

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dipublish oleh Spence dari sebuah riset yang berjudul *Job Marketing Signalling*. Menurut Spence (1973) dalam Kasih & Indrati (2024) menjelaskan bahwa pihak pengirim atau pemberi informasi harus dapat menawarkan informasi penting yang dapat digunakan oleh pihak penerima manakala sinyal atau isyarat berupa informasi yang mencerminkan kondisi perusahaan yang bermanfaat bagi investor. Perusahaan ketika memberikan suatu informasi, maka semua pelaku pasar dapat menerima pengumuman berupa sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika informasi yang diterima baik, maka investor akan lebih mudah menentukan volume perdagangan saham yang diinginkan dan secara tidak langsung akan memberikan sinyal yang baik bagi perusahaan lain yang serupa. Dengan demikian, investor dapat lebih mudah mengetahui prospek perusahaan yang baik di masa yang akan datang. Para investor yang menerima sinyal baik tentu akan lebih tertarik untuk memperdagangkan saham, disisi lain ketika perusahaan mengumumkan informasi sinyal yang buruk maka investor akan secara langsung berasumsi bahwa prospek perusahaan tersebut buruk. Teori sinyal digunakan untuk membantu pihak manajemen perusahaan, pemilik

perusahaan atau pemegang saham dan pihak eksternal perusahaan untuk meminimalisir terjadinya asimetri informasi. Adanya teori ini perusahaan dapat menghasilkan laporan keuangan yang akurat, terperinci, relevan, dan tepat waktu (Van Zijl *et al.*, 2017 dalam Saputra & Iswara 2022).

Teori sinyal menurut Ghozali (2020:166) menjelaskan bahwa perilaku dua pihak ketika mereka mengakses informasi yang berbeda. Teori sinyal menjelaskan tindakan yang diambil oleh pemberi sinyal (*signaler*) untuk mempengaruhi perilaku pihak yang menerimanya. Sinyal secara umum dapat diartikan sebagai isyarat yang dilakukan oleh perusahaan (manajer) kepada pihak eksternal (investor). Bentuk sinyal dapat bermacam-macam, baik dapat diamati secara langsung maupun yang perlu diteliti lebih detail untuk ditemukan. Bentuk atau jenis dari sinyal yang dikeluarkan bertujuan untuk menyiratkan sesuatu dengan harapan pasar atau pihak eksternal akan melakukan perubahan dalam penilaian perusahaan yang berarti sinyal yang dipilih mengandung kekuatan informasi (*information content*) untuk merubah penilaian pihak eksternal perusahaan.

Menurut Ghozali (2020:167) di dalam literatur ekonomi dan keuangan, teori sinyal secara eksplisit mengungkapkan bukti bahwa pihak-pihak internal perusahaan (*corporate insiders*, yang terdiri atas *officers* dan *directors*) memiliki informasi yang lebih bagus mengenai kondisi perusahaan dan prospek masa depan dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, atau pemerintah, bahkan pemegang saham.

Pihak perusahaan memiliki keunggulan pengendalian informasi dibandingkan pihak eksternal yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan. Kondisi dimana satu pihak memiliki kelebihan informasi sedangkan pihak lain tidak dalam teori keuangan disebut dengan ketimpangan informasi (*information asymetry*). Kondisi ini menyulitkan investor untuk dapat membedakan secara objektif antara perusahaan yang memiliki kualitas bagus (*high quality firm*) dan yang berkualitas jelek (*low quality firms*). Manajer perusahaan yang baik dan buruk mengklaim bahwa memiliki pertumbuhan yang mengesankan. Secara implisit menyiratkan bahwa perusahaan yang dikelola berkualitas baik. Manajer sering mengklaim bahwa memiliki prospek perolehan laba (*profitability prospects*) yang menarik. Perusahaan yang memiliki kualitas rendah akan mendapatkan keuntungan dengan membuat klaim-klaim yang tidak benar jika investor mempercayai klaim-klaim tersebut, yang berarti perusahaan yang sebenarnya tidak memiliki kualitas baik akan mendapatkan keuntungan dengan menyiratkan aksi atau tindakan tertentu Ghozali (2020:168).

Menurut Suganda (2018:11) teori sinyal menjelaskan bahwa sinyal dari informasi yang berasal dari internal perusahaan (berupa *corporate action*, kebijakan manajemen, dan lainnya) maupun eksternal perusahaan (inflasi, kebijakan pemerintah, bencana alam, dan lainnya) akan secara langsung berpengaruh terhadap pergerakan harga dari perusahaan. Teori sinyal yang dikemukakan oleh Brigham & Houston (2011) dalam Suganda

(2018:15) mengatakan bahwa tindakan manajemen perusahaan menjadi petunjuk bagi investor mengenai prospek perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang baik akan cenderung tidak menjual saham dan mencari modal baru melalui cara lain, seperti utang. Perusahaan dengan prospek yang buruk akan lebih cenderung menjual sahamnya. Teori sinyal menjelaskan mengapa manajer suatu entitas secara sukarela mengungkapkan informasi ke pasar modal meskipun tidak ada ketentuan yang mewajibkan.

Teori sinyal merupakan tindakan yang diambil tim manajemen perusahaan yang diharapkan memberi petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Sipayung et al., 2023). Menurut Brigham & Houston (2015) dalam Amelia & Margie (2023) teori sinyal didefinisikan sebagai tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang masa depan perusahaan. Teori sinyal didasarkan pada fakta bahwa terdapat asimetri informasi antara manajer dan pemegang saham kemudian informasi diumumkan, harga saham akan berubah yang menunjukkan reaksi pasar. Pelaku pasar mengevaluasi informasi sebagai sinyal baik atau buruk, investor akan berasumsi jika pengumuman tersebut sinyal baik maka harga saham akan meningkat.

Menurut Utami & Champaca (2024) menyatakan bahwa manajemen perusahaan memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang kinerja dan situasi keuangan perusahaan. Ketika informasi dapat

memberikan sinyal, perusahaan mengirimkan informasi yang relevan kepada penerima. Kemudian penerima memberi reaksi atas pemahamannya terhadap isyarat atau sinyal tersebut. Teori sinyal menjelaskan bahwa tindakan mengandung informasi yang disebabkan adanya asimetri informasi. Asimetri informasi adalah suatu kondisi dimana salah satu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan pihak lainnya. Cara untuk mengurangi asimetri informasi yaitu dengan mengirimkan sinyal kepada pihak eksternal berupa informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya agar dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa depan dan meningkatkan kredibilitas.

2. Pasar Modal

a. Definisi Pasar Modal

Menurut Arifardhani (2020:6) pasar modal sama dengan pasar-pasar lainnya, tetapi yang membedakannya adalah objeknya yaitu efek atau tempat diperdagangkannya efek. Pengertian pasar modal dalam terminologi Bahasa Inggris disebut *Stock Exchange* atau *Stock Market* adalah *An organized market or exchange where shares (stocks) are traded*, artinya pasar uang yang terorganisir dimana efek-efek diperdagangkan. Pasar modal (*capital*) dapat dibedakan menjadi dua yaitu sebagai berikut:

- 1) Barang modal (*capital goods*) misalnya tanah, gedung, bangunan, dan lain sebagainya.

2) Modal uang (*fund*). Kegiatan pasar modal salah satu sektor yang dapat menunjang kemajuan perekonomian negara.

Produk yang diperdagangkan di pasar modal yaitu saham, obligasi, dan reksa dana. Produk-produk ini mempunyai karakteristik yang berbeda-beda. Masyarakat lebih memilih berinvestasi di pasar modal karena menghasilkan keuntungan yang besar. Terdapat berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang dapat diperjualbelikan, seperti surat utang (obligasi), ekuitas (saham), reksadana, instrumen derivatif, dan instrumen lainnya.

Merujuk pada Undang-Undang No. 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal. Pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Definisi ini menunjukkan bahwa seperti halnya pasar modal lainnya, pasar modal di Indonesia diciptakan untuk menghubungkan investor dengan perusahaan atau institusi pemerintah. Investor adalah pihak yang memiliki kelebihan dana, sedangkan perusahaan atau institusi pemerintah membutuhkan dana untuk membiayai berbagai proyek mereka. Pasar modal berfungsi sebagai pengalokasi dana dari investor ke perusahaan atau institusi pemerintah. Untuk memastikan alokasi dana yang efektif, berbagai jenis sekuritas (efek/surat berharga) diciptakan dan diperjualbelikan di pasar modal untuk mempertemukan kedua belah pihak.

b. Fungsi Pasar Modal

Menurut Royda & Riana (2022:37) dalam situs Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu sebagai berikut:

1) Fungsi Ekonomi

Pasar modal mempertemukan pihak yang tidak memiliki dana (*issuer*) dengan pihak yang kelebihan dana (*investor*). Pihak-pihak yang tidak memiliki dana dapat berupa perusahaan publik, atau pihak lainnya. Selain itu, pihak yang memiliki kelebihan dana dapat berupa perusahaan atau masyarakat umum. Dalam fungsi ini, investor atau pemberi pinjaman meminjamkan sebagian dananya untuk pendanaan usaha pihak yang tidak memiliki dana. Dana tersebut dapat digunakan untuk pengembangan usaha, penambahan modal kerja, ekspansi, dan lain-lain.

2) Fungsi Keuangan

Sarana untuk berinvestasi pada instrumen keuangan, seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lainnya. Pemilik dana dapat memilih instrumen investasi sendiri sesuai karakteristik masing-masing. Dengan berinvestasi, pemilik dana berkesempatan untuk memperoleh imbalan (*return*) sesuai dengan instrumen investasi yang dipilih.

Menurut Permata & Ghoni (2019) fungsi pasar modal yaitu sebagai berikut:

- 1) Sebagai sarana penambah modal bagi usaha. Perusahaan dapat memperoleh dana dengan cara menjual saham ke pasar modal. Saham-saham ini akan dibeli oleh masyarakat umum, perusahaan-perusahaan lain, lembaga, ataupun pemerintah.
- 2) Sebagai sarana pemerata pendapatan. Setelah jangka waktu tertentu saham-saham yang telah dibeli akan memberikan deviden (bagian dari keuntungan perusahaan) kepada para pembelinya. Penjual saham melalui pasar modal dapat dianggap sebagai sarana pendapatan.
- 3) Sebagai sarana peningkatan kapasitas produksi. Adanya tambahan modal yang diperoleh dari pasar modal maka produktivitas perusahaan akan meningkat.
- 4) Sebagai sarana penciptaan tenaga kerja. Keberadaan pasar modal dapat mendorong muncul dan berkembangnya industri lain yang berdampak pada terciptanya lapangan kerja yang baru.
- 5) Sebagai sarana peningkatan pendapatan negara. Setiap deviden yang dibagikan kepada para investor akan dikenakan pajak oleh pemerintah. Adanya tambahan pemasukan melalui pajak ini akan meningkatkan pendapatan negara.
- 6) Sebagai indikator perekonomian negara. Salah satu instrumen ekonomi tentu dipengaruhi oleh lingkungan, baik ekonomi maupun non ekonomi dalam skala makro maupun mikro.

c. Jenis Pasar Modal

Berdasarkan website resmi www.ojk.co.id pasar modal terdapat beberapa jenis, berikut ini dilihat dari waktu transaksinya pasar modal dibedakan menjadi:

1) Pasar Perdana

Pasar dimana efek-efek suatu surat berharga diperdagangkan ke masyarakat sebelum dicatat di bursa efek. Periode pasar perdana adalah saat saham pertama kali ditawarkan kepada investor oleh penjamin emisi (*underwriter*) melalui perantara pedagang efek (*broker-dealer*) yang bertindak sebagai agen penjual saham. Proses ini biasanya disebut sebagai penawaran umum perdana *Initial Public Offering* (IPO). Pasar perdana memiliki harga saham yang tetap karena perusahaan telah menentukan harga dan jumlah saham yang ditawarkan sebelum menawarkannya di pasar perdana, dengan kata lain jumlah saham yang ditawarkan oleh perusahaan terbatas.

2) Pasar Sekunder

Pasar lanjutan dari pasar perdana di mana sekuritas yang tercatat di bursa efek diperdagangkan. Pasar ini menawarkan kesempatan kepada investor untuk membeli atau menjual setelah penawaran awal. Transaksi di pasar sekunder tidak lagi antara investor dengan perusahaan, tetapi investor dengan investor lainnya. Investor yang memiliki saham dari transaksi di pasar perdana biasanya akan menjual saham di pasar sekunder untuk mendapatkan *capital gain*.

Investor akan dikenakan biaya transaksi dalam bentuk komisi kepada pialang yang dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10% dari nilai transaksi. Khususnya, pajak sebesar 0,1% dikenakan pada transaksi yang melibatkan penjualan saham.

Menurut Arifardhani (2020:9) jenis pasar modal dibagi menjadi dua yaitu:

1) Pasar Perdana

- a) Penjualan perdana efek atau penjualan efek oleh perusahaan yang menerbitkan efek sebelum efek tersebut dijual melalui bursa efek.
- b) Efek dijual dengan harga emisi, sehingga perusahaan yang menerbitkan emisi hanya memperoleh dana dari penjualan tersebut.
- c) Emisi merupakan suatu kegiatan menerbitkan efek (saham) untuk ditawarkan kepada masyarakat dengan harga perdana.

2) Pasar Sekunder

- a) Penjualan efek setelah penjualan di pasar perdana berakhir.
- b) Naik turunnya harga efek ditentukan oleh daya tarik menarik antara permintaan dan penawaran efek terkait.

d. Faktor Yang Mempengaruhi Pasar Modal

Menurut Husnan (2015:8) keberhasilan pasar modal dipengaruhi oleh *supply* dan *demand*. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan tersebut yaitu:

- 1) *Supply* sekuritas adalah faktor yang menunjukkan jumlah perusahaan yang bersedia menerbitkan sekuritas di pasar modal, sehingga jumlah perusahaan pada suatu negara sangat mempengaruhi.
- 2) *Demand* sekuritas yaitu faktor dimana anggota masyarakat yang memiliki jumlah dana yang cukup besar diperdagangkan. Pembeli sekuritas ini dapat berasal dari individu, perusahaan non keuangan, ataupun lembaga-lembaga keuangan.
- 3) Kondisi politik dan ekonomi merupakan faktor yang mempengaruhi *supply* dan *demand* sekuritas. Kondisi politik yang stabil mendukung pertumbuhan ekonomi yang pada akhirnya mempengaruhi *supply* dan *demand* sekuritas.
- 4) Masalah hukum dan peraturan merupakan pembeli sekuritas pada dasarnya bergantung pada informasi yang diberikan perusahaan yang menerbitkan sekuritas.

Menurut Rinardy *et al* (2021) faktor ekonomi makro adalah salah satu penentu iklim pasar modal yang baik, terutama bagi kinerja Indeks Harga Saham. Kondisi ekonomi makro yang baik dari suatu negara dan kebijakan moneter maupun fiskal yang diambil pemerintah juga merupakan penentu bagus tidaknya kinerja perusahaan. Indeks Harga Saham menjadi penting karena dianggap salah satu tolak ukur bagi investor sebelum melakukan investasi di pasar modal dan akan mempengaruhi sikap para investor untuk membeli, menjual maupun

menahan saham. Faktor ekonomi makro yang dianggap mempengaruhi kinerja indeks harga saham yaitu nilai tukar, suku bunga, dan inflasi. Nilai tukar adalah nilai tukar rupiah terhadap dollar amerika, jika nilai tukar naik maka barang produksi perusahaan menjadi lebih mahal sehingga menyebabkan indeks harga saham turun. Suku bunga yang digunakan yaitu deposito 3 bulan. Jika tingkat suku bunga naik maka biaya modal meningkat untuk menarik investasi yang berdampak pada turunnya indeks harga saham. Jika inflasi naik maka harga barang cenderung meningkat yang akan menyebabkan indeks harga saham turun.

3. Harga Saham

a. Definisi Harga Saham

Harga saham adalah harga penutupan pasar saham selama periode pengamatan untuk setiap jenis saham yang dijadikan sampel dan pergerakannya selalu diamati oleh para investor. Konsep dasar dari manajemen keuangan yaitu tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Bagi perusahaan yang telah *go public*, tujuan tersebut dapat dicapai dengan cara memaksimalkan nilai pasar dari harga saham yang bersangkutan, sehingga pengambilan keputusan selalu didasarkan pada pertimbangan untuk memaksimalkan kekayaan oleh para pemegang saham (Harianto, 2022).

Menurut Pujiati & Dewi (2021) harga saham merupakan harga di bursa saham pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar.

Harga saham ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham di pasar modal. Harga saham memiliki arti penting karena harga saham dapat mempengaruhi minat dan kepercayaan investor untuk membeli saham sebagai bentuk investasi pada suatu perusahaan. Harga saham dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam mengelola dana guna menjalankan kegiatan usahanya. Harga saham merupakan nilai penyertaan atau kepemilikan seseorang dalam suatu perusahaan. Semakin banyak investor yang ingin membeli atau menyimpan suatu saham maka harganya juga akan meningkat (Kindangen *et al.*, 2021).

b. Jenis Harga Saham

Menurut Mengga (2023) jenis-jenis harga saham yaitu sebagai berikut:

- 1) Harga nominal adalah harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan.
- 2) Harga perdana adalah harga pada waktu harga saham tersebut tercatat di bursa efek. Harga perdana umumnya ditentukan oleh penjamin emisi (*underwrite*) dana emiten.
- 3) Harga pasar adalah harga jual dari investor satu ke investor yang lain. Harga pasar terjadi setelah saham tersebut sudah tercatat di bursa. Transaksi terjadi dengan tidak melibatkan emiten dan penjamin emisi harga yang disebut dengan harga pasar sekunder.

- 4) Harga pembukaan adalah harga yang diminta oleh penjual atau pembeli saat jam bursa di buka.
- 5) Harga penutupan adalah harga yang diminta oleh penjual dan pembeli pada saat akhir hari bursa.
- 6) Harga tertinggi adalah harga yang paling tinggi yang terjadi pada hari bursa.
- 7) Harga terendah adalah harga yang paling rendah yang terjadi pada hari bursa.
- 8) Harga rata-rata adalah perataan dari harga yang terendah dengan harga yang tertinggi.

c. Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Harga saham selalu mengalami perubahan di setiap saat. Menurut Rosalina & Masditok (2018) ada beberapa kondisi atau situasi yang menentukan suatu saham akan mengalami fluktuasi yaitu sebagai berikut:

- 1) Kondisi mikro dan makro ekonomi
- 2) Kebijakan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi (perluasan usaha) baik dibuka di domestik maupun luar negeri.
- 3) Pergantian direksi secara tiba-tiba.
- 4) Adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan.
- 5) Kinerja perusahaan yang terus mengalami penurunan setiap waktunya.

- 6) Risiko sistematis adalah risiko yang terjadi secara menyeluruh dan telah menyebabkan perusahaan ikut terlibat.
- 7) Efek dari psikologi pasar yang ternyata mampu menekan kondisi teknikal jual beli saham.

Menurut Tadelilin (2010) dalam Sitinjak (2022) faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Permintaan dan Penawaran

Jumlah permintaan dan penawaran akan mencerminkan kekuatan pasar. Jika jumlah penawaran lebih besar dari permintaan maka pada umumnya kurs harga saham akan turun. Sebaliknya jika permintaan lebih besar dari jumlah penawaran terhadap suatu saham maka harga saham tersebut akan cenderung naik.

- 2) Tingkat Efisiensi Pasar Modal

Pasar modal dikatakan efisien jika informasi dapat diperoleh dengan mudah dan murah oleh para pemodal, sehingga semua informasi yang relevan dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan investasi. Perubahan saham dipengaruhi tingkat inflasi suatu negara dan tingkat pajak.

d. Indikator Pengukuran Harga Saham

Menurut Lombogia *et al* (2020) menyatakan bahwa indikator pengukuran harga saham yaitu:

“Harga saham dapat diambil dari harga penutupan masing-masing perusahaan”.

Menurut Widdyastutik *et al* (2023) menyatakan bahwa indikator harga saham sebagai berikut:

“Harga saham penutupan pada akhir periode Desember”.

Penelitian ini pada variabel harga saham diprosikan *close price*, alasan pemilihan indikator tersebut dianggap sebagai penilaian yang paling akurat pada suatu saham dan harga penutup ini sangat penting karena menjadi acuan untuk harga pembukaan dikeesokan harinya. Harga penutupan merupakan harga terakhir yang diperdagangkan pada pasar saham dan digunakan untuk memprediksi harga saham pada periode selanjutnya. Rumus harga saham menurut Prestiwi *et al* (2022) sebagai berikut:

$$\text{Harga Saham} = \text{Close Price}$$

4. Likuiditas

a. Definisi Likuiditas

Menurut Rudianto (2021:183) rasio likuiditas merupakan ukuran evaluasi kemampuan perusahaan untuk membayar uang yang terutang dalam jangka waktu singkat. Dengan bantuan menghitung rasio likuiditas, manajemen perusahaan akan mengetahui potensi perusahaan untuk membayar kembali berbagai uang yang terutang yang akan jatuh tempo dalam waktu kurang dari tiga ratus enam puluh lima hari sejak tanggal laporan keuangan perusahaan disiapkan. Menurut

Kasmir (2019:130) rasio likuiditas atau sering disebut rasio modal kerja adalah metrik yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa likuid suatu perusahaan. Caranya dengan membandingkan komponen-komponen yang terdapat di dalam neraca, yaitu total aset lancar dengan total kewajiban lancar (utang jangka pendek). Evaluasi ini dapat dilakukan untuk beberapa periode, sehingga dapat diamati perkembangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu.

Rasio likuiditas adalah salah satu bentuk risiko yang ditanggung perusahaan akibat ketidakmampuannya dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga menyebabkan kegiatan usaha perusahaan terganggu dan tidak dapat berjalan secara normal (Hayati, 2017 dalam Arumuninggar & Mildawati, 2022). Menurut Rianisari *et al* (2020) rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat keamanan kreditur jangka pendek dan mengukur apakah operasi perusahaan tidak akan terganggu jika kewajiban jangka pendek akan segera ditagih.

b. Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas

Berdasarkan artikel www.sarjanaekonomi.co.id faktor yang mempengaruhi rasio likuiditas yaitu sebagai berikut:

- 1) Distribusi atau proporsi dari suatu aktiva lancar.
- 2) Data trend dari aktiva lancar dan hutang lancar.
- 3) Kreditur memberikan syarat kepada perusahaan dalam mengadakan pembelian ataupun syarat perusahaan kepada kreditur.

- 4) Nilai sesungguhnya (*present value*) dari aktiva lancar, karena kemungkinan perusahaan memiliki beberapa saldo piutang yang besar tetapi piutang tersebut sudah lama terjadi dan sulit untuk ditagih akibatnya nilai realisasinya lebih kecil dibanding dengan yang sudah dilaporkan.
- 5) Kemungkinan perubahan aktiva lancar.
- 6) Perubahan persediaan dalam volume penjualan sekarang maupun dimasa mendatang, yang memungkinkan adanya *over investment*.
- 7) Kebutuhan pada jumlah modal kerja.
- 8) Type atau jenis suatu perusahaan.

Menurut Munawir (2014:89) faktor yang mempengaruhi likuiditas sebagai berikut:

- 1) Kas dan Bank (*Cash and bank*)
- 2) Surat-surat berharga (*marketable securities*)
- 3) Piutang dagang (*accounting receivable*)
- 4) Persediaan barang (*inventory*)
- 5) Kewajiban yang dibayar dimuka (*prepaid expenses*)

c. Indikator Pengukuran Likuiditas

Menurut Seto *et al* (2023:45) analisis rasio likuiditas yang umum digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek saat jatuh tempo yaitu:

a. *Current Ratio* (Rasio Lancar)

Menurut Kasmir (2019:134) menyatakan bahwa rasio lancar *Current Ratio* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rasio lancar ini dihitung berdasarkan perbandingan antara aset lancar (kas, piutang, persediaan) dengan formula sebagai berikut:

$$\mathbf{Current\ Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

b. *Quick Ratio* (Rasio Cepat)

Rasio cepat dihitung menggunakan aktiva lancar yang lebih likuid seperti kas dan piutang. Aktiva lancar lainnya seperti persediaan tidak digunakan dalam perhitungan karena persediaan dianggap sebagai aktiva yang kurang likuid sebab memerlukan waktu yang lama untuk diuangkan jika perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar hutang. Formula untuk menghitung *quick ratio* yaitu:

$$\mathbf{Quick\ Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

c. *Cash Ratio* (Rasio Kas)

Rasio kas digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah uang kas dan bank tersedia untuk membayar hutang. *Cash Ratio* dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\mathbf{Cash\ Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Hutang Lancar}}$$

d. *Working Capital to Total Asset Ratio (WCTAR)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur atau membandingkan jumlah antara aktiva lancar dan hutang lancar dengan keseluruhan total aktiva. Formula untuk menghitung rasio WCTAR sebagai berikut:

$$WCTAR = \frac{\text{Aktiva Lancar} + \text{Hutang Lancar}}{\text{Total Aktiva}}$$

Penelitian ini dalam mengukur variabel likuiditas menggunakan indikator *Current Ratio (CR)* dengan alasan *current ratio* lebih baik dalam mempengaruhi harga saham daripada indikator lainnya dikarenakan *current ratio* mencakup semua aset lancar perusahaan dan hutang lancarnya. Hal tersebut memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang kemampuan perusahaan untuk mengatasi kewajiban jangka pendeknya dan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi fluktuasi pasar serta mengelola piutang dan persediaan. Selain itu *current ratio* dapat mempengaruhi persepsi kreditur dan investor terhadap kesehatan keuangan perusahaan. Menurut Hidayat (2018) likuiditas yang diukur dengan indikator *Current Ratio (CR)* menggambarkan kemudahan aset perusahaan dapat diubah menjadi uang tunai tanpa mengalami penurunan nilai yang signifikan dan jumlah uang tunai yang dapat diterima. Menurut Kindangen *et al* (2021) rumus *Current Ratio (CR)* yaitu sebagai berikut:

$$Current Ratio = \frac{Aktiva Lancar}{Utang Lancar}$$

5. Profitabilitas

a. Definisi Profitabilitas

Profitabilitas adalah skala pengukuran yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba sehingga perusahaan dapat maju, berkembang dan dapat membayar kewajiban sesuai waktu yang telah ditentukan (Damayanti, 2021). Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang harus diperhatikan dengan baik karena untuk dapat bertahan hidup, sebuah perusahaan harus menghasilkan keuntungan. Tanpa adanya keuntungan, akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar (L. A. Putri & Ramadhan, 2023).

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan suatu perusahaan untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan atau keuntungan dari waktu ke waktu. Jika suatu perusahaan mampu menghasilkan laba dengan baik maka perusahaan tersebut menunjukkan kinerja keuangannya baik (Agustin & Rismanty, 2022). Profitabilitas merupakan rasio yang dapat mewakili kinerja keuangan perusahaan, dimana meningkatkan profitabilitas perusahaan akan meningkatkan *return* yang akan diperoleh investor. Semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat

dividen yang dibagikan kepada para investor sehingga dapat memicu kenaikan permintaan saham (Iman *et al.*, 2021).

b. Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Faktor yang mempengaruhi profitabilitas menurut (Suliyanti & Damayanti, 2022) yaitu:

1. Struktur Modal

Kemampuan perusahaan dalam mengelola struktur modalnya dengan baik akan menunjukkan reaksi penilaian yang kredible di mata para investor sehingga bagi perusahaan langkah untuk mendapatkan kredit semakin mudah.

2. Pertumbuhan Penjualan

Keberhasilan tersebut menjadi tolak ukur investasi untuk pertumbuhan pada masa mendatang.

3. Ukuran Perusahaan

Setiap perusahaan mempunyai ukuran yang berbeda-beda, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka perusahaan akan lebih mudah untuk memperoleh dana yang digunakan untuk operasionalnya.

4. Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang digunakan dalam melakukan kegiatan perusahaan. Modal kerja dapat diartikan sebagai investasi yang ditanamkan dalam aktiva jangka pendek atau aktiva lancar seperti kas, surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya.

Menurut Henny & Susanto (2019) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah *leverage*, likuiditas, *total asset turnover*, dan ukuran perusahaan (*firm size*).

c. Indikator Pengukuran Profitabilitas

Menurut (Hamdiah *et al.*, 2022) rasio profitabilitas yang umumnya digunakan yaitu:

a. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross profit margin merupakan perbandingan antara penjualan bersih. Jika rasio sebesar 0,0% artinya jumlah laba kotor yaitu sebesar 0,0% dari volume penjualan. Semakin besar *gross profit margin* maka akan semakin baik keadaan operasi perusahaan.

$$\mathbf{GPM} = \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}$$

b. *Operating Profit Margin* (OPM)

Operating profit margin merupakan rasio laba bersih operasi yang diterima terhadap penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Jika rasio sebesar 0,0% artinya jumlah laba bersih adalah 0,0% dari volume penjualan. Tujuan *operating profit margin* yaitu untuk mengetahui seberapa baik perusahaan dalam menekan biaya-biaya dari penjualan sehingga laba operasi yang tersisa bisa lebih besar dari biasanya.

$$\mathbf{OPM} = \frac{\text{Laba Bersih Operasional}}{\text{Penjualan}}$$

c. *Net Profit Margin* (NPM)

Net profit margin merupakan penjualan setelah semua biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Jika rasionya 0,0% artinya laba bersih setelah pajak adalah 0,0% dari volume penjualan. Semakin tinggi net profit margin maka akan semakin baik operasi perusahaan. Standar rata-rata industri *net profit margin* yaitu sebesar 20%.

$$\mathbf{NPM} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

d. *Return On Asset* (ROA)

Return on asset adalah pengukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba antara laba bersih dan total aset dengan menjumlah semua aktiva/aset yang tersedia di perusahaan. Jika rasio sebesar 0,0% artinya laba bersih yang dicapai sebesar 0,0% dari total aktiva. Standar rata-rata industri *return on asset* yaitu 30%.

$$\mathbf{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

e. *Return On Equity* (ROE)

Return on equity merupakan pengukuran terhadap laba yang diperoleh atas modal sendiri yang diinvestasikan di dalam perusahaan untuk menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik saham atau investor. Jika rasio sebesar 0,0% menunjukkan bahwa penghasilan yang diperoleh pemilik perusahaan atas modal

yang diinvestasikan sebesar 0,0%. Standar rata-rata industri *return on equity* yaitu 40%.

$$\mathbf{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}}$$

Penelitian ini dalam mengukur profitabilitas diproksikan menggunakan *Return On Equity* (ROE), alasan pemilihan indikator tersebut daripada indikator lainnya dalam mempengaruhi harga saham karena *Return On Equity* (ROE) memberikan gambaran yang secara langsung tentang efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari modal sendiri, *return on equity* lebih terkait dengan orientasi pemilik perusahaan sehingga lebih menarik para investor dan *return on equity* yang tinggi dapat meningkatkan para investor karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang lebih. Menurut Hery (2018:193) *Return On Equity* (ROE) menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rumus untuk mengukur tingkat profitabilitas menggunakan *Return On Equity* (ROE) menurut Tidiana *et al* (2021) adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Return\ On\ Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

6. Ukuran Perusahaan

a. Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Rahma *et al* (2022) ukuran perusahaan adalah suatu skala atau ukuran yang menunjukkan besar kecilnya sebuah perusahaan

perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan menunjukkan perusahaan lebih stabil, selain itu perusahaan akan semakin mudah untuk memperoleh data internal dan eksternal (Pradanimas & Sucipto, 2022). Ukuran perusahaan akan menjadi acuan keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam mengambalikan hutangnya. Umumnya ukuran perusahaan mempengaruhi penilaian investor dalam pengambilan keputusan investasi (Tahulending *et al.*, 2022).

Ukuran perusahaan yang besar cenderung meningkatkan kepercayaan investor dalam berinvestasi, karena perusahaan besar dianggap lebih stabil dan memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengatasi tantangan ekonomi dan operasional. Akibatnya, ukuran perusahaan dapat meningkat (Silalahi & Sembiring, 2020). Besarnya ukuran perusahaan dianggap memiliki akses yang lebih mudah untuk masuk ke dalam pasar modal. Perusahaan yang besar cenderung memiliki reputasi yang baik, sehingga dapat meningkatkan harga saham (Nugraha & Riyadhi, 2019).

b. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 tahun 2008 Pasal 1 dibagi menjadi 4 kategori yaitu sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria usaha mikro

dengan aset maksimal 50 juta dan penjualan tahunan maksimal 300 juta.

- 2) Usaha kecil merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Kriteria usaha kecil dengan aset > 50 juta – 500 juta dan penjualan tahunan > 300 juta – 2,5 M.
- 3) Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Kriteria usaha menengah dengan aset > 10 juta – 10 M dan penjualan tahunan 2,5 M – 50 M.
- 4) Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik Negara atau Swasta, usaha patungan, dan usaha

asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Kriteria usaha besar dengan aset > 10 M dan penjualan tahunan > 50 M.

c. Faktor yang Mempengaruhi Ukuran Perusahaan

Menurut (Angga & Wiksuana, 2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi pada tiga faktor berikut ini:

- 1) Tenaga kerja, yaitu jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.
- 2) Tingkat penjualan, yaitu volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
- 3) Total utang, yaitu jumlah utang perusahaan pada periode tertentu.
- 4) Total aset, yaitu keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

Menurut Mawarni & Triyonowati (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada tiga faktor utama yaitu:

1) Besarnya total aktiva

Aktiva merupakan harta yang dimiliki perusahaan baik aktiva lancar ataupun aktiva tetap. Jika aktiva perusahaan besar maka mencerminkan ukuran perusahaan disebut perusahaan besar begitu pun sebaliknya.

2) Besarnya hasil penjualan

Penjualan merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan proses jual beli. Ukuran perusahaan dapat dilihat

dari besar kecilnya hasil penjualan. Jika penjualan yang cenderung besar maka perusahaan dapat dikategorikan perusahaan besar.

3) Besarnya kapitalisasi pasar

Kapitalisasi pasar merupakan jumlah surat berharga yang diterbitkan oleh perusahaan dalam satu pasar. Jika harga saham pada perusahaan di pasar mahal artinya semakin banyak jumlah saham yang beredar, hal ini membuat kapitalisasi pasar sebuah perusahaan tersebut semakin besar dan dikategorikan perusahaan besar.

d. Indikator Pengukuran Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aset dan jumlah penjualan. Besarnya bisnis meningkat karena adanya peningkatan total aset dan jumlah penjualan (Fajriah *et al.*, 2022). Menurut Nuridah *et al* (2023) indikator pengukuran perusahaan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1) Aset adalah kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, maka semakin baik perusahaan dapat berinvestasi dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin meningkatkan pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi laba.

$$\mathbf{Firm\ Size} = LN (\text{Total Aset})$$

2) Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menghasilkan keuntungan. Pertumbuhan penjualan yang terus meningkat dapat

menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Hal tersebut akan meningkatkan keuntungan perusahaan kemudian akan mempengaruhi laba perusahaan.

$$\mathbf{Firm\ Size} = LN (\text{Total Penjualan})$$

Penelitian ini pada variabel ukuran perusahaan diprosikan *Logaritma Natural* (LN) dari total aset. *Logaritma Natural* (LN) merupakan pendekatan dalam analisis keuangan, hal ini dilakukan karena untuk meminimalkan data dengan fluktuasi berlebih dan total aset dianggap paling efektif untuk mencerminkan ukuran perusahaan karena aset memiliki nilai yang sangat besar dan untuk menghindari bias penskalaan, hal ini total aset perlu dikompresi (Novelia *et al.*, 2020). Menurut Nst & Sari (2020) untuk mengukur ukuran perusahaan yaitu sebagai berikut:

$$\mathbf{Firm\ Size} = LN (\text{Total Aset})$$

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi acuan dalam melakukan penelitian. Hasil penelitian sebelumnya dijadikan teori yang dapat digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi penelitian. Berikut ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu dengan hasil yang relevan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian, Tahun, dan Nama Sumber Artikel	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Idris Ramadhani dan Rachman Zannati Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas Terhadap Harga Saham, 2018 Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi	Profitabilitas (X1) Likuiditas (X2) Solvabilitas (X3) Harga Saham (Y)	Melalui pendekatan analisis regresi data panel.	Hasil temuan menunjukkan bahwa profitabilitas dan solvabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham, namun likuiditas berpengaruh signifikan terhadap harga saham.
2.	Alfrida Rianisari, Husnah, dan Cici Rianty K.Bidin Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , Profitabilitas Terhadap Harga Saham Industri Makanan Dan Minuman Di BEI, 2018 Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako.	Likuiditas (X1) <i>Leverage</i> (X2) Profitabilitas (X3) Harga Saham (Y)	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan program EViews 9.	Hasil penelitian menyatakan bahwa selama periode 2012- 2016 (1) secara simultan likuiditas, <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap harga saham, (2) likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, (3) <i>leverage</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga

				saham, (4) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham
3.	Adolf Jelly Glen Lombogia, Chirike Vista, dan Siti Dini Pengaruh <i>Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Net Profit Margin, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Otomatif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2017, 2020</i> Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah	<i>Current Ratio</i> (X1) <i>Debt To Equity Ratio</i> (X2) <i>Net Profit Margin</i> (X3) Ukuran Perusahaan (X4) Harga Saham (Y)	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan jenis data adalah data sekunder.	Penelitian yang dihasilkan adalah secara beramaan <i>current ratio, debt to equity ratio, net profit margin</i> , dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap harga saham
4.	Novia Sri Putri Laia, Citra Indah Lestari Bawamenewi, dan Keumala Hayati <i>The Effect Of Liquidity, Profitability, Price To Book Value And Leverage Level On Manufacturing Company Share Prices, 2021</i> Gorontalo <i>Accounting Journal</i> (GAJ)	Likuiditas (X1) Profitabilitas (X2) PBV (X3) <i>Leverage</i> (X4) Harga Saham (Y)	Jenis dari penelitian ini yakni kuantitatif karena berupa analisis terhadap data yang bersifat statistik.	Uji simultan membuktikan adanya pengaruh positif serta signifikan yang diberikan oleh likuiditas, profitabilitas, <i>price to book value</i> serta tingkat <i>leverage</i> kepada harga saham. Uji parsial membuktikan bahwa likuiditas dan <i>leverage</i> secara signifikan tidak dapat

				mempengaruhi harga saham
5.	Yulistian Tantra Notama, Wawan Sadtyo Nugroho, dan Yulinda Devi Pramita Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas Dan Likuiditas Terhadap Harga Saham, 2021 <i>Borobudur Accounting Review</i>	Profitabilitas (X1) Solvabilitas (X2) Likuiditas (X3) Harga saham (Y)	Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap harga saham. sementara itu variabel solvabilitas dan likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham.
6.	Rosinta Siahaan, Lolika Yuli Artha Sinaga, dan Mohd. Nawi Purba <i>Influence Of Liquidity, Company Size On Stock Prices In Cool Mining Subsector Manufacturing Companies On The Indonesia Stock Exchange 2016-2020, 2022</i> Management Studies And Entrepreneurship Journal	Likuiditas (X1) Liabilitas (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Harga saham (Y)	Kegiatan penelitian yang dijalankan memanfaatkan metode dengan pendekatan secara kuantitatif.	Luaran penelitian menunjukkan secara parsial liabilitas serta ukuran perusahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap aspek harga saham sementara likuiditas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap aspek harga saham. Sementara itu, secara simultan likuiditas, liabilitas, serta ukuran perusahaan memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap harga

				saham, sedangkan profitabilitas dan PBV dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.
7.	Helenyunia Trivianti dan Citra Mulya Sari Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan <i>Leverage</i> Terhadap Harga Saham pada PT. Kalbe Farma Tbk, 2022 Juremi: Jurnal Riset Ekonomi.	Profitabilitas (X1) Likuiditas (X2) <i>Leverage</i> (X3) Harga Saham (Y)	Metode Penelitian kuantitatif dengan jenis asosiatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan profitabilitas, likuiditas dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Secara parsial profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sedangkan likuiditas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.
8.	Nurismalatri Dan Eka Dewi Artika Pengaruh <i>Current Ratio</i> (CR) Dan <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan <i>Consumer Goods</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2020, 2022	<i>Current Ratio</i> (CR) (X1) <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) (X2) Harga saham (Y)	Jenis penelitian yang dipakai adalah kuantitatif	<i>Current Ratio</i> (CR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap harga saham.

	Jurnal PERKUSI			<i>Current Ratio</i> (CR) dan <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) keduanya secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
9.	Ayumi Rahma, Budi Tri Santoso, dan Tubagus Arya Abdurachman Pengaruh Rasio Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham, 2022 Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang	Profitabilitas (X1) Solvabilitas (X2) Likuiditas (X3) Ukuran Perusahaan (X4) Harga Saham (Y)	Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kausal komparatif	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap harga saham, solvabilitas memiliki pengaruh yang negative terhadap harga saham, likuiditas berpengaruh negative terhadap harga saham, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham.
10.	Septa Diana Nabella, Aris Munandar, dan Rona Tanjung Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018, 2022	Likuiditas (X1) Solvabilitas (X2) Aktivitas (X3) Profitabilitas (X4) Harga saham (Y)	Penelitian ini merupakan jenis kuantitatif	Dalam pembahasan ditemukan hasil variabel likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham dan secara simultan berpengaruh tidak signifikan

Jurnal Akuntansi				terhadap harga saham
11.	Renazha Putri Audita, Hasbi Assidiki Mauluddi, Ade Ali Nurdin dan Endang Hatma Juniwati	<i>Curret Ratio</i> (X1) <i>Debt To Equity</i> Ratio (X2) <i>Return On</i> <i>Assets</i> (X3) <i>Stock Prices</i>	<i>Associative</i> <i>method and is</i> <i>included in</i> <i>quantitative</i> <i>research</i>	1. <i>Current ratio, Debt to Equity, and Return on Assets simultaneously have no significant effect on stock prices</i> 2. <i>High Current Ratio (CR) will affect penanam modal interest in investing in the company</i> 3. <i>Debt on Equity has a significant effect on stock prices</i> 4. <i>Stock Return is influenced by the Current Ratio (CR), Return On Assets (ROA), and Debt to Equity Ratio (DER) of 85.7% while the remaining 14.3% is influenced by other variables not examined in this study.</i>
	<i>Influence of liquidity, leverage, and profitability of stock prices (Case study at Panin Dubai Sharia Bank), 2023,</i> <i>Journal of Applied Islamic Economics and Finance</i>			
12.	Riska Damayanti, dan Prima Sadewa	<i>Earnings Per Share</i> (X1) Arus kas operasional (X2) Ukuran perusahaan (X3)	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan	Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) terdapat pengaruh <i>Earnings Per Share</i> , arus kas

	Perusahaan Terhadap Harga Saham, 2023 <i>Eco-Fin</i>	Harga saham (Y)	pendekatan kuantitatif	operasi, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap harga saham, (2) terdapat pengaruh <i>Earnings Per Share</i> terhadap harga saham, (3) terdapat pengaruh arus kas operasi terhadap harga saham, (4) terhadap pengaruh ukuran perusahaan terhadap harga saham.
13.	Isnaini, Dedi Hariyanto dan Romi Ferdian Analisis Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas Terhadap Harga Saham, 2023 Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi.	Likuiditas (X1) Solvabilitas (X2) Profitabilitas (X3) Harga saham (Y)	Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan hasil regresi berganda menunjukkan pengaruh antara variabel likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas terhadap harga saham memiliki pengaruh rendah.
14.	Adhan Irawan, dan Rachmat Arif Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan <i>Leverage</i> Terhadap Harga Saham, 2024 <i>Journal Of Management And</i>	Likuiditas (X1) Profitabilitas (X2) <i>Leverage</i> (X3) Harga saham (Y)	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap harga saham, profitabilitas berpengaruh positif terhadap harga saham,

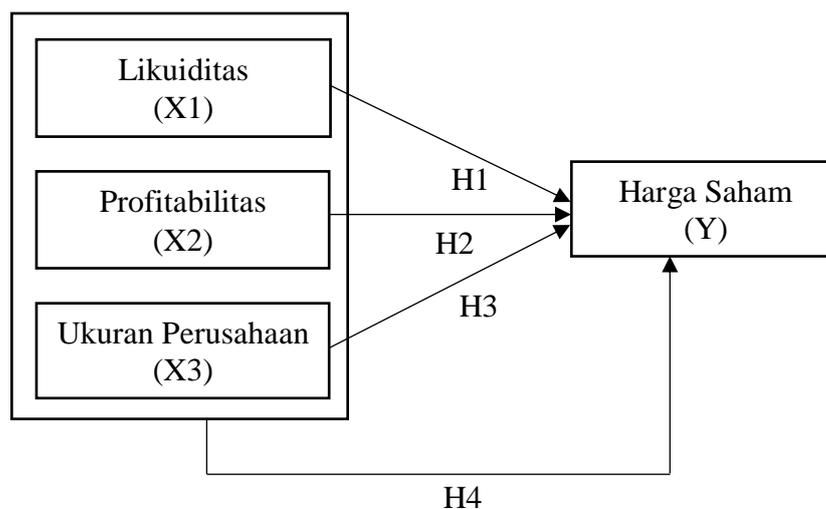
	<i>Innovation Entrepreneurship (JMIE).</i>		menggunakan Eviews.	sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap harga saham.
15.	Nurin Ulfiani, Zainal Zawir Simon, dan Ananta Hagabean Nasution <i>What Factors Affecting Indonesian Mining Companies' Stock Price Before And During The COVID-19 Pandemic, 2024.</i> Jurnal Orientasi Bisnis dan <i>Entrepreneurship</i>	Likuiditas (X1) <i>Leverage</i> (X2) Profitabilitas (X3) Ukuran Perusahaan (X4) Harga Saham (Y)	Menggunakan analisis data panel dan menggunakan perangkat lunak E-views versi 12.	Hasil menunjukkan bahwa sebelum pandemi (2017- 2019) ukuran perusahaan secara signifikan mempengaruhi harga saham sementara rasio likuiditas, <i>leverage</i> , dan profitabilitas tidak. Sebaliknya selama pandemi (2020-2022) rasio likuiditas dan ukuran perusahaan memiliki efek signifikan pada harga saham, tidak seperti rasio <i>leverage</i> dan profitabilitas.

Sumber: Diolah (2024)

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menurut Sampurna & Nindhia (2018:8) merupakan kerangka fikir mengenai hubungan antara variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian atau hubungan antar konsep dengan konsep lainnya dari masalah yang diteliti sesuai dengan apa yang telah diuraikan. Kerangka

konseptual sebagai penentu bagi peneliti untuk membantu dalam menentukan arah kebijakan dalam pelaksanaan penelitian. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas maka yang akan menjadi kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:99) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Biasanya, rumusan masalah penelitian dirumuskan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jawaban ini disebut sementara karena didasarkan pada teori yang relevan dan belum didukung oleh fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh likuiditas terhadap harga saham

Likuiditas menurut Salma & Riska (2020) yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo. Artinya jika perusahaan

ditagih maka perusahaan harus dapat memenuhi untuk membayar utang yang sudah jatuh tempo. Ketidakmampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek diakibatkan oleh beberapa faktor. Faktor pertama yaitu perusahaan tidak mempunyai dana sama sekali. Faktor kedua yaitu perusahaan mempunyai dana, tetapi pada saat itu perusahaan tidak memiliki dana secara tunai sehingga perusahaan menunggu dalam jangka waktu tertentu untuk mencairkan dana dari berbagai aktiva seperti surat berharga, managih piutang, dan menjual aktiva lainnya (Brigham & Houston, 2010 dalam Gaol, 2021).

Menurut Rudianto (2021:183) rasio likuiditas merupakan ukuran untuk menilai kemampuan perusahaan yang bertujuan membayar uang yang terutang dalam jangka waktu cepat. Dengan bantuan menghitung rasio likuiditas, manajemen perusahaan akan mengetahui potensi perusahaan untuk membayar berbagai utangnya yang akan jatuh tempo dalam waktu kurang dari tiga ratus enam puluh lima hari sejak tanggal neraca perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut dapat dikatakan perusahaan yang likuid dan sebaliknya jika perusahaan tidak mampu untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya, perusahaan dapat dikatakan perusahaan yang tidak likuid. Agar perusahaan dapat memenuhi kewajibannya, perusahaan harus memiliki tingkat ketersediaan jumlah kas yang baik atau aset lancar

lainnya juga dapat segera dikonversi atau diubah menjadi kas (Iman *et al.*, 2021).

Pengaruh likuiditas terhadap harga saham dapat mempengaruhi sebagaimana menurut Rahmiyati *et al* (2022) bahwa tingginya likuiditas menunjukkan bahwa harga saham juga ikut tinggi, dimana *Current Ratio* (CR) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang lancarnya. Perusahaan yang segera memenuhi hutang lancarnya, maka semakin tinggi *Current Ratio* (CR) dan pasti berpengaruh terhadap harga saham yang juga ikut meningkat. Ketika perusahaan mampu untuk melunasi hutang jangka pendeknya maka kondisi perusahaan tersebut dapat dikatakan baik dan dapat meningkatkan harga saham karena para investor akan tertarik pada kondisi keuangan perusahaan yang baik. Hubungan *signaling theory* dengan likuiditas, investor akan melihat perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap perusahaan. Dimana perusahaan dikatakan baik jika memiliki tingkat likuiditas yang tinggi hal tersebut akan menarik investor untuk berinvestasi dan menyebabkan permintaan saham sehingga harga saham akan mengalami kenaikan dan investor mendapatkan *return* yang semakin besar (Saragih, 2021). Perusahaan yang tidak dapat melunasi hutang-hutangnya, maka investor akan beranggapan bahwa perusahaan tersebut tidak mampu mengelola aktiva yang dimiliki dengan baik, hal tersebut menjadikan para calon investor tidak tertarik untuk menanamkan dananya di perusahaan tersebut (Arumuninggar & Mildawati, 2022).

Didukung penelitian sebelumnya oleh Kosim & Safira (2020), Khairani *et al* (2021), Setiawan *et al* (2023) Wulandari & Nurhadi (2023), Vernando *et al* (2024) menyatakan bahwa terdapat pengaruh likuiditas terhadap harga saham. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan hipotesisnya sebagai berikut:

H1: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap harga saham

2. Pengaruh profitabilitas terhadap harga saham

Menurut Hery (2018:192) rasio profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki (berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal). Profitabilitas dapat mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, selain itu dapat menjadi tolak ukur efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan keuntungan penjualan dan pendapatan investasi. Inti dari penggunaan rasio profitabilitas pada dasarnya untuk menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2019:198). Rasio profitabilitas menurut Fahmi (2016:80) yaitu rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Profitabilitas yang semakin baik maka dalam menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan akan semakin baik pula (Husain, 2021).

Penelitian ini proksi yang digunakan untuk menghitung profitabilitas adalah *Return On Equity* (ROE). Jika ROE semakin tinggi maka akan semakin baik karena memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar kepada pemegang saham, hal ini mencerminkan kinerja manajemen yang baik dan pemilik akan puas dengan kinerja manajemen. Informasi peningkatan ROE akan diterima pasar sebagai sinyal baik yang akan memberikan masukan positif bagi investor dalam pengambilan keputusan membeli saham, hal ini membuat permintaan akan saham meningkat, sehingga harganya pun akan naik (Wonga *et al.*, 2023).

Hubungan antara profitabilitas terhadap harga saham dapat dilihat bahwa nilai profitabilitas yang tinggi pada perusahaan maka nilai aset perusahaan ikut tinggi dan menyebabkan harga saham semakin tinggi karena banyak diminati oleh para investor, hal ini disebabkan karena jika perusahaan dapat meraih *profit* yang bagus disetiap periode, para investor tidak perlu mengkhawatirkan perusahaan tersebut akan merugi atau bahkan mengalami kebangkrutan. Akibatnya, *profit* yang didapatkan oleh perusahaan dapat dinikmati juga oleh para investor dan membuka kemungkinan datangnya investor-investor baru lagi yang ingin menanamkan modal mereka disana yang dapat meningkatkan harga pasar (Saragih, 2021). Menurut Ombuh (2023) profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham, dengan kata lain tingginya rasio

profitabilitas yang dimiliki perusahaan dapat menarik investor untuk berinvestasi.

Didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Septiari & Widnyana (2021), Zulkarnain *et al* (2021), Nabella *et al* (2022), Malik *et al* (2023), dan Mengga (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh harga saham. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan hipotesisnya sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap harga saham

3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap harga saham

Perusahaan pada dasarnya dikategorikan ke dalam kelompok perusahaan besar, perusahaan sedang, dan perusahaan kecil (Amelia & Margie, 2023). Ukuran perusahaan adalah cerminan besar dan kecilnya perusahaan yang berhubungan dengan peluang dan kemampuan untuk masuk ke pasar modal dan jenis pembiayaan lainnya yang menunjukkan kemampuan meminjam dari perusahaan tersebut (Sulistiorini & Lestari, 2022). Menurut Sipayung *et al* (2023) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah variabel yang digunakan sebagai pertimbangan dalam penelitian keuangan, hal tersebut karena banyaknya keputusan atau hasil dari kebijakan keuangan yang dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar dan terus bertumbuh dapat menggambarkan tingkat *profit* yang akan mendatang dengan kemudahan pembiayaan ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang baik bagi investor (Katim & Ekadjaja, 2022). Perusahaan

yang mempunyai total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai kedalaman tahap dewasa. Ukuran perusahaan dijelaskan dalam teori *signaling* menjadi acuan bagi investor untuk menilai besarnya perusahaan melalui kapitalisasi pasar saham. Investor cenderung tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan besar. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki modal kerja yang besar dan kinerja yang sangat baik, sehingga menarik minat investor untuk berinvestasi melalui pembelian saham pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan tersebut (Sinaga *et al.*, 2021).

Hubungan antara ukuran perusahaan terhadap harga saham dianggap mampu mempengaruhi sebagaimana yang dikemukakan oleh Damayanti & Sadewa (2023) dimana semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar para investor untuk menanamkan sahamnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang dikategorikan besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat, biasanya perusahaan mampu memberikan informasi lebih pada penanam saham ketika mengambil keputusan untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Jika terdapat informasi yang lebih banyak mengenai ukuran perusahaan, harga saham akan meningkat (Putra & Susila, 2024). Menurut (Kusumawati & Setiawati, 2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap harga saham dengan ukuran perusahaan yang semakin besar akan menjadi tolak ukur yang baik bagi kinerja dan kualitas

suatu perusahaan, karena tidak diragukan lagi bahwa aset yang besar akan memiliki harga saham yang besar.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lombogia *et al* (2020), Silalahi & Sembiring (2020), Yunior *et al* (2021), Octaviany *et al* (2021), Anjani & Budiarti (2021), dan Simanjuntak (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap harga saham. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan hipotesisnya sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan harga saham

4. Pengaruh likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap harga saham

Likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik lebih dipercaya oleh investor karena mereka dianggap mampu mengelola arus kas dengan efektif dan siap menghadapi kebutuhan mendadak tanpa menghadapi kesulitan finansial. Perusahaan yang segera memenuhi hutang lancarnya, maka semakin tinggi *Current Ratio* (CR) dan pasti berpengaruh terhadap harga saham yang juga ikut meningkat. Ketika perusahaan mampu untuk melunasi hutang jangka pendeknya maka kondisi perusahaan tersebut dapat dikatakan baik dan dapat meningkatkan harga saham karena para investor akan tertarik pada kondisi keuangan perusahaan yang baik (Saragih, 2021). Perusahaan yang tidak dapat melunasi hutang-hutangnya,

maka investor akan beranggapan bahwa perusahaan tersebut tidak mampu mengelola aktiva yang dimiliki dengan baik, hal tersebut menjadikan para calon investor tidak tertarik untuk menanamkan dananya di perusahaan tersebut (Arumuninggar & Mildawati, 2022).

Profitabilitas yang diukur melalui rasio seperti *Return on Equity* (ROE) menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki. Tingkat profitabilitas yang tinggi menandakan manajemen yang efisien dan prospek bisnis yang positif, agar menarik minat investor dan meningkatkan daya tarik saham perusahaan. Semakin tinggi nilai *Return on Equity* (ROE) maka akan semakin baik karena memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar kepada pemegang saham. Informasi peningkatan ROE akan diterima pasar sebagai sinyal baik yang akan memberikan masukan positif bagi investor dalam pengambilan keputusan membeli saham, hal ini membuat permintaan akan saham meningkat, sehingga harganya pun akan naik (Wonga *et al.*, 2023).

Ukuran perusahaan yang besar dan terus bertumbuh dapat menggambarkan tingkat *profit* yang akan mendatang dengan kemudahan pembiayaan ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang baik bagi investor (Katim & Ekadjaja, 2022). Perusahaan yang mempunyai total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai kedalam tahap dewasa. Ukuran perusahaan dijelaskan dalam teori *signaling* menjadi acuan bagi investor untuk menilai besarnya perusahaan melalui kapitalisasi pasar saham. Investor cenderung tertarik

untuk berinvestasi pada perusahaan besar. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki modal kerja yang besar dan kinerja yang sangat baik, sehingga menarik minat investor untuk berinvestasi melalui pembelian saham pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan tersebut (Sinaga *et al.*, 2021). Ukuran perusahaan yang sering diukur dengan *Logaritma Natural* dikali total aset mencerminkan stabilitas dan kapasitas operasional perusahaan. Perusahaan besar umumnya dianggap lebih stabil dan mampu bertahan di berbagai kondisi pasar yang meningkatkan kepercayaan investor dan menarik investasi lebih besar (Harun, 2020).

Ketika ketiga faktor ini dikombinasikan maka akan memberikan gambaran menyeluruh tentang kesehatan dan kinerja perusahaan yang sangat dipertimbangkan oleh investor dalam membuat keputusan investasi. Secara bersama-sama likuiditas yang baik, profitabilitas yang tinggi, dan ukuran perusahaan yang besar menciptakan sinergi positif yang memperkuat kepercayaan investor, meningkatkan permintaan saham, dan pada akhirnya, mendorong harga saham naik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham, dan memahami interaksi antara faktor-faktor tersebut sangat penting bagi manajemen perusahaan dan investor dalam strategi pengelolaan dan keputusan investasi (Anjani & Budiarti, 2021).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syawalina & Harun (2020), Octaviani & Trilaksono (2022) dan Ulum

(2023) menunjukkan bahwa likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap harga saham. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan hipotesisnya sebagai berikut:

H4: Likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap harga saham