

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Sinyal (*Signaling theory*)

Teori ini dikembangkan oleh (Ross 1997) yang menjelaskan bahwasanya pihak manajemen mempunyai informasi jauh lebih banyak terkait organisasi bisnisnya sehingga harus menyajikan data itu untuk pihak investor sehingga terjadi peningkatan harga saham. Informasi tersebut merupakan suatu hal yang pokok dikarenakan akan berdampak atas keputusan pihak investor dan juga para pelaku usaha lain dikarenakan di dalam informasi tersebut terdapat berbagai catatan, penjelasan serta proyeksi untuk kedepannya dari kinerja suatu organisasi bisnis demi keberlangsungan organisasi tersebut dan juga dampak yang ditimbulkan bagi organisasi tersebut. (M.Arsyadi, 2019)

Teori ini menjelaskan terdapatnya perbedaan informasi dari pihak manajemen terhadap pihak yang memiliki kepentingan terhadap informasi tersebut serta menjelaskan juga terkait bagaimana keharusan sebuah organisasi bisnis untuk membagikan sinyal kepada pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan, sinyal tersebut berupa informasi mengenai apa yang telah diperbuat pihak manajemen dalam mewujudkan apa yang dikehendaki oleh para pemilik. Sinyal tersebut bisa berbentuk promosi atau pun informasi lainnya yang menjelaskan bahwasanya suatu organisasi bisnis tersebut lebih kompeten dibandingkan dengan organisasi lainnya. (Akhmad dkk, 2019).

Berdasarkan teori ini maka aktivitas suatu organisasi bisnis untuk menyajikan informasi tertentu bagi pihak investor terkait potensi pengembalian di masa mendatang merupakan hal yang substansi. Informasi yang disajikan tersebut akan menjadi sinyal untuk pihak investor terutama dalam hal mengambil keputusan penginvestasian dikarenakan investor akan mendapatkan kemudahan untuk mencari tahu background dan pertumbuhan sebuah organisasi bisnis. (Dinda dan Sonja, 2017).

2. Harga Saham

Harga saham adalah suatu harga di mana terbentuk karena adanya interaksi dari pihak yang menjual dengan membeli saham tersebut yang didasari oleh adanya harapan akan keuntungan yang didapatkan dari suatu organisasi bisnis. Harga saham pada kegiatan pasar modal adalah faktor utama yang wajib diperhitungkan pihak investor untuk berinvestasi dikarenakan hal tersebut menggambarkan nilai dari suatu organisasi bisnis. Harga saham yang besar akan meningkatkan nilai suatu organisasi bisnis dan begitu pula sebaliknya. Harga dalam suatu organisasi bisnis di Bursa tergantung oleh kekuatan pasar atau bergantung dari adanya supply and demand yang terus-menerus mengalami fluktuasi tiap harinya dan menjadikan pola dari harga saham tersebut juga mengalami fluktuasi. Apabila terdapat suatu keadaan yang menjadikan permintaan akan saham tersebut lebih tinggi maka akan terjadi kenaikan harga saham dan apabila penawaran saham lebih besar maka akan terjadi penurunan harga saham. Harga saham tersebut juga mengindikasikan efektivitas pihak Manajemen perusahaan dalam mewujudkan

dan mengoptimalkan manfaat yang ada untuk mendapatkan keuntungan dan dapat melakukan pemenuhan terhadap segala kewajibannya. (Januardin dkk,2019).

3. Profitabilitas

Profitabilitas adalah mengukur kesanggupan perusahaan untuk menghasilkan laba. profitabilitas adalah rasio yang bertujuan guna melakukan penilaian terhadap kapasitas perusahaan untuk mendapatkan profit atau laba dan menyediakan cara ukur terkait efektivitas pihak manajemen dalam mengelola suatu organisasi bisnis (Cut & Teuku, 2020).

4. Likuiditas

Likuiditas bertujuan untuk melakukan pengukuran terhadap kapasitas suatu organisasi bisnis dalam membayar utang jangka pendek tepat pada waktunya yang di dalamnya juga mencakup hutang jangka panjang yang segera jatuh tempo. Likuiditas menunjukkan kapasitas suatu organisasi bisnis dalam melakukan pembayaran utang jangka pendeknya sesuai dengan tingkat waktu yang ditentukan. Penulis memakai rasio lancar guna mengukur likuiditas (Rizky & Sugiyono, 2017).

5. Ukuran Perusahaan

Size perusahaan adalah besaran dalam menetapkan seberapa besarnya sebuah organisasi bisnis yang bisa dinilai berdasarkan jumlah aset yang dimiliki, penghasilan, produk yang dijual tiap periodenya, nilai saham perusahaan dan hal-hal lain yang dapat dijadikan sebagai cerminan dari kekayaan suatu organisasi. (Jelie dkk, 2017).

6. Nilai Perusahaan

nilai perusahaan yaitu nilai pasar suatu organisasi bisnis yang dinilai berguna karena mempunyai potensi untuk mendapatkan profit di masa depan dan nilai pasar saham organisasi bisnis tersebut yang ditambah dengan nilai-nilai pasar dari utang yang dapat menggambarkan bagaimana nilai perusahaan yang baik. Baik atau tidaknya nilai perusahaan adalah salah satu faktor yang diperhitungkan investor sebab aspek tersebut dapat menentukan pembagian dividen serta memberikan rasa yakin untuk Para pemilik saham agar memperoleh kepemilikan atas suatu organisasi bisnis. Nilai suatu organisasi bisnis yang semakin tinggi dapat memperbesar peluang organisasi tersebut mendapatkan laba dan menjamin kesejahteraan investor. Meningkatnya harga saham juga bisa meningkatkan kemakmuran dari pihak investor yang dapat diukur melalui kinerja perusahaan (Desak & Wayan, 2018).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan rasio profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Desak dan Wayan Juima-Vol.08, No.01(2018)	Variabel independen Profitabilitas Likuiditas Nilai Perusahaan Variabel dependen Harga saham	Profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap harga saham, Nilai perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham
2.	Akhmad dan	Variabel independen	Likuiditas dan

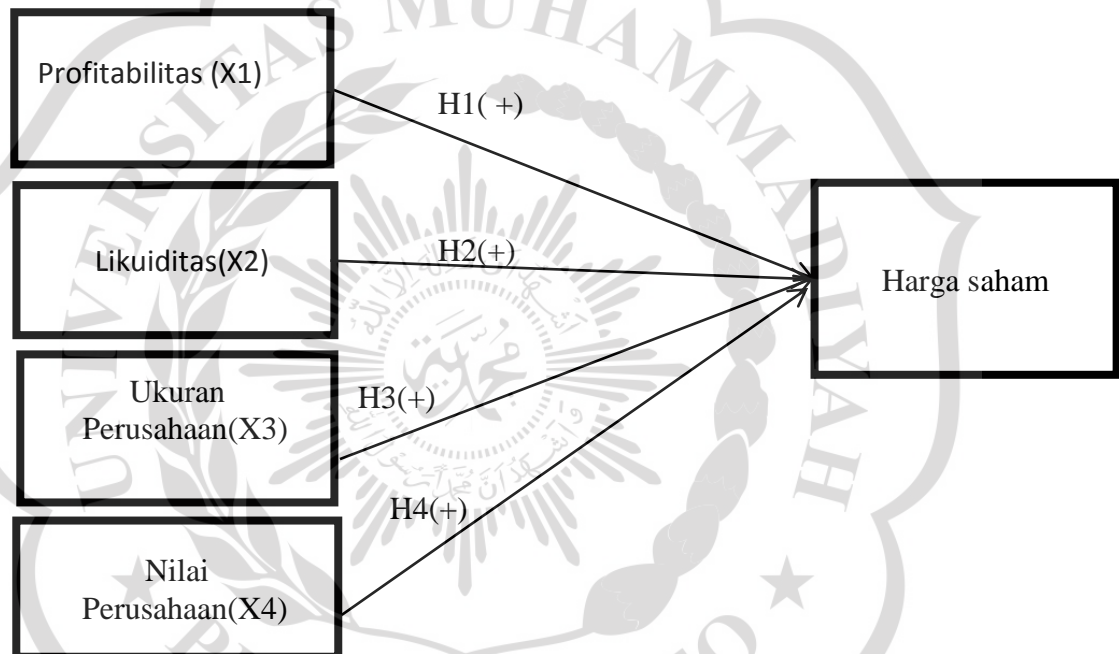
	dkk Jurnal ilmiah FE-UMM-Vol. 13, No.01 (2019)	Likuiditas Profitabilitas Ukuran Perusahaan Variabel dependen Harga saham	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap harga saham sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham
3.	M.Arsyadi Jurnal ilmiah akuntansi-Vol. 04, No.02 (2019)	Variabel independen Ukuran Perusahaan Variabel dependen Harga saham	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham
4.	Cut dan Teuku Jurnal akuntansi muhammadiyah h-Vol,10, No.02 (2020)	Variabel independen Likuiditas Profitabilitas Ukuran perusahaan Variabel dependen Harga saham	Likuiditas, Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham
5.	Dinda dan Sonja Jurnal bisnis Indonesia-Vol. 08, No.01 (2017)	Variabel independen Profitabilitas Variabel dependen Harga saham	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap harga saham
6.	Melsa dan Yetty Jurnal ekonomi dan perbankan syariah-Vol.08 , No.01 (2022)	Variabel independen Profitabilitas Variabel dependen Harga saham	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap harga saham
7.	Muh.fuad alamsyah Jurnal manajemen-Vo l.11, No.02 (2019)	Variabel independen Profitabilitas Ukuran Perusahaan Variabel dependen Harga saham	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham
8.	Hesekiel dan Putri JRKA-Vol.04,	Variabel independen Ukuran perusahaan Variabel dependen	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham

	No.02 (2018)	Harga saham	
9.	Adolf dan Chirike Jurnal ekonomi dan ekonomi syariah-Vol.03 , No.01 (2020)	Variabel independen Ukuran perusahaan Variabel dependen <i>Return</i> saham	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham
10.	Aditya dan Fauji Tirtayasa ekonomika-Vo 1.12, No.02 (2017)	Variabel independen Likuiditas Profitabilitas Variabel dependen Harga saham	Likuiditas dan profitabilitas berpengaruh negative terhadap harga saham
11.	Januardin dkk Riset & Jurnal akuntansi-Vol. 03, No.02 (2019)	Variabel independen Profitabilitas Likuiditas Variabel dependen Harga saham	Profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap harga saham
12.	Indra Jurnal akuntansi-Vol. 04, No.02 (2017)	Variabel independen Profitabilitas Variabel dependen Harga saham	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap harga saham
13.	Ade dan Ida E-Jurnal manajemen-Vo 1.08, No.09 (2019)	Variabel independen Profitabilitas Variabel dependen Harga saham	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap harga saham
14.	Jelie dkk Jurnam EMBA-Vol.03 , No.03 (2017)	Variabel independen Ukuran perusahaan Profitabilitas Variabel dependen Harga saham	Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap harga saham
15.	Khairudin & Wandita Jurnal Akuntansi &	Variabel independen Profitabilitas Nilai perusahaan Variabel dependen	Profitabilitas dan Nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham

	Keuangan-Vol. 08, No.08 (2017)	Harga saham	
16	Asih & A Jurnal ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi-Vol .02, No.02 (2020)	Variabel independen Nilai perusahaan Variabel dependen Harga saham	Nilai perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham
17	Nuri dkk JURNAL ECOBUSS-Vo 1.05, No.02 (2017)	Variabel independen Nilai perusahaan Variabel dependen Harga saham	Nilai perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga saham
18	Muhammad dkk JURNAL ECOBUSS-Vo 1.06, No.01 (2018)	Variabel independen Likuiditas Profitabilitas Variabel dependen Harga saham	Likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap harga saham
19	Kusnandar and Maya Journal of accounting and finance management-Vol.01, No.05 (2020)	Variabel independen <i>Liquidity</i> <i>Profitability</i> Variabel dependen <i>Stock price</i>	Liquidity and profitability have a positive effect on stock prices
20.	Asuil alagaam Research journal of finance and accounting-Vo 1.10, No.14 (2019)	Variabel independen <i>Profitability</i> Variabel dependen <i>Stock price</i>	<i>Profitability has a positive effect on stock prices</i>

C. Kerangka pemikiran

Berdasarkan landasan teori sinyal dan beberapa penelitian terdahulu penelitian ini meneliti pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan terhadap harga saham. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel dependen harga saham dan variabel independen profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Hubungan antar variabel ini akan dinyatakan dalam sebuah desain kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

D. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan pendapat dari Sugiyono(2016) yang menjelaskan bahwasanya hipotesis adalah jawaban yang sifatnya sementara atas perumusan permasalahan penelitian yang telah disusun berupa kalimat pertanyaan. Bersifat sementara dikarenakan jawaban tersebut hanya didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh dari proses untuk mengumpulkan data. Mengacu pada perumusan permasalahan,

tujuan, teori serta studi terdahulu dan juga korelasi antara variabel terhadap kerangka pemikiran maka hipotesis yang dibuat pada studi ini yaitu:

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham

Profitabilitas adalah gambaran dari kapasitas suatu organisasi bisnis untuk mendapatkan keuntungan atau efektivitas dari pihak manajemen dalam melakukan manajerial atau mengelola suatu organisasi. Kapasitas tersebut bisa diukur menggunakan model yang dimiliki oleh perusahaan sampai dengan total anggaran yang diinvestasikan ke organisasi tersebut. Profitabilitas yang didapatkan oleh suatu organisasi bisnis dapat dijadikan indikator seberapa besar kapasitas organisasi bisnis tersebut untuk mendapatkan laba. Laba merupakan faktor pokok guna meninjau level dari efektivitas serta efisiensi yang dilakukan oleh suatu organisasi bisnis terhadap model yang dimilikinya. (Cut & Teuku, 2020), (Dindan & Sonja, 2017), (Melsa & Yetty, 2022), (Muh.fuad alamsyah, 2019), (Januardin dkk, 2019) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap harga saham.

H1 : Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Harga Saham

2. Pengaruh Likuiditas Terhadap Harga Saham

Likuiditas merupakan kapasitas suatu organisasi bisnis dalam melakukan pemenuhan terhadap kewajiban jangka pendeknya dengan sesuai tingkat waktu yang ditentukan. Kewajiban tersebut bisa berbentuk aktivitas operasional, pembayaran upah pegawai, pembayaran listrik, utang yang telah jatuh tempo dan sejenisnya. Organisasi bisnis yang tidak likuid berarti organisasi tersebut tidak dapat melakukan pemenuhan terhadap segala

keajiban jangka pendeknya dan memiliki potensi besar untuk menderita kebangkrutan dan berpengaruh besar dengan harga saham organisasi tersebut. Fluktuasi yang terjadi pada harga saham tersebut disebabkan oleh adanya penilaian masyarakat karena organisasi bisnis tidak dapat melaksanakan usahanya sehingga berpengaruh terhadap Citra organisasi bisnis di masa depan. (Cut & Teuku, 2020), (Januardin dkk, 2019) menyatakan Likuiditas berpengaruh positif terhadap harga saham.

H2 : Likuiditas Berpengaruh Positif Terhadap Harga Saham

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham

Size suatu organisasi bisnis atau perusahaan bisa dinilai melalui nilai wajar ekuitas, jumlah keseluruhan aktiva dan penjualan. Pada studi ini maka saya suatu perusahaan akan diukur melalui total aktiva. Semakin besar dan semakin mapan suatu organisasi bisnis maka ia akan mendapatkan kecenderungan untuk bisa memperoleh modal yang lebih tinggi dibandingkan suatu organisasi bisnis yang berskala kecil. Suatu organisasi bisnis juga menggambarkan besar kecilnya sebuah organisasi bisnis di mana makin besar Organisasi tersebut maka akan mempunyai jumlah keseluruhan aset yang makin banyak dan berpengaruh terhadap harga saham organisasi (M.Arsyadi, 2019), (Akhmad dkk, 2019), (Cut & Teuku, 2020), (Alamsyah, 2019), (Hesejiel & Putri, 2018), (Adolf & Chirike, 2020), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi harga saham perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Harga Saham

4. Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap Harga Saham

Nilai perusahaan merupakan representasi dari pengkomparasian nilai buku suatu organisasi bisnis atas nilai pasar saham. PBV merupakan proyeksi dari prospek suatu organisasi bisnis di masa depan dan juga dapat memberikan sinyal positif untuk pihak investor. Semakin besar perbandingan nilai yang muncul maka mengindikasikan bahwasanya terdapat ketersediaan pasar untuk melakukan pembelian terhadap saham suatu organisasi tersebut dikarenakan adanya keyakinan bahwa perusahaan tersebut akan mendapatkan prospek yang bagus. Semakin besar pbv suatu perusahaan juga mampu untuk menaikkan rasa percaya bagi pihak investor. Terutama ketika hendak melakukan pembelian saham perusahaan sehingga juga berdampak dengan peningkatan harga saham perusahaan tersebut (Khairudin & Wandita, 2017) dan (Desak & Wayan, 2018) yang menunjukkan pengaruh positif antara nilai perusahaan terhadap harga saham.

H4 : Nilai Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Harga Saham