

ABSTRAK

Nidaa'an Khofiya : Pengaruh Sales Growth (SG) dan Gross Profit Margin (GPM) terhadap Return Saham pada Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) (Studi di PT SMART Agribusiness and Food Tbk Periode 2008-2017)

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semangat dalam mengembangkan industri pasar modal di Indonesia terkhusus saham syariah karena Bursa efek merupakan tolak ukur maju dan mundurnya sebuah sistem perekonomian. Pasar modal dikatakan memiliki fungsi keuangan karena pasar modal memberikan kemungkinan dan kesempatan memperoleh *return* bagi pemilik dana sesuai dengan karakteristik investasi yang dipilih. Investasi dan modal merupakan indikator yang penting bagi perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Sebelum memutuskan berinvestasi, calon investor akan menilai kinerja perusahaan melalui laporan keuangan. *Sales Growth* merupakan salah satu alat ukur dalam menilai kinerja perusahaan yang naik-turunnya penjualan akan berdampak pada keuntungan yang diperoleh perusahaan. Rasio *Gross Profit Margin* digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba terhadap penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Pengaruh *Sales Growth* secara parsial terhadap *Return Saham*; 2) Pengaruh *Gross Profit Margin* secara parsial terhadap *Return Saham*; 3) Pengaruh *Sales Growth* dan *Gross Profit Margin* secara simultan terhadap *Return Saham* pada PT. *SMART Agribusiness and Food, Tbk*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang di dapat dari Laporan Publikasi Tahunan Ikhtisar Keuangan 2008-2017 PT. *SMART Agribusiness and Food, Tbk* di website <http://www.smart-tbk.com/>. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Uji Asumsi Klasik, Analisis Deskriptif, Analisis Asosiatif dan Analisis Komparatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Sales Growth* di PT. *SMART Agribusiness and Food, Tbk* secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *Return Saham* dengan nilai koefisien determinasi sebesar 7,7%, selain itu hasil pengujian hipotesis menunjukkan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dengan nilai $-0,817 \leq 2,306$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. 2) *Gross Profit Margin* di PT. *SMART Agribusiness and Food, Tbk* secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *Return Saham* dengan koefisien determinasi sebesar 1,3%, selain itu hasil pengujian hipotesis menunjukkan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dengan nilai $-0,323 \leq 2,306$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. 3) Secara simultan, *Sales Growth* dan *Gross Profit Margin* di PT. *SMART Agribusiness and Food, Tbk* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Return Saham* dengan nilai koefisien determinasi sebesar 7,71% selain itu hasil pengujian hipotesis menunjukkan $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dengan nilai $0,292 \leq 4,74$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kata Kunci : Sales Growth (SG), Gross Profit Margin (GPM) dan Return Saham