Vol. 12, No. 4 (2022)</i></p>	<p>1. Kinerja Keuangan (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return</i> Saham</p> <p>2. Kinerja Keuangan (DER) berpengaruh terhadap <i>Return</i> Saham</p> <p>3. ESG Score tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return</i> Saham</p> <p>4. Makroekonomi tidak berpengaruh terhadap <i>Return</i> Saham</p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return</i> Saham</p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Sri-Kehati dan IDX ESG Leaders</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
15	<p>Hety Devita, Nerissa Arviana (2021)</p> <p>Determinants Of Financial Performance To Stock Return</p> <p>Sumber:</p>	<p>1. Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap <i>Return</i> Saham</p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang</p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Otomotif</p>

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>International Journal of Educational Research & Social Sciences</i>		digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i>	2. Periode penelitian yang berbeda
16	<p>Eko Febri Lusiono, Yuli Yanti (2023)</p> <p>Analisis Kinerja Keuangan pada Sembilan Perusahaan Consumer Good Indonesia Terhadap Return Saham yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) Periode 2020</p> <p>Sumber : Ekodestinas: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Vol. 1, No. 2 (2023)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja Keuangan (ROA,ROE,EPS dan NPM) berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i> 2. Kinerja Keuangan (DER) berpengaruh negatif terhadap <i>Return Saham</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Independen digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan 2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Studi Kasus yang berbeda yaitu Perusahaan Consumer Good yang terdaftar di BEI 2. Periode penelitian yang berbeda
17	<p>Nurfadila Nurfadila, Sukmayanti (2020)</p> <p><i>Does CSRD and GCG moderate the effect of Financial Performance on Stock Return</i></p> <p>Sumber : Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi, Vol 3, No 2, 2020</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja Keuangan (ROE) berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i> Institutional ownership dan CSR disclosure dapat disclosure dapat memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap <i>Return Saham</i> 2. Proporsi komisaris independen, kepemilikan manajerial, dan audit committee tidak dapat memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan <i>Return Saham</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan 2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu 2. Perusahaan Manufaktur 3. Periode penelitian yang berbeda 4. Variabel Moderasi sama dengan yang digunakan dengan peneliti berbeda

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
18	<p>Sirajuddin, Muh. Rusli, Andi Samsul Rijal (2024) Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham Studi Kasus Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p> <p>Sumber : Journal of Institution and Sharia Finance, Vol. 7, No. 1 (2024)</p>	<p>1. Kinerja Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Return Saham</p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Industri Manufaktur</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>
19	<p>Retno Gita Ayuningrum, Muhamad Umar Mai, Rani Putri Kusuma Dewi (2021) Dampak Kinerja Keuangan terhadap <i>Return Saham</i> dengan Inflasi sebagai Variabel Moderasi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Kategori Syariah di Bursa Efek Indonesia</p> <p>Sumber : <i>Journal of Applied Islamic Economics and Finance, Vol. 2, No. 1 (2021)</i></p>	<p>1. Kinerja Keuangan (ROA, PER) berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>2. Kinerja Keuangan (CR, DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return Saham</i></p> <p>3. Inflasi tidak memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Return Saham</p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>4. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan di sektor Industri Barang Konsumsi Kategori Syariah yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p> <p>3. Variabel Moderasi yang digunakan dengan peneliti berbeda</p>
20	<p>Nur Afni, Muspa, Rachman Suwandar (2023) Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap <i>Return Saham</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p>	<p>1. Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i></p>	<p>1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan</p> <p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama</p>	<p>1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia</p>

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Sumber : Jurnal Sains Manajemen Nitro. Vol. 2, No. 1, 2023		yaitu <i>Return Saham</i>	2. Periode penelitian yang berbeda
21	Rony Marthin Sitohang, Dr. Iman Sofian Suriawinata, Dr. Rimi Gusliana (2019) <i>The Effect of Financial Performance on The Effect of Financial Performance on Stock Return in Coal Mining Companies Registered in Indonesia Stock Exchange</i> Sumber : <i>Indonesian Journal of Business, Accounting and Management</i> Vol. 2, No. 1 (2019)	1. Kinerja Keuangan (ROA dan DER) berpengaruh positif terhadap <i>Return Sah</i> 2. Kinerja Keuangan (CR) berpengaruh negatif terhadap <i>Return Saham</i> 3. Kinerja Keuangan (TATO) tidak berpengaruh signifikan	1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan 2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama	1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan 1. Pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2. Periode penelitian yang berbeda
22	Mr. Manjunath Awalakki, Dr. Archanna H.N (2021) <i>Impact of Financial Performance Ratios on Stock Returns A Study With Reference to National Stock Exchange</i> Sumber : <i>International Journal of Aquatic Science.</i> Vol. 12, Issues 03, 2021	1. Kinerja Keuangan (ROA) tidak berpengaruh terhadap <i>Return Saham</i> 2. Kinerja Keuangan (ROE) berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i>	1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan 2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i>	1. Studi kasus pada perusahaan yang berbeda yaitu Perusahaan yang terdaftar di National Stock Exchange (NSE) India 2. Periode penelitian yang berbeda
23	Endri Endri, Deny Dermawan, Zaenal Abidin, Setyo Riyanto (2019)	1. Kinerja Keuangan (ROA dan EPS) berpengaruh positif terhadap <i>Return Saham</i>	1. Variabel Independen yang digunakan peneliti sama yaitu Kinerja Keuangan	1. Studi kasus pada perusahaan yang Studi kasus pada perusahaan

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p><i>Effect of Financial Performance on Stock Return: Evidence from the Food and Beverages Sector</i></p> <p>Sumber : <i>International Journal of Innovation, Creativity and Change. Vol. 9, Issues 10, 2019</i></p>	<p>2. Kinerja Keuangan (CR dan PER) tidak berpengaruh signifikan terhadap Return Saham</p> <p>3. Kinerja Keuangan (DER) berpengaruh negatif terhadap Return Saham</p>	<p>2. Variabel Dependen yang digunakan peneliti sama yaitu <i>Return Saham</i></p>	<p>yang berbeda yaitu Perusahaan di sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)</p> <p>2. Periode penelitian yang berbeda</p>

Sumber : data diolah peneliti

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Penelitian yang berkenaan dengan dua variabel atau lebih, biasanya dirumuskan hipotesis yang berbentuk komparasi maupun hubungan. Oleh karena itu, dalam rangka Menyusun hipotesis penelitian yang berbentuk hubungan maupun komparasi, perlu dikemukakan kerangka berfikir (Sugiyono, 2022, p. 60). Di bawah ini terdapat penjelasan terkait kerangka pemikiran yakni sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan Terhadap *Return Saham*

Persaingan pasar produk (*product market competition*) dan kinerja keuangan perusahaan merupakan dua faktor penting yang dapat memengaruhi *return* saham. tingkat persaingan pasar maupun kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap *return* saham, namun pengaruh tersebut sangat tergantung pada kondisi struktur industri. Secara umum, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi

cenderung memberikan *return* saham yang lebih baik, terutama jika perusahaan tersebut berada di industri yang sangat kompetitif. Dalam lingkungan pasar yang kompetitif, profitabilitas menjadi indikator yang kuat untuk menilai efisiensi dan potensi pertumbuhan perusahaan, sehingga lebih dihargai oleh investor. Kombinasi antara tingkat persaingan pasar dan profitabilitas harus dipertimbangkan karena keduanya saling memengaruhi dan hasilnya dapat berbeda tergantung pada konteks industrinya (Li, Scott, 2019).

Ketika persaingan pasar semakin ketat dan perusahaan mampu mempertahankan atau meningkatkan kinerja keuangannya, maka hal tersebut dapat memberikan sinyal positif bagi investor, sehingga berdampak pada peningkatan *return* saham. *Product market competition* yang sehat mendorong efisiensi dan inovasi perusahaan, sedangkan kinerja keuangan yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Li, Scott, 2019), (Muhammad Jamil, 2021) dan (Ilham Budi Hutomo, 2023) yang menyatakan bahwa *product market competition* dan kinerja keuangan berpengaruh secara bersama-sama terhadap *return* saham.

2.3.2 Pengaruh *Product Market Competition* Terhadap *Return* Saham

Kompetisi pasar produk atau *product market competition* merujuk pada tingkat persaingan antara perusahaan-perusahaan dalam industri yang sama. Kompetisi ini menekan perusahaan untuk mengurangi biaya, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan profitabilitas (Ha & Tran, 2021). Dalam lingkungan yang kompetitif, manajer diharuskan untuk menjaga biaya tetap rendah

dan meningkatkan produktivitas. Tekanan ini dapat menyebabkan keputusan yang lebih baik dalam penggunaan sumber daya, yang dapat meningkatkan *return* saham. *Product Market Competition* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham perusahaan, yang dapat dilihat melalui berbagai mekanisme. Dalam pasar yang kompetitif, perusahaan berupaya untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Inovasi ini dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar, yang berpotensi meningkatkan pendapatan dan *return* saham.

Selain itu, kompetisi memaksa perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih bersaing jika mereka dapat mempertahankan margin keuntungan meskipun harga mengalami penurunan, ini bisa meningkatkan daya tarik saham di mata investor. Perusahaan juga cenderung lebih efisien dalam mengelola biaya operasional untuk tetap bersaing, yang dapat meningkatkan laba dan *return* saham. Sedangkan di sisi lain, persaingan yang sangat ketat dapat menambah tingkat risiko. Perusahaan mungkin menghadapi fluktuasi pendapatan yang lebih signifikan, yang dapat mengakibatkan volatilitas harga saham. Jika investor menilai risiko ini tinggi, mereka mungkin mengharapkan imbalan yang lebih besar, sehingga memengaruhi *return* saham.

Perusahaan harus memahami dinamika persaingan dan menggunakan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan, mencapai keuntungan, dan tujuan bisnis mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pasar yang kompetitif dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan memaksimalkan nilai bagi pemegang saham. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Asgharian & Liu, 2022)

dan (Le et al., 2023) yang menyatakan bahwa *product market competition* berpengaruh positif terhadap *return* saham.

2.3.3 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap *Return* Saham

Bagi investor, informasi mengenai kinerja perusahaan dapat digunakan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif lain. Apabila kinerja perusahaan baik maka nilai usaha akan tinggi. Dalam penelitian ini rasio yang digunakan sebagai kinerja keuangan yaitu ROA (*Return On Asset*). ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah penjualan yang digunakan dalam perusahaan yang mampu memprediksi kemampuan perusahaan dalam jangka panjang dengan mempertimbangkan keuntungan periode sebelumnya ROA merupakan proporsi yang menunjukkan seberapa besar komitmen manfaat dalam menghasilkan keuntungan bersih. Proporsi ini digunakan untuk mengukur besarnya manfaat bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah aset yang dimasukkan dalam sumber daya absolut (Mudzakar & Wardanny, 2021)

Karena tingkat pengembalian yang lebih besar, peningkatan ROA menunjukkan kinerja yang lebih baik. Jumlah laba bersih yang dapat diperoleh dari semua aset yang dimiliki dan ditanamkan dalam sebuah perusahaan (ROA) adalah ukuran efisiensi aktiva. Semakin tinggi ROA, semakin efektif perusahaan memanfaatkan aktiva untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak. Jika ROA meningkat, investor akan lebih tertarik untuk menanamkan dananya dalam perusahaan. Meningkatnya harga saham perusahaan, atau ROA, akan berdampak positif pada return saham. Sehingga harga saham perusahaan akan meningkat, dengan kata lain ROA akan berdampak positif terhadap return saham

Semakin tinggi Return on Asset suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan. Return on Asset perlu dipertimbangkan oleh investor dalam berinvestasi saham, karena Return on Asset berperan sebagai indikator efisiensi perusahaan dalam menggunakan aset untuk memperoleh laba. Hasil penelitian (Januar et al., 2020) mengatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap *Return Saham*. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan (Siahaan et al., 2021), (Fathony et al., 2020).

2.3.4 Ukuran Perusahaan Memoderasi *Product Market Competition* Terhadap *Return Saham*

Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki jumlah dana yang lebih besar yang akan dikeluarkan. Ukuran perusahaan menunjukkan tingkat risiko yang diambil investor untuk melakukan investasi dalam bisnis tersebut, karena ukuran perusahaan sangat memengaruhi return saham, karena ukuran perusahaan sangat memengaruhi return saham (Wahyudi, 2022).

Perusahaan besar biasanya memiliki lebih banyak sumber daya untuk berinvestasi dalam inovasi dan pengembangan produk. Dalam pasar yang kompetitif, kemampuan untuk berinovasi dapat memberikan keuntungan yang signifikan, yang berpotensi meningkatkan pendapatan serta return saham. Selain itu, investor cenderung menganggap perusahaan besar lebih stabil dan kurang berisiko dibandingkan perusahaan kecil dalam situasi kompetitif. Persepsi yang positif ini dapat memperkuat hubungan antara kompetisi pasar dan return saham, sehingga perusahaan besar lebih mungkin menerima respons positif dari investor.

Variabel moderasi ini merupakan kebaruan dimana apakah ukuran perusahaan dapat memperlemah atau memperkuat variabel X1 yaitu *Product*

Market Competition terhadap *Return Saham*. Akan tetapi, dapat disimpulkan ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh persaingan. Perusahaan besar yang dapat memanfaatkan ekonomi skala cenderung memiliki margin laba yang lebih tinggi. Hal ini dapat menghasilkan return saham yang lebih baik dibandingkan perusahaan kecil dalam kondisi persaingan yang intensif. Karena dalam situasi kompetitif, perusahaan kecil mungkin kesulitan untuk beradaptasi dan dapat mengalami penurunan return saham yang lebih tajam.

Oleh karena itu, ukuran perusahaan berperan penting dalam menentukan sejauh mana *product market competition* mempengaruhi return saham, dan perusahaan besar biasanya lebih mampu mengatasi tantangan tersebut dibandingkan dengan perusahaan kecil. Serta perusahaan besar dengan kekuatan pasar yang lebih, dapat melindungi return saham perusahaannya dari dampak negatif persaingan pasar produk.

Untuk memahami peran moderasi ukuran perusahaan dalam hubungan antara *product market competition* terhadap *return* saham, diperlukan penelitian lebih lanjut yang secara khusus meneliti interaksi antara variabel-variabel tersebut

2.3.5 Ukuran Perusahaan Memoderasi Kinerja Keuangan Terhadap *Return Saham*

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala bisnis yang diukur melalui kapitalisasi pasar, total aset, dan total penjualan. Ukuran ini mencerminkan kondisi perusahaan dalam hal sumber pendanaan yang digunakan untuk mendukung operasionalnya dan memperoleh keuntungan (Anjar Putri Wulandari, 2020).

Ukuran perusahaan dianggap berpengaruh terhadap kinerja keuangan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan, semakin besar pula peluangnya

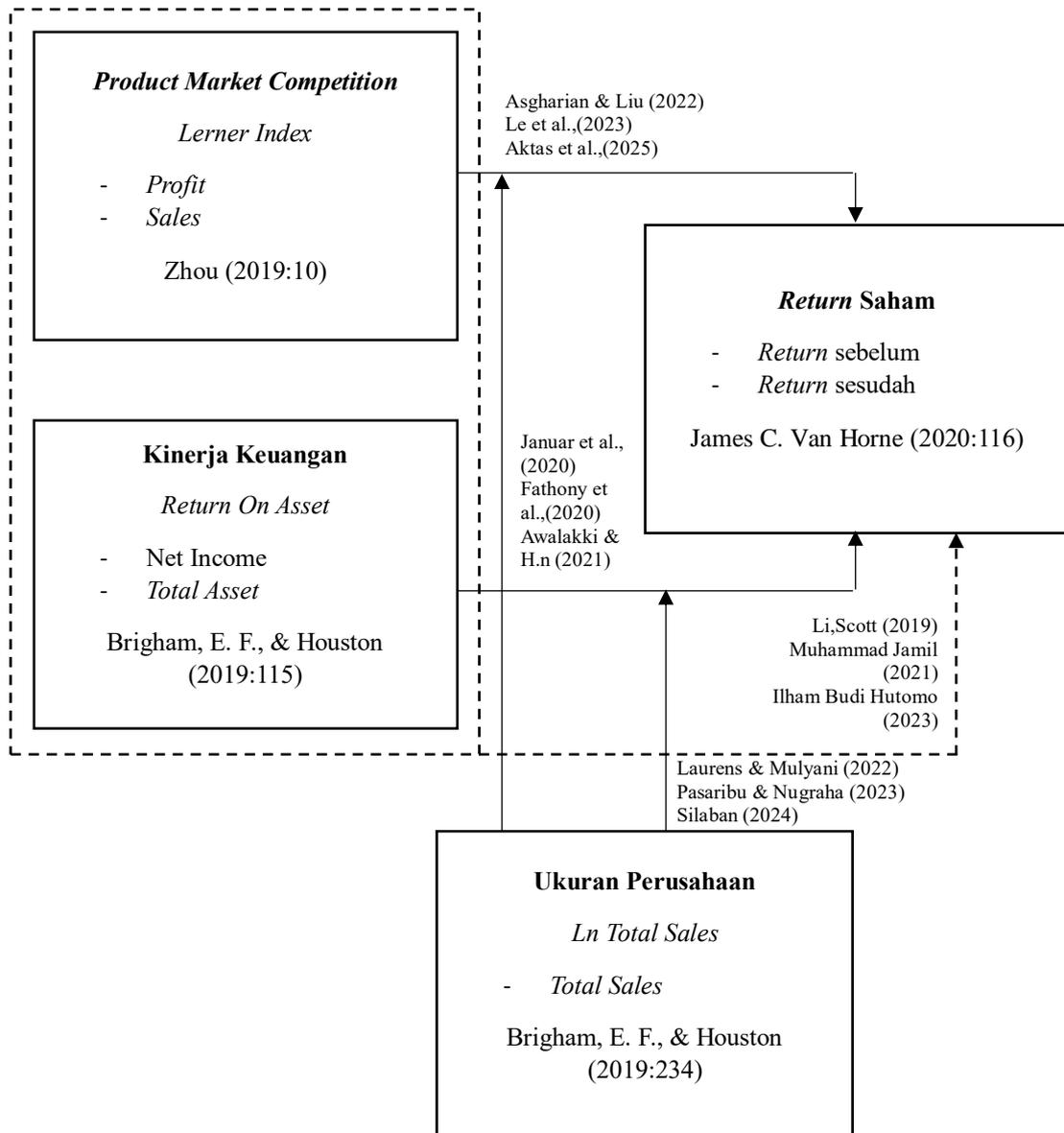
untuk mendapatkan sumber pendanaan, baik bersifat internal maupun eksternal (Lutfiana & Hermanto, 2021). Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi hubungan antara kinerja keuangan dan return saham, karena perusahaan yang lebih besar umumnya, ketika kinerja keuangan perusahaan besar mengalami pertumbuhan positif maka dampaknya terhadap return saham biasanya lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang mendapatkan dana dari investor, atau sebaliknya, dapat mempengaruhi kinerja mereka melalui pengelolaan sumber daya yang efektif. Dengan cara ini, ukuran suatu perusahaan, baik besar maupun kecil, dapat secara tidak langsung memengaruhi kinerja perusahaan tersebut (Wiwi Widayas Hasti, Maryani Maryani, 2022).

Investor berfikir perusahaan yang besar lebih stabil sehingga lebih memilih saham dari perusahaan besar daripada dengan perusahaan yang kecil. Perusahaan kecil dianggap kehilangan nilai pasar karena kinerja yang buruk di masa lalu sehingga perusahaan kecil mempunyai lingkup bisnis yang kecil. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Apabila seorang peneliti memiliki dua pilihan saham yang sama-sama profitable maka peneliti akan mempertimbangkan ukuran perusahaan sebagai factor penentu (Gusmao & Dananti, 2022). Hal ini didukung oleh penelitian (Laurens & Mulyani, 2022), (Pasaribu & Nugroho, 2023) dan (Silaban, 2024). Maka hipotesis yang dapat diajukan berdasarkan uraian diatas adalah :

2.4 Paradigma Penelitian

Pola hubungan antara variabel yang akan diteliti selanjutnya disebut sebagai paradigma penelitian (Sugiyono, 2022, p. 42). Berdasarkan Latar Belakang, Kajian Pustaka, dan Hasil penelitian terdahulu diatas maka dapat digambarkan dalam

Gambar 2.1. Berikut ilustrasi paradigma penelitian yang terdiri dari empat variabel, dua variabel bebas, satu variabel terikat dan satu variabel moderasi yaitu sebagai berikut:



Sumber : data diolah penulis

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

Keterangan :

—————> : Parsial

-----> : Simultan

2.5 Hipotesis Penelitian

Perumusan hipotesis penelitian merupakan Langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berpikir Marice Br. Hutahuruk (Sugiyono, 2022, p. 63). Hipotesis berasal dari dua penggalan kata “hypo” artinya dibawah dan “thesa” artinya kebenaran. Jadi, hipotesis secara etimologis artinya kebenaran yang masih diragukan. Hipotesis adalah dugaan atau pernyataan sementara yang digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dalam penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Berdasarkan penjelasan pada kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dalam penelitian adalah sebagai berikut :

A. Hipotesis Simultan :

1. : *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap *Return Saham*

B. Hipotesis Parsial :

- 1 : *Product Market Competition* berpengaruh terhadap *Return Saham*.
- 2 : Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap *Return Saham*.
- 3 : Ukuran Perusahaan memoderasi pengaruh *Product Market Competition* terhadap *Return Saham*.
- 4 : Ukuran Perusahaan memoderasi Kinerja Keuangan terhadap *Return Saham*