

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar modal merupakan wadah yang mewadahi bertemunya penjual dan pembeli secara tidak langsung. Pasar modal juga diartikan sebagai tempat dimana entitas yang membutuhkan pembiayaan (perusahaan) dan entitas yang surplus (investor) dapat melakukan perdagangan. Investor adalah orang yang mempunyai modal untuk menanamkan atau meminjam uang dengan harapan memperoleh keuntungan yang besar dari penjualan surat berharga. Investor membeli dan menjual saham sebagai bagian dari investasinya untuk mengakuisisi bisnis perusahaan, proses ini disebut perdagangan saham. Pasar modal merupakan instrumen penting dalam perekonomian yang bertugas menghimpun uang masyarakat untuk sektor produksi (Pitoy *et al.*, 2022). Pasar modal merupakan sarana pembiayaan dan penanaman modal bagi perusahaan dan lembaga lainnya, dimana pasar modal memungkinkan berbagai sarana dan prasarana untuk kegiatan jual beli dan kegiatan lain yang berkaitan.

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan suatu entitas yang menyediakan prasarana dan sarana perdagangan saham. Terdapat banyak perusahaan sekuritas di pasar modal yang aktif bergerak di bidang perdagangan saham, antara lain *Indo Premier Securities*, *Mirae Asset Securities*, *Mandiri Securities* dan lain-lain. Perusahaan-perusahaan ini bertindak sebagai perantara bagi investor untuk memaksimalkan keuntungan pada setiap transaksi.

Pada dasarnya investor mengukur kinerja suatu perusahaan berdasarkan seberapa baik perusahaan tersebut mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan. Kinerja keuangan telah lama dianggap sebagai faktor penting dalam menentukan harga saham, karena kinerja perusahaan merupakan faktor yang paling obyektif dan cukup jelas untuk menggambarkan harga saham yang tepat pada suatu perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka permintaan dan penawaran terhadap saham perusahaan tersebut akan semakin meningkat dan harga saham pun akan meningkat.

Sektor pertambangan telah lama menjadi sektor penting di pasar modal Indonesia. Pasalnya, Indonesia kaya akan sumber daya alam seperti batu bara, minyak bumi, gas alam, dan logam seperti nikel, timah dan tembaga. Secara historis, sektor pertambangan telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor pertambangan erat kaitannya dengan harga saham di pasar modal Indonesia. Harga saham perusahaan pertambangan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti harga barang yang diproduksi, peraturan pemerintah terkait industri pertambangan, kinerja operasional perusahaan, dan kondisi pasar global. Misalnya, ketika harga komoditas seperti batu bara atau minyak bumi naik, maka harga saham perusahaan pertambangan yang terkait dengan komoditas tersebut cenderung naik pula. Di sisi lain, jatuhnya harga komoditas dapat menyebabkan harga saham perusahaan pertambangan turun. Perkembangan ini berdampak pada beberapa aspek, termasuk operasional perusahaan di sektor pertambangan.

Fenomena awal tahun 2022, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) naik signifikan dipengaruhi

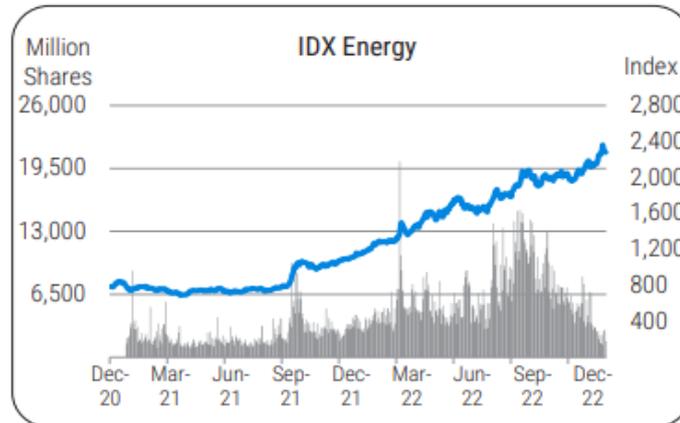
oleh harga komoditas global dan sejumlah faktor makro ekonomi. Harga batu bara meningkat tajam akibat krisis energi yang melanda Eropa dan China, yang menyebabkan harga batu bara Newcastle mencapai titik tertinggi dalam beberapa tahun terakhir. Kenaikan harga ini menguntungkan perusahaan batubara BEI yang harga sahamnya naik signifikan. Selain itu, harga nikel naik tajam karena meningkatnya permintaan industri kendaraan listrik dan produksi baterai. Pada bulan Februari 2022, harga nikel naik ke level tertinggi dalam lebih dari satu dekade, memberikan dorongan besar bagi perusahaan pertambangan nikel di pasar saham. Harga timah terus meningkat didorong oleh permintaan dari industri elektronik dan mencapai rekor tertinggi pada awal tahun 2022, yang juga meningkatkan return saham perusahaan pertambangan timah.

Pemulihan perekonomian dunia pasca pandemi memperkuat permintaan barang, seiring dengan meningkatnya aktivitas perekonomian di negara maju dan berkembang, serta dukungan ekonomi dari berbagai pemerintah yang mendorong konsumsi bahan baku di pertambangan. Pemerintah Indonesia mendukung ekspor dan pengolahan lebih lanjut produk pertambangan, sehingga menambah nilai ekonomi dan meningkatkan daya tarik investasi sektor pertambangan.

Penguatan dolar Amerika juga mempengaruhi harga barang yang diperdagangkan dalam mata uang tersebut, meskipun pengaruhnya pada sektor ini lebih bervariasi. Secara bersama-sama, faktor-faktor tersebut menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi sektor pertambangan, sehingga mendorong pertumbuhan IHSG untuk sektor ini pada awal tahun 2022.

(www.cnbcindonesia.com)

Gambar 1.1
Indeks Harga Saham Perusahaan Pertambangan



Sumber: www.idx.co.id Data diolah (2024)

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa selama periode 2020 hingga 2022, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sektor energi atau pertambangan mengalami lonjakan yang signifikan, sebagaimana ditunjukkan oleh grafik *IDX Energy*. Nilai indeks saham sektor energi melonjak tajam dari sekitar 400 pada Desember 2020 menjadi sekitar 2.400 pada Desember 2022, menunjukkan kenaikan lebih dari enam kali lipat dalam dua tahun. Kenaikan ini mencerminkan kepercayaan investor yang meningkat terhadap perusahaan-perusahaan di sektor energi, kemungkinan didorong oleh kenaikan harga komoditas energi dan prospek pertumbuhan yang positif untuk perusahaan-perusahaan di sektor ini.

Saham melambangkan kepemilikan suatu perusahaan, dimana pemiliknya disebut pemegang saham. Menurut Widianingsih *et al.*, (2021) harga saham adalah uang yang digunakan untuk memperoleh bukti penyertaan atau kepemilikan suatu perusahaan. Harga saham merupakan harga penutupan pasar saham dari setiap jenis saham yang dipilih menjadi sampel selama periode acuan, dan pergerakannya selalu dipantau oleh investor. Harga saham selalu berubah setiap tahunnya. Naik turunnya harga saham dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran investor di pasar modal.

Semakin banyak investor membeli sertifikat saham maka semakin tinggi harganya dan sebaliknya.

Harga saham merupakan harga per lembar saham yang dikeluarkan oleh perusahaan di bursa efek, dimana harga saham merupakan faktor yang cukup penting yang harus ditentukan terlebih dahulu oleh investor yang ingin menanamkan modalnya pada emiten tersebut, karena harga saham merupakan suatu hal yang sangat penting bagi investor paparan untuk kegiatan penerbit. Rasio keuangan dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan (Junaedi *et al.*, 2021). Dalam penelitian ini rasio yang akan digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah rasio profitabilitas yaitu *Return on Equity* (ROE), rasio *leverage* yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER), ukuran perusahaan (*Size*) yaitu Logaritma natural (Total Aset), dan harga saham diukur dengan *Closing Price*.

Tabel 1.1
Rata-rata Harga saham, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022

No.	Variabel	Tahun		
		2020	2021	2022
1	Harga Saham	2357,95	3744,04	4692,00
2	ROE	-0,33%	0,35%	0,24%
3	DER	2,99%	0,65%	-0,06%
4	Ukuran Perusahaan	28,44	28,59	28,81

Sumber: www.idx.co.id. Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa fluktuasi dalam nilai rata-rata Harga saham, Profitabilitas (ROE) *Leverage* (DER), dan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. Rata-rata Harga Saham pada tahun 2020 senilai 2357,95, tahun 2021

mengalami kenaikan senilai 3744,04 dan kembali meningkat pada tahun 2022 senilai 4692,00%. Perubahan juga terjadi di presentase ROE pada tahun 2020 sebesar -0,33%, tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 0,35% dan kembali mengalami penurunan di tahun 2022 sebesar 0,24%. Rata-rata DER pada tahun 2020 sebesar 2,99%, tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,65% dan kembali menurun tahun 2022 sebesar -0,06%. Rata-rata Ukuran Perusahaan pada tahun 2020 sebesar 28,44, tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 28,59, begitu juga pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 28,81.

Profitabilitas adalah ukuran yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Peningkatan profitabilitas dinilai baik oleh investor karena dianggap menawarkan prospek yang menguntungkan di masa depan (Faidah dan Wismar'ain., 2021). Profitabilitas yang tinggi dikaitkan dengan prospek usaha yang baik sehingga membuat investor meningkatkan permintaan terhadap saham tersebut. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE) yang dimana menurut Lubis (2023) *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Investor membutuhkan rasio ini untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dividen.

Penelitian yang dilakukan oleh Azilla *et al.*, (2022) berpendapat bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham yang dimana semakin tinggi nilai profitabilitas maka akan menyebabkan naiknya harga saham karena investor akan tertarik dengan tingkat ROE yang tinggi. Lalu hasil penelitian yang dilakukan oleh Welan *et al.*, (2019) berpendapat bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap harga saham. Sedangkan hasil penelitian

yang berbeda dilakukan oleh Rostina *et al.*, (2023) dengan hasil studi menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham.

Faktor lain yang mempengaruhi harga saham adalah *leverage*. Menurut Kasmir (2019) rasio *leverage* atau rasio utang merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aset perusahaan dapat dibiayai oleh utang. *Leverage* juga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, jika perusahaan tersebut dibubarkan. Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) yang dimana menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012) DER merupakan rasio yang mengukur sejauh mana dimungkinkan untuk menutupi jumlah utang dengan modal ekuitas. Hal ini dapat menggambarkan peluang, manfaat dan risiko yang terkait dengan penggunaan utang.

Leverage yang lebih tinggi menunjukkan risiko investasi yang lebih tinggi, karena hutang merupakan rasio yang menghitung besarnya dana yang diberikan oleh kreditur, serta rasio yang membandingkan antara total hutang suatu perusahaan dengan total asetnya, maka ketika investor melihat perusahaan dengan aset yang besar maka terdapat pula risiko hutang tinggi mereka berpikir dua kali untuk berinvestasi di perusahaan. Penelitian *leverage* yang dilakukan oleh Ritonga *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap harga saham, sedangkan hasil penelitian Pradanimas dan Sucipto (2022) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap harga saham. Artinya bahwa peningkatan dalam penggunaan utang (*leverage*) oleh perusahaan menyebabkan penurunan harga saham yang signifikan. Dalam konteks ini, semakin besar *leverage* perusahaan maka semakin besar pula peluang untuk menurunkan

nilai atau minat investor terhadap saham perusahaan tersebut. Hasil temuan yang berbeda dilakukan oleh Nadia dan Susila (2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

Rasio yang terakhir adalah ukuran perusahaan, menurut Wahyuni dan Budiarti (2020) ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dari total aktiva, penjualan atau modal perusahaan. Ketiga variabel di tersebut digunakan sebagai alat untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili ukuran perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin mudah bagi perusahaan tersebut untuk memperoleh sumber pendanaan, baik internal maupun eksternal, dimana biasanya perusahaan mempunyai lebih banyak sumber pendanaan untuk menunjang operasionalnya. Sehingga perusahaan mempunyai peluang lebih besar untuk memperoleh keuntungan lebih banyak.

Menurut Jogiyanto (2008) Ukuran aset digunakan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran aset diukur sebagai logaritma natural (LN) dari total aset. Ukuran perusahaan diukur dari total aset, penjualan atau modal perusahaan. Penelitian Liu (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham. Artinya bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap pertumbuhan harga saham perusahaan tersebut. Sedangkan hasil penelitian Marshi dan Suwitho (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap harga saham. Hasil temuan yang berbeda dilakukan oleh Setiabudhi (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian penelitian diatas, maka dapat disimpulkan pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap harga saham pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap harga saham pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat diperolehnya informasi yang akurat dan relevan serta bermanfaat kepada pihak sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi, informasi, dan wawasan serta memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Harga Saham, yang dimana nantinya dapat dijadikan sebagai referensi atau pembandng pada penelitian yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang akan diharapkan dalam penelitian ini, sebagai berikut

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dibuat untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman bagi penulis sendiri tentang Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, sebagai alat untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

2. Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para pengguna penelitian ini sehingga dapat dijadikan pembanding dengan penelitian sebelumnya maupun dijadikan sebgai sumber referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya.

3. Bagi perusahaan yang bersangkutan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik Perusahaan Pertambangan dalam pengambilan keputusan terkait peningkatan Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori Sinyal (*Signaling Theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pengirim (pemilik informasi) memberikan sinyal berupa informasi yang mencerminkan keadaan bisnis dan berguna bagi penerima (investor). Teori sinyal merupakan sebuah konsep dimana penyedia informasi dapat memilih apa dan bagaimana informasi ditampilkan, dan penerima informasi dapat memilih bagaimana menafsirkan informasi yang diterimanya. Perusahaan yang baik dapat membedakan dirinya dari perusahaan yang buruk dengan mengirimkan sinyal yang dapat diandalkan mengenai kualitasnya ke pasar modal (Spence, 1973).

Menurut Erawati dan Sulistiyono (2019), tujuan dari teori sinyal adalah untuk memberikan informasi antara manajemen dengan pihak-pihak terkait, salah satunya adalah investor. Teori sinyal merupakan suatu sinyal yang diberikan oleh manajemen perusahaan berupa informasi mengenai apa yang telah dilakukan manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik, selain itu juga dapat berupa promosi atau informasi yang menjelaskan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada yang lain. Teori sinyal digunakan karena harga saham perusahaan terus berfluktuasi sehingga dapat menjadi sinyal dari manajemen kepada investor. Tujuan pemberian sinyal adalah untuk mengurangi asimetri informasi baik bagi perusahaan maupun pihak luar (investor). Selain karena investor memerlukan informasi yang penting, akurat dan tepat waktu karena digunakan sebagai alat analisis dalam mengambil keputusan investasi.

Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang telah dilakukan manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik. Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan berupa laporan tahunan yang dapat memberikan sinyal kepada investor ketika mengambil keputusan investasi. Ketika suatu informasi dirilis, pelaku pasar terlebih dahulu menafsirkan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika pengumuman tersebut dianggap sebagai sinyal yang baik, maka investor akan tertarik untuk memperdagangkan saham tersebut (Marridhani *et al.*, 2020).

Informasi merupakan bagian penting dalam pengambilan keputusan seorang investor karena informasi, keterangan dan gambaran masa lalu, masa kini, dan masa depan dalam bentuk catatan membantu investor dalam mengambil keputusan investasi. Dalam mengambil keputusan, investor tentu akan mempunyai sudut pandang yang berbeda-beda dalam menafsirkan suatu informasi. Oleh karena itu, kebutuhan akan informasi merupakan landasan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan investasi.

Informasi yang menggambarkan perkembangan perekonomian yang baik tentunya menjadi pilihan para investor, sebaliknya jika kinerja perusahaan kurang baik tentu tidak mungkin investor dapat menentukan pilihan investasinya pada perusahaan yang berpenampilan buruk. Jika kinerja perusahaan bagus, pasti bisa memaksimalkan keuntungan. Ketika suatu perusahaan memperoleh keuntungan maka investor akan lebih mudah memperoleh keuntungan yang diharapkan. Sebaliknya jika kinerja perusahaan tidak baik maka mustahil memperoleh

keuntungan yang maksimal dan ekspektasi investor terhadap ekspektasi return jauh dari ekspektasi (Bustani, 2020).

2.1.2 Teori *Pecking Order* (*Pecking Order Theory*)

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Donaldson pada tahun 1961, akan tetapi penamaan *Pecking Order Theory* dilakukan oleh Stewart C. Myers tahun 1984 dalam *Journal of Finance* volume 39 dengan judul *The Capital Structure Puzzle*. Teori ini menyatakan bahwa ada ada semacam tata urutan (*Pecking Order*) bagi perusahaan dalam menggunakan modal. Teori tersebut juga menjelaskan bahwa perusahaan lebih mengutamakan pendanaan ekuitas internal (menggunakan laba yang ditahan) daripada pendanaan ekuitas eksternal (menerbitkan saham baru).

Menurut Cakranegara dan Wati (2020) teori *pecking order* menyebutkan bahwa manajemen akan mengutamakan modal sendiri sebelum menggunakan utang. Jika terpaksa membutuhkan tambahan dana maka manajemen akan memilih berutang daripada menerbitkan ekuitas.

Menurut Wikartika dan Fitriyah (2018), pada *Pecking Order Theory* perusahaan lebih menyukai *internal financing*, yaitu pendanaan dari hasil operasi perusahaan yang berwujud laba ditahan. Apabila memerlukan pendanaan dari luar (*external financing*), perusahaan akan menerbitkan sekuritas yang paling aman terlebih dahulu, yaitu dimulai dengan penerbitan obligasi kemudian diikuti penerbitan sekuritas berkarakteristik opsi dan apabila masih belum mencukupi maka saham baru akan diterbitkan. Jadi urutan penggunaan sumber pendanaan yang mengacu pada *pecking order theory* adalah dana internal (*internal fund*), hutang (*debt*), dan modal sendiri (*equity*).

Menurut Prawitasari (2019) *Pecking Order Theory* (POT) merupakan teori atau pendekatan yang bertujuan untuk meramalkan bagaimana perusahaan atau manajer akan mendanai anggaran perusahaan. Pendanaan berdasarkan pendekatan POT, yaitu perusahaan banyak menggunakan dana internal daripada dana eksternal untuk memenuhi kebutuhan pendanaannya. POT adalah teori alternatif yang menjelaskan mengapa perusahaan mendapat keuntungan yang lebih sedikit. Perusahaan dapat mendanai dengan dana internal, yaitu dengan laba yang ditahan dan diinvestasikan kembali, tetapi jika diperlukan pendanaan eksternal, pemilihan sumber pendanaan terendah adalah utang bukan ekuitas.

Teori *pecking order* menurut Bulan (2020) perusahaan lebih mengutamakan pendanaan ekuitas internal (laba ditahan) daripada penggunaan ekuitas eksternal (menerbitkan saham baru). Karena teori ini beranggapan jika memilih *internal equity* akan lebih menguntungkan dari pada menerbitkan saham baru yang akan mengurangi harga saham lama dan membuat harga saham turun sehingga hal ini ditafsirkan menjadi kabar buruk oleh para pemodal yang dapat memungkinkan menurunkan citra perusahaan.

2.1.3 Harga Saham

2.1.3.1 Pengertian Harga Saham

Menurut Jogiyanto (2008), harga suatu saham adalah harga yang ada di pasar modal pada suatu saat tertentu, yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran pelaku pasar serta permintaan terhadap saham yang bersangkutan di pasar modal. Harga saham berarti nilai dari saham itu sendiri. Pemegang saham menerima pengembalian modalnya dalam bentuk dividen dan *capital gain*.

Menurut Pratama *et al.*, (2020) harga saham merupakan bukti kepemilikan investor terhadap suatu perusahaan dengan cara memperoleh saham yang mana saham tersebut mempunyai nilai jual dan diperdagangkan di pasar modal. Harga saham di pasar modal terdiri dari tiga kategori, yaitu harga tertinggi, harga terendah, dan harga penutupan.

Menurut Gunawan (2020), harga saham dapat menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola usahanya. Harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengelola usahanya dengan baik. Hal ini diikuti dengan peningkatan permintaan saham yang berpengaruh positif terhadap kenaikan harga saham. Jika harga saham terus turun maka nilai saham emiten akan turun.

Berdasarkan definisi tersebut, harga saham adalah harga per lembar saham yang ditentukan oleh suatu perusahaan berdasarkan permintaan dan penawaran saham di pasar modal. Harga saham suatu perusahaan selalu berbeda-beda. Harga saham tercermin dalam Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), yang merupakan gambaran naik turunnya saham-saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia secara umum.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham

Menurut situs Otoritas Jasa Keuangan (OJK), ada beberapa faktor yang biasanya mempengaruhi naik turunnya harga saham suatu perusahaan. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang timbul dari dalam perusahaan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar perusahaan.

1. Faktor Eksternal

1) Kondisi Fundamental Ekonomi Makro

Faktor ini berdampak langsung terhadap naik turunnya harga saham, seperti:

- a) Kenaikan atau penurunan suku bunga akibat kebijakan bank sentral Amerika Serikat (*Federal Reserve*).
- b) Naik turunnya suku bunga acuan Bank Indonesia (BI) serta nilai impor dan ekspor berdampak langsung terhadap nilai tukar rupiah terhadap dolar AS.
- c) Tingkat inflasi juga termasuk dalam salah satu faktor kondisi ekonomi makro.
- d) Pengangguran yang tinggi yang diakibatkan faktor keamanan dan guncangan politik juga berpengaruh secara langsung terhadap naik atau turunnya harga saham.

Hubungan antara tingkat suku bunga perbankan dan pergerakan harga saham juga menjadi faktor yang sangat jelas. Ketika suku bunga perbankan melejit, harga saham yang diperdagangkan di bursa akan cenderung turun tajam. Hal ini dapat terjadi karena beberapa kemungkinan:

- a) Pertama, ketika suku bunga perbankan naik, banyak investor yang mengalihkan investasinya ke instrumen perbankan semisal deposito. Dengan naiknya suku bunga tersebut, investor dapat meraup keuntungan yang lebih banyak.
- b) Kedua, bagi perusahaan, ketika suku bunga perbankan naik, mereka akan cenderung untuk meminimalkan kerugian akibat dari meningkatnya beban

biaya. Hal ini terjadi karena sebagian besar perusahaan memiliki utang kepada perbankan.

2) Fluktuasi Kurs Rupiah Terhadap Mata Uang Asing

Kuat lemahnya kurs rupiah terhadap mata uang asing sering kali menjadi penyebab naik turunnya harga saham di bursa. Konsekuensi dari fluktuasi kurs tersebut bisa berdampak positif ataupun negatif bagi perusahaan-perusahaan tertentu, khususnya yang memiliki beban utang mata uang asing.

Perusahaan importir atau perusahaan yang memiliki beban utang mata uang asing akan dirugikan akibat melemahnya kurs. Sebab hal ini akan berakibat pada meningkatnya biaya operasional dan secara otomatis juga mengakibatkan turunnya harga saham yang ditawarkan. Sebagai contoh kasus adalah melemahnya kurs rupiah terhadap dolar AS sering kali melemahkan harga-harga saham di Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG).

3) Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah dapat memengaruhi harga saham meskipun kebijakan itu masih dalam tahap wacana dan belum terealisasi. Banyak contoh dari kebijakan pemerintah yang menimbulkan volatilitas harga saham, seperti kebijakan ekspor impor, kebijakan perseroan, kebijakan utang, kebijakan Penanaman Modal Asing (PMA), dan lain sebagainya

4) Faktor Panik

Berita-berita tertentu dapat memicu kepanikan di salah satu bursa atau saham. Kepanikan ini akan menuntut investor untuk melepas (menjual) sahamnya. Kembali pada hukum permintaan dan penawaran. Kondisi ini akan menyebabkan tekanan jual, sehingga harga saham akan turun.

Dalam fenomena *panic selling*, para investor ingin segera melepas sahamnya tanpa peduli harganya, karena takut harganya akan semakin jatuh. Tindakan ini lebih dipicu oleh emosi dan ketakutan bukan berdasar analisis yang rasional. Maka dari itu, sebelum menjual saham, alangkah lebih baik analisis terlebih dulu apakah secara fundamental saham tersebut masih layak dipegang.

5) Faktor Manipulasi Pasar

Penyebab naik turun harga saham juga bisa disebabkan karena manipulasi pasar. Manipulasi pasar biasanya dilakukan investor-investor berpengalaman dan bermodal besar dengan memanfaatkan media massa untuk memanipulasi kondisi tertentu demi tujuan mereka, baik menurunkan maupun meningkatkan harga saham. Hal ini sering disebut dengan istilah rumor. Namun penyebab oleh faktor ini biasanya tidak akan bertahan lama. Fundamental perusahaan yang tercermin di laporan keuangan yang akan mengambil kendali terhadap tren harga sahamnya.

2. Faktor Internal

1) Faktor Fundamental Perusahaan

Faktor fundamental perusahaan adalah faktor utama penyebab harga saham naik atau turun yang harus selalu dicermati dalam berinvestasi saham. Saham dari perusahaan yang memiliki fundamental baik akan menyebabkan tren harga sahamnya naik. Sedangkan saham dari perusahaan yang memiliki fundamental buruk akan menyebabkan tren harga sahamnya turun.

2) Aksi Korporasi Perusahaan

Aksi korporasi yang dimaksud di sini berupa kebijakan yang diambil jajaran manajemen perusahaan. Dampaknya dapat mengubah hal-hal yang

sifatnya fundamental dalam perusahaan. Contoh dari aksi korporasi adalah terjadinya akuisisi, *merger*, *right issue*, atau divestasi.

3) Proyeksi Kinerja Perusahaan di Masa Mendatang

Performa atau kinerja perusahaan dijadikan acuan bagi para investor maupun analis fundamental dalam melakukan pengkajian terhadap saham perusahaan. Adapun beberapa faktor yang menjadi sorotan diantaranya yaitu tingkat laba yang diperoleh, tingkat rasio utang, dan total aset suatu perusahaan.

2.1.3.3 Indikator Harga Saham

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012) harga saham diukur dengan harga penutupan atau *Closing Price*. Harga penutupan adalah harga terakhir dimana saham diperdagangkan pada akhir sesi perdagangan di bursa efek pada hari tertentu. Harga penutupan (*Closing Price*) adalah harga terakhir yang terlihat pada saham tersebut sebelum pasar saham tutup. Jadi jika ada beberapa transaksi atau perdagangan saham dalam sehari, maka akan ada harga penutupan di akhir sesi. Harga inilah yang disebut harga penutupan. Harga penutupan ini juga menjadi dasar penghitungan indeks saham. Harga penutupan saham menjadi patokan harga pembukaan keesokan harinya, sehingga dapat mempengaruhi investor dalam melakukan transaksi keesokan harinya (Tokopedia, 2021).

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Kasmir, 2019). Laba suatu perusahaan tidak hanya menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya

kepada para donaturnya, tetapi juga merupakan bagian dari penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek masa depan perusahaan.

Menurut Tyas *et al.*, (2020), profitabilitas merupakan rasio yang mengukur efisiensi manajemen yang tujuannya adalah besarnya laba atas penjualan dan investasi. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin baik perusahaan dalam mengelola operasionalnya sehingga berdampak pada semakin baik pula citra perusahaan di mata investor. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi dapat mengatakan bahwa laporan keuangan perusahaannya mengandung kabar baik, dan perusahaan yang mengalami kabar baik melaporkan tepat waktu.

Menurut Putri dan Cahyono (2022), Profitabilitas merupakan alat ukur bisnis untuk memberitahu tentang keuntungan atau kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, seperti yang ditunjukkan dalam perhitungan rasio profitabilitas. Penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung pada manajemen. Semakin tinggi nilai profitabilitas maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Hal ini memberikan minat dan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya dengan harapan memperoleh return yang tinggi.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset yang dimilikinya selama jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan atau tingkat kinerja perusahaan.

2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas

Beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan menurut Munawir, (2012) adalah sebagai berikut:

1) Jenis Perusahaan

Profitabilitas perusahaan akan sangat bergantung pada jenis perusahaan, jika perusahaan menjual barang konsumsi atau jasa biasanya akan memiliki keuntungan stabil dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi barang-barang modal.

2) Umur Perusahaan

Sebuah perusahaan yang telah lama berdiri akan lebih stabil bila dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Umur perusahaan ini adalah umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan operasinya.

3) Skala Perusahaan

Jika skala ekonominya lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang rendah. Tingkat biaya rendah tersebut merupakan cara untuk memperoleh laba yang diinginkan. Skala perusahaan dapat dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun.

4) Harga Produksi

Harga pokok produksi adalah semua biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan perusahaan yang biaya produksinya relatif lebih murah akan memiliki keuntungan yang lebih baik dan stabil daripada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.

5) Produk Yang Dihasilkan

Perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada perusahaan yang memproduksi barang. Profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam satu periode dengan jumlah aktiva atau modal perusahaan.

2.1.4.3 Indikator Profitabilitas

Rasio profitabilitas biasa digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. *Return On Equity* (ROE) mengukur laba bersih setelah pajak dengan ekuitas. Pemegang saham atau investor biasanya memandang ROE karena ROE berkaitan langsung dengan saham perusahaan, bukan aset perusahaan. ROE yang lebih tinggi memberi sinyal kepada pemegang saham bahwa terdapat pengembalian yang lebih tinggi atas modal yang diinvestasikan. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan ROE, menurut Kasmir (2019) ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

2.1.5 Leverage

2.1.5.1 Pengertian Leverage

Muntahanah (2021) menyatakan bahwa *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur berapa banyak utang yang harus diambil perusahaan untuk melunasi asetnya. Penggunaan hutang yang terlalu banyak mengancam perusahaan, karena perusahaan termasuk dalam kategori hutang ekstrim yaitu

perusahaan terjerat hutang yang besar dan sulit untuk menghilangkan beban hutang tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus memikirkan seberapa besar hutang yang dapat diambil dan dari mana sumber uang yang digunakan untuk membayar hutang tersebut.

Menurut Kosim dan Safira (2020) Rasio *leverage* dapat diartikan sebagai ukuran sejauh mana aset suatu perusahaan dibiayai dengan hutang. Dengan kata lain, *leverage* menunjukkan berapa banyak utang yang harus ditanggung perusahaan untuk pemenuhan aset.

Menurut Kaharuddin *et al.*, (2022), Rasio *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset atau dana berbiaya tetap (*fixed cost assets* atau *fund*) untuk meningkatkan tingkat pendapatan (*return*) pemilik perusahaan. Salah satu rasio *leverage* terhadap ekuitas adalah *Debt to Equity Ratio* (DER), yang digunakan untuk memperkirakan rasio utang terhadap ekuitas. Membandingkan seluruh kewajiban, termasuk utang lancar, dengan total ekuitas. Semakin tinggi rasio maka semakin rendah jumlah pembiayaan yang diberikan pemegang saham kepada perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah rasio maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya.

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah rasio untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dapat menggunakan hutang untuk menjalankan usaha utama perusahaan dalam seluruh aktivitas internal perusahaan termasuk investasi untuk mendapatkan gambaran mengenai keadaan perusahaan.

2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Leverage*

Menurut Padrón *et al.* (2019) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam menentukan proporsi *leverage* atau tingkat utangnya. Faktor-faktor tersebut tingkat utang yaitu, ukuran, penghasilan, tingkat jaminan, biaya utang, peluang pertumbuhan, dan reputasi.

Ukuran telah menjadi salah satu faktor yang paling umum digunakan untuk menentukan tingkat utang perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin banyak informasi mengenai perusahaan yang tersedia di pasar, sehingga mengurangi tingkat asimetri informasi yang memungkinkan perusahaan memperoleh sumber pendanaan dari pemberi pinjaman dengan mudah.

Faktor lain yang mempengaruhi *leverage* yaitu, sumber penghasilan. Perusahaan yang menghasilkan sumber dana internal yang rendah, biasanya cenderung menggunakan utang dalam jumlah yang tinggi. Sebaliknya, perusahaan yang menghasilkan sumber dana internal yang tinggi, cenderung menggunakan utang dalam jumlah yang lebih rendah.

Perusahaan yang memilih untuk mendanai kegiatan operasional dengan utang, maka perusahaan tersebut harus memiliki suatu hal yang dapat dijadikan jaminan. Aset berwujud dari suatu perusahaan dapat dianggap mewakili jaminan nyata yang dapat perusahaan tawarkan pada kreditur. Tingkat utang akan naik seiring dengan peningkatan jaminan yang ditawarkan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang timbul dari kontrak utang (Rajan dan Zingales, 2019).

Faktor yang mempengaruhi *leverage* selanjutnya adalah biaya utang. Ketika biaya utang perusahaan tinggi, maka tingkat risiko kesulitan keuangan juga tinggi, sehingga Perusahaan cenderung untuk menurunkan tingkat utangnya. Sebaliknya,

ketika biaya utang Perusahaan rendah, maka risiko kesulitan keuangan juga rendah, sehingga tingkat utang akan meningkat.

Menurut Rajan dan Zingales (2019) ketika perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang besar membutuhkan dana, Perusahaan tersebut akan meningkatkan ekuitas dan mengurangi penggunaan utang, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan negatif dengan tingkat utang.

Reputasi suatu perusahaan juga dapat mempengaruhi kemampuan tingkat utang atau *leverage*, karena dapat mengurangi konflik antara perusahaan dan pemberi pinjaman. Menurut Diamond (2020), dengan memenuhi kewajiban pembayaran, perusahaan dapat menikmati reputasi yang baik, dan menghilangkan konflik dengan para kreditur. Perusahaan dengan reputasi yang baik biasanya lebih matang dan lebih dikenal di pasar, sehingga perusahaan tersebut dapat dengan mudah memperoleh pinjaman. Oleh sebab itu, perusahaan dengan reputasi yang baik akan memberikan hubungan yang positif dengan tingkat utang (Padrón *et al.*, 2019).

2.1.5.3 Indikator *Leverage*

Menurut Kasmir (2019), *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi utang dan ekuitas. Rasio ini diperoleh dengan membandingkan seluruh utang, termasuk kewajiban lancar, terhadap total ekuitas. Rasio ini digunakan untuk mengetahui jumlah uang antara peminjam (kreditur) dan pedagang. Dengan rasio ini, maka dapat diketahui setiap rupiah ekuitas yang

digunakan untuk mengamankan utang tersebut. Menurut Kasmir (2019), DER dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

2.1.6 Ukuran Perusahaan

2.1.6.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2018), ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan nilai total aset, total perputaran, total laba, beban pajak, dan lain-lain. Ukuran perusahaan yang besar memudahkan dalam mendapatkan pinjaman karena besarnya nilai aset perusahaan dapat dijadikan jaminan atas pinjaman tersebut, dan kepercayaan pihak bank pasti lebih besar dibandingkan dengan usaha kecil. Semakin besar perusahaan, biasanya semakin banyak pula modal eksternal yang dibutuhkan untuk kebutuhan operasional perusahaan yang lebih besar. Ukuran perusahaan adalah jumlah perusahaan yang dikelompokkan berdasarkan kategori bisnis, termasuk perusahaan kecil, menengah, dan besar.

Menurut Widiastari dan Yasa (2018), ukuran perusahaan adalah skala yang mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total perputaran pada suatu periode tertentu, diukur dengan total aset atau aset. Dengan cara ini, ukuran perusahaan diharapkan dapat mengurangi apa yang disebut perubahan ekstrim, atau pergerakan data.

Menurut Simanjuntak (2021), ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dengan menggunakan metrik ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala dimana perusahaan dapat diklasifikasikan secara berbeda. Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga

kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari semakin banyak aset yang dimiliki perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaannya.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan jumlah perputaran, volume neraca atau neraca pada suatu periode tertentu.

2.1.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ukuran Perusahaan

Menurut Aprilando dan Mujiyati (2022), ukuran perusahaan adalah besarnya total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran keseluruhan aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan, dan ukuran perusahaan digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi nilainya, begitu pula sebaliknya semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin rendah nilainya (Kartino dan Welas, 2020).

2.1.6.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Jogiyanto (2008), ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan. Ini dikenal dengan metode Ln (Total Aset). Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan = Ln (Total Aset)

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham

1. Penelitian yang dilakukan oleh Welan *et al.*, (2019) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI pada Industri Barang

Konsumsi.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap harga saham, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan semuanya mempengaruhi harga saham secara simultan.

2. Penelitian dilakukan oleh Andreas *et al.*, (2021) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Harga Saham dengan *Price Earnings* Sebagai Variabel Mediasi.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham dan *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap harga saham.
3. Penelitian dilakukan oleh Arrizqi (2021) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan *Property* Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham, *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Azilla *et al.*, (2022) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan (Studi Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Harga Saham, dan *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap Harga Saham.

Sedangkan Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham perusahaan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Imelda *et al.*, (2022) dengan judul “Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Rasio Pasar Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Indeks LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021).” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Harga Saham, sedangkan Profitabilitas dan Rasio Pasar berpengaruh positif terhadap Harga Saham.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Elviani dan Jumri (2024) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Deviden Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham dan Kebijakan Deviden berpengaruh positif signifikan terhadap Harga Saham.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Harga Saham

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lyman (2019) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan *Property* Dan *Real Estate* Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017).” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham dan *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Harga Saham.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nadia dan Susila (2021) dengan judul “Pengaruh *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Konstruksi dan Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

Leverage dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham. *Leverage* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham dan Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Harga Saham.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Pradanimas dan Sucipto (2022) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Harga Saham dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Sedangkan *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap Harga Saham.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Maesaroh *et al.*, (2022) dengan judul “Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI (Studi Empiris pada Perusahaan Tambang yang Terdaftar di BEI 2017-2020)”. Penelitian ini menunjukkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap Harga Saham, sedangkan *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Harga Saham. untuk variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan secara bersamaan tidak memiliki pengaruh terhadap Harga Saham.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari *et al.*, (2023) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen terhadap Harga Saham pada Perusahaan Subsektor Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Harga Saham, *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap Harga Saham, Likuiditas berpengaruh tidak

signifikan terhadap Harga Saham, dan Kebijakan Dividen berpengaruh positif signifikan terhadap Harga Saham. Hasil uji secara simultan menunjukkan Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Harga Saham.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ritonga *et al.*, (2024) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* berpengaruh terhadap Harga Saham. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham, Likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham dan *Leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham

1. Penelitian yang dilakukan oleh Setiabudhi (2022) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Mediasi”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham, Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Harga Saham.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Marshi dan Suwitho (2023) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Terhadap Harga Saham Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI”. Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif

terhadap harga saham, variabel leverage berpengaruh signifikan dan negatif terhadap harga saham, dan variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga saham.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Priyadi (2023) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham, *Leverage* (DER) berpengaruh tidak signifikan terhadap Harga Saham, sedangkan untuk Ukuran Perusahaan (*Size*) berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Rostina *et al.*, (2023) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sektor Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021”. Hasil penelitian uji simultan menunjukkan bahwa Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Harga Saham. Hasil penelitian uji secara parsial menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Harga Saham. variabel Struktur Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham. Variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham.
5. Penelitian dilakukan oleh Liu (2023) dengan judul “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, Profitabilitas, dan *Green Accounting* terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan dan

Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap Harga Saham, sedangkan *Sales Growth* dan *Green Accounting* tidak terhadap Harga Saham.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Juliastuti *et al.*, (2024) dengan judul “Pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di LQ-45 Pada Juli 2021-Maret 2022.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Economic Value Added* tidak berpengaruh terhadap Harga Saham, *Market Value Added* berpengaruh positif terhadap Harga Saham, Likuiditas berpengaruh positif terhadap Harga Saham, Ukuran Perusahaan berpengaruh Positif terhadap Harga Saham, dan Kebijakan Deviden berpengaruh positif terhadap Harga Saham.

