

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Signaling Theory

Teori sinyal pertama kali dicetuskan oleh Michael Spence pada tahun 1973. Di mana Spence menjelaskan bagaimana informasi asimetris dalam pasar tenaga kerja dapat diatasi dengan sinyal yang dikirim oleh pencari dan pemberi kerja. Dalam hal ini, pendidikan berperan sebagai sinyal untuk menunjukkan produktivitas individu, walaupun jika pendidikan tersebut tidak selalu meningkatkan keterampilan secara langsung. Agar efektif, sinyal harus memiliki biaya yang berbeda bagi individu dengan produktivitas tinggi dan rendah, sehingga hanya individu dengan produktivitas tinggi yang mampu untuk mengirim sinyal tersebut secara efisien. Perusahaan kemudian dapat menggunakan sinyal ini, seperti gelar pendidikan, untuk menilai kemampuan dari calon pekerja dan menentukan gaji dan posisi mereka (Spence, 1973).

Teori sinyal menurut (Brigham & Houston, 2020), adalah “suatu aksi yang diambil oleh manajer perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor bagaimana pandangan manajemen mengenai prospek perusahaan.” “Dampak dari digunakannya teori sinyal sendiri adalah banyak insentif bagi semua manajer untuk memberikan sinyal ekspektasi keuntungan dimasa depan karena, jika investor mempercayai sinyal tersebut, harga saham akan meningkat dan pemegang saham (dan manajer yang bertindak untuk kepentingan mereka) akan diuntungkan”(Godfrey et al., 2011). “Holthausen juga menjelaskan mengenai pemilihan kebijakan akuntansi yaitu dari perspektif informasi. Berdasarkan perspektif ini, manajemen perusahaan secara sukarela memberikan informasi kepada para investor untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan. Di pasar modal, manajemen perusahaan diasumsikan memberikan informasi yang akan digunakan untuk pengambilan keputusan oleh para investor dan informasi yang dihasilkan oleh manajemen dapat berdampak pada keputusan investasi yang diambil oleh investor, sehingga perubahan dalam setiap

keputusan investasi nantinya akan berdampak pada harga saham perusahaan”(Godfrey et al., 2011). “Dengan menggunakan signaling theory, jika manajemen berekspektasi perusahaan akan mengalami tingkat pertumbuhan yang tinggi, mereka akan mencoba untuk memberikan sinyal-sinyal kepada investor melalui akun-akunnya”(Godfrey et al., 2011).

Menurut (Sugiyanto & Candra, 2018), “Alasan digunakannya signal theory adalah bahwa setiap aksi korporasi yang dilakukan oleh perusahaan memberikan arti bagi pihak luar. Makna yang diberikan dari informasi tersebut yang dikenal kemudian sebagai sinyal, yang dapat berarti sinyal positif atau sinyal negatif yang kemudian akan diikuti oleh reaksi pasar. Jika sinyal yang diberikan adalah positif, pasar bereaksi untuk meningkatkan harga saham yang selanjutnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan.”

2.2 Pasar Modal

“Pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta Lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Efek yang dimaksud adalah surat berharga, yaitu surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, Unit penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek, dan setiap derivatif dari efek” (*Undang-Undang Nomor 8, 1995*).

“Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian di Indonesia karena Pasar Modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (investor). Kedua, pasar modal dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan” (Otoritas Jasa Keuangan, 2023)

“Ada beberapa manfaat pasar modal di suatu negara antara lain:

1. Sebagai salah satu sumber pembiayaan (jangka panjang) bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya

2. Sebagai tempat untuk penyebaran kepemilikan perusahaan kepada masyarakat
3. Sebagai tempat investasi bagi investor yang ingin berinvestasi di aset keuangan
4. Salah satu industri yang sangat terbuka dan menjunjung tinggi profesionalisme sehingga akan mendorong terciptanya iklim usaha yang sehat, termasuk mendorong penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) pada perusahaan.
5. Strategi untuk mempertahankan keberadaan perusahaan dari generasi ke generasi
6. Menciptakan lapangan kerja/profesi bagi masyarakat, baik sebagai pelaku pasar maupun investor
7. Sebagai sarana peningkatan pendapatan negara dan sebagai indikator perekonomian negara” (Otoritas Jasa Keuangan, 2023)

“Pasar modal sendiri terdapat beberapa jenis, dapat diklasifikasikan berdasarkan waktu transaksinya, yakni:

1. Pasar perdana

Pasar perdana adalah pasar di mana efek-efek atau surat berharga diperdagangkan untuk pertama kalinya ke masyarakat sebelum dicatatkan di bursa efek. Periode pasar perdana yaitu ketika saham atau efek lainnya untuk pertama kali ditawarkan kepada investor (pemodal) oleh pihak penjamin emisi efek (*underwriter*) melalui perantara pedagang efek (*broker-dealer*) yang bertindak sebagai agen penjual saham. Proses ini biasa disebut dengan penawaran umum perdana (*Initial Public Offering/IPO*). Pada pasar perdana harga saham tetap karena perusahaan sudah menentukan harga dan jumlah saham yang akan ditawarkan sebelum menawarkannya di pasar perdana.

Perusahaan yang akan melakukan IPO di pasar perdana harus mempublikasikan tentang harga penawaran, jumlah saham yang ditawarkan, masa penawaran, dan informasi lain yang penting di surat

karber berskala nasional, situs web perusahaan terkait, dan juga tersedia untuk publik dalam bentuk Prospektus.

2. Pasar sekunder

Pasar sekunder adalah kelanjutan dari pasar perdana, pasar di mana efek yang telah dicatatkan di bursa efek diperjual-belikan. Pasar sekunder memberikan kesempatan kepada para investor untuk membeli atau menjual efek yang tercatat di bursa setelah terlaksananya penawaran umum pada pasar perdana. Di pasar ini, transaksi pembelian dan penjualan efek sudah tidak terjadi di antara investor dengan perusahaan, tapi antara investor yang satu dengan investor yang lain.

Setelah tercatat di bursa saham, artinya saham perusahaan tersebut bisa bebas ditransaksikan oleh publik. Misalnya saja investor yang sudah memiliki saham hasil penawaran umum di pasar perdana, biasanya akan menjual saham tersebut di pasar sekunder untuk memperoleh capital gain. Contoh transaksi di pasar sekunder adalah transaksi saham yang sering kita lakukan menggunakan platform online trading saham yang disediakan oleh perusahaan efek sebagai Perantara Pedagang Efek (PPE).

Berbeda dengan pasar perdana yang harga sahamnya tetap, harga saham pada pasar sekunder mengalami fluktuasi berupa kenaikan maupun penurunan, hal ini terjadi karena adanya permintaan dan penawaran atas saham tersebut. Penawaran dan permintaan tersebut terjadi karena banyak faktor, baik yang sifatnya spesifik atas saham tersebut (kinerja perusahaan dan industri di mana perusahaan tersebut bergerak) maupun faktor yang sifatnya makro seperti tingkat suku bunga, inflasi, nilai tukar dan faktor-faktor non ekonomi seperti kondisi sosial dan politik, dan faktor lainnya. Dalam dunia keuangan, kenaikan dan penurunan harga saham berbanding lurus dengan kinerja fundamental perusahaan.

Pada pasar sekunder, dana jual beli investor sudah tidak masuk ke perusahaan yang mengeluarkan efek tersebut melainkan berpindah tangan dari investor yang satu ke investor yang lain” (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

2.3 Initial Public Offering (IPO)

“Terdapat banyak keuntungan bagi perusahaan untuk melakukan penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering (IPO)* atau biasa disebut dengan *go public*. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Membuka akses perusahaan terhadap sarana pendanaan jangka panjang

Alasan ini merupakan pertimbangan yang paling utama bagi perusahaan untuk *go public* dan menjadi perusahaan publik. Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk meningkatkan modal kerja dalam rangka membiayai pertumbuhan perusahaan, untuk membayar utang, untuk melakukan investasi atau melakukan akuisisi. *Go public* juga akan meningkatkan nilai ekuitas perusahaan, sehingga perusahaan memiliki struktur permodalan yang optimal.

Dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, kalangan perbankan atau institusi keuangan lainnya akan dapat lebih mengenal dan percaya kepada perusahaan. Setiap saat perbankan dapat mengetahui kondisi keuangan perusahaan melalui berbagai keterbukaan informasi yang diumumkan perusahaan melalui Bursa. Dengan kondisi demikian, tidak hanya proses pemberian pinjaman yang relatif akan lebih mudah dibandingkan pemberian pinjaman kepada perusahaan yang belum dikenal, namun tingkat bunga yang dikenakan juga dimungkinkan akan lebih rendah mengingat *credit risk* perusahaan terbuka yang relatif lebih kecil dibandingkan *credit risk* pada perusahaan tertutup.

2. Meningkatkan nilai perusahaan

Dengan menjadi perusahaan publik dan tercatat di Bursa Efek Indonesia, setiap saat publik dapat memperoleh data pergerakan nilai perusahaan. Setiap peningkatan kinerja operasional dan kinerja keuangan umumnya akan mempunyai dampak terhadap harga saham di Bursa, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

3. Kemampuan untuk mempertahankan kelangsungan usaha

Pembagian peran antara para pemilik dan manajemen dapat menjadi pemicu kejatuhan bisnis, terutama pada perusahaan yang dikelola suatu keluarga. Dengan menjadi perusahaan publik, setiap pendiri maupun penerusnya dapat memiliki saham perusahaan dalam porsi yang masing-masing dan sewaktu-waktu dapat melakukan penjualan atau pembelian melalui Bursa Efek Indonesia. Pemegang saham pendiri juga dapat mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada pihak profesional yang kompeten dan dapat dengan mudah mengawasi perusahaan melalui laporan keuangan atau keterbukaan informasi perusahaan yang diwajibkan oleh otoritas.

Dalam hal terjadi kesulitan keuangan dan kegagalan pembayaran utang kepada kreditur yang kemudian memerlukan restrukturisasi utang, *debt to equity swap* dapat menjadi alternatif jalan keluar bagi kedua belah pihak. Kreditur yang memperoleh saham dari konversi utang, dapat menjual saham tersebut melalui mekanisme perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia. Hal demikian sulit dilakukan jika debitur merupakan perusahaan tertutup.

4. Meningkatkan citra perusahaan

Dengan pencatatan saham perusahaan di Bursa Efek Indonesia, informasi dan berita tentang perusahaan akan sering diliput oleh media, penyedia data, dan analis di perusahaan sekuritas. Publikasi secara cuma-cuma tersebut akan meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan eksposur pengenalan atas produk yang dihasilkan

dan/atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Hal ini akan menciptakan peluang-peluang baru dan pelanggan baru dalam bisnis perusahaan.

5. Menumbuhkan loyalitas karyawan perusahaan

Apabila saham perusahaan dapat diperdagangkan di Bursa, karyawan akan dengan senang hati mendapatkan insentif berupa saham melalui program kepemilikan saham. Dengan lebih melibatkan karyawan dalam proses pertumbuhan perusahaan, diharapkan dapat menimbulkan rasa memiliki (sense of belonging), yang pada akhirnya dapat meningkatkan profesionalisme dan kinerja karyawan.

6. Insentif pajak

Untuk mendorong perusahaan melakukan go public, pemerintah memberikan keringanan pajak (syarat dan ketentuan berlaku) untuk Perusahaan Terbuka dan untuk pemegang saham perusahaan terbuka.

Pemerintah memberikan insentif pajak kepada perusahaan terbuka berupa penurunan tarif pajak penghasilan sebesar 3% untuk Perusahaan Terbuka dan tercatat di Bursa Efek Indonesia yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Wajib pajak dalam negeri pembentuk perseroan terbuka
2. Jumlah keseluruhan saham yang disetor diperdagangkan pada bursa efek di Indonesia paling sedikit 40% (empat puluh persen);
3. Memiliki minimal 300 pemegang saham yang kepemilikan masing – masing kurang dari 5% (lima persen) dari keseluruhan saham yang ditempatkan dan disetor penuh; dan
4. Perusahaan dapat memenuhi persyaratan di atas setidaknya selama 183 hari kalendar dalam 1 Tahun Pajak.

Bagi pemilik perusahaan terbuka yang sahamnya tercatat di Bursa Efek Indonesia, Pemerintah hanya mengenakan tarif pajak final sebesar 0,1% dari jumlah bruto nilai transaksi penjualan saham di Bursa Efek Indonesia. Hal ini sangat menarik jika dibandingkan dengan tarif pajak penghasilan atas penjualan saham diluar bursa efek dapat mencapai 35% untuk perorangan. Khusus untuk saham pendiri perlu membayar pajak

penghasilan tambahan sebesar 0,5% dari nilai pasar saham saat Penawaran Umum Perdana untuk dapat menggunakan tarif pajak final sebesar 0,1%.

(Dasar hukum: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan; Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2020 tentang Penurunan Tarif Pajak Penghasilan bagi Wajib Pajak Badan Dalam Negeri yang Berbentuk Perseroan Terbuka; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan; Keputusan Menteri Keuangan KMK.282/KMK.04/1997 tentang Pelaksanaan Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Penghasilan dari Transaksi Penjualan Saham di Bursa Efek, dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 1994 jo. PP No. 14 Tahun 1997)” (Bursa Efek Indonesia, 2023)

Menurut (Bursa Efek Indonesia, 2023), “proses go public adalah sebagai berikut:

1. Penunjukan *underwriter* dan persiapan dokumen

Pada tahap awal, perusahaan perlu membentuk tim internal, menunjuk *underwriter* dan lembaga serta profesi penunjang pasar modal yang akan membantu perusahaan melakukan persiapan go public, meminta persetujuan RUPS dan merubah Anggaran Dasar, serta mempersiapkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk disampaikan kepada Bursa Efek Indonesia dan OJK.

2. Penyampaian permohonan pencatatan saham ke BEI dan penitipan kolektif ke KSEI

Untuk menjadi perusahaan publik yang sahamnya dicatatkan dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, perusahaan perlu mengajukan permohonan untuk mencatatkan saham, dilengkapi dengan dokumendokumen yang dipersyaratkan, antara lain profil perusahaan, laporan keuangan, opini hukum, proyeksi keuangan, dll.

Perusahaan juga perlu menyampaikan permohonan pendaftaran saham untuk dititipkan secara kolektif (*scripless*) di Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI).

Bursa Efek Indonesia akan melakukan penelaahan atas permohonan yang diajukan perusahaan dan akan mengundang perusahaan beserta underwriter dan profesi penunjang untuk mempresentasikan profil perusahaan, rencana bisnis dan rencana penawaran umum yang akan dilakukan. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang kegiatan usaha perusahaan, Bursa Efek Indonesia juga akan melakukan kunjungan ke perusahaan serta meminta penjelasan lainnya yang relevan dengan rencana IPO perusahaan. Apabila perusahaan telah memenuhi persyaratan yang ditentukan, dalam waktu maksimal 10 Hari Bursa setelah dokumen lengkap, Bursa Efek Indonesia akan memberikan persetujuan prinsip atas permohonan Pencatatan kepada perusahaan.

3. Penyampaian pernyataan pendaftaran ke OJK

Bersamaan dengan penyampaian dokumen Permohonan Pencatatan Saham ke Bursa, perusahaan menyampaikan Pernyataan Pendaftaran dan dokumen pendukungnya kepada OJK untuk melakukan penawaran umum perdana saham. Dokumen pendukung yang diperlukan antara lain adalah prospektus.

Dalam melakukan penelaahan, OJK dapat meminta perubahan atau tambahan informasi kepada perusahaan untuk memastikan bahwa semua fakta material tentang penawaran saham, kondisi keuangan, dan kegiatan usaha perusahaan diungkapkan kepada publik melalui prospektus.

Sebelum mempublikasikan prospektus ringkas di surat kabar atau melakukan penawaran awal (*bookbuilding*), perusahaan harus menunggu izin dari OJK. Perusahaan juga dapat melakukan public expose jika izin publikasi telah dikeluarkan OJK. OJK akan memberikan pernyataan efektif setelah perusahaan menyampaikan

informasi mengenai harga penawaran umum saham dan keterbukaan informasi lainnya. Apabila Pernyataan Pendaftaran perusahaan telah dinyatakan efektif oleh OJK, perusahaan mempublikasikan perbaikan/tambahan informasi prospektus ringkas di surat kabar serta menyediakan prospektus bagi publik atau calon pembeli saham dan melakukan penawaran umum.

4. Penawaran umum saham kepada publik

Masa penawaran umum saham kepada publik dapat dilakukan selama 1-5 hari kerja. Dalam hal permintaan saham dari investor melebihi jumlah saham yang ditawarkan (over-subscribed), maka perlu dilakukan penjatahan. Uang pesanan investor yang pesannya tidak dipenuhi harus dikembalikan (refund) kepada investor setelah penjatahan. Distribusi saham akan dilakukan kepada investor pembeli saham secara elektronik melalui KSEI (tidak dalam bentuk sertifikat).

5. Pencatatan dan perdagangan saham perusahaan di bursa efek Indonesia

Perusahaan menyampaikan permohonan pencatatan saham kepada Bursa disertai dengan bukti surat bahwa Pernyataan Pendaftaran telah dinyatakan efektif oleh OJK, dokumen prospektus, dan laporan komposisi pemegang saham perusahaan.

Bursa Efek Indonesia akan memberikan persetujuan dan mengumumkan pencatatan saham perusahaan dan kode saham (ticker code) perusahaan untuk keperluan perdagangan saham di Bursa. Kode saham ini akan dikenal investor secara luas dalam melakukan transaksi saham perusahaan di Bursa Efek Indonesia.

Setelah saham tercatat di Bursa, investor akan dapat memperjualbelikan saham perusahaan kepada investor lain melalui broker atau Perusahaan Efek yang menjadi Anggota Bursa terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”

2.4 Saham

“Saham (*stock*) merupakan salah satu instrumen pasar keuangan yang paling populer. Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan ketika memutuskan untuk pendanaan perusahaan. Pada sisi yang lain, saham merupakan instrument investasi yang banyak dipilih para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas asset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)” (Bursa Efek Indonesia, 2024)

“Pada dasarnya, ada dua keuntungan yang diperoleh investor dengan membeli atau memiliki saham:

1. Dividen

Dividen merupakan pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dividen diberikan setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham dalam RUPS. Jika seorang pemodal ingin mendapatkan dividen, maka pemodal tersebut harus memegang saham tersebut dalam kurun waktu yang relatif lama yaitu hingga kepemilikan saham tersebut berada dalam periode di mana diakui sebagai pemegang saham yang berhak mendapatkan dividen.

Dividen yang dibagikan perusahaan dapat berupa dividen tunai – artinya kepada setiap pemegang saham diberikan dividen berupa uang tunai dalam jumlah rupiah tertentu untuk setiap saham - atau dapat pula berupa dividen saham yang berarti kepada setiap pemegang saham diberikan dividen sejumlah saham sehingga jumlah saham yang dimiliki seorang pemodal akan bertambah dengan adanya pembagian dividen saham tersebut.

2. Capital Gain

Capital Gain merupakan selisih antara harga beli dan harga jual. Capital gain terbentuk dengan adanya aktivitas perdagangan saham di pasar sekunder. Misalnya Investor membeli saham ABC dengan harga per saham Rp 3.000 kemudian menjualnya dengan harga Rp 3.500 per saham yang berarti pemodal tersebut mendapatkan capital gain sebesar Rp 500 untuk setiap saham yang dijualnya” (Bursa Efek Indonesia, 2024).

“Sebagai instrumen investasi, saham memiliki risiko, antara lain:

1. Capital Loss

Merupakan kebalikan dari Capital Gain, yaitu suatu kondisi di mana investor menjual saham lebih rendah dari harga beli. Misalnya saham PT. XYZ yang di beli dengan harga Rp 2.000,- per saham, kemudian harga saham tersebut terus mengalami penurunan hingga mencapai Rp 1.400,- per saham. Karena takut harga saham tersebut akan terus turun, investor menjual pada harga Rp 1.400,- tersebut sehingga mengalami kerugian sebesar Rp 600,- per saham.

2. Risiko Likuidasi

Perusahaan yang sahamnya dimiliki, dinyatakan bangkrut oleh Pengadilan, atau perusahaan tersebut dibubarkan. Dalam hal ini hak klaim dari pemegang saham mendapat prioritas terakhir setelah seluruh kewajiban perusahaan dapat dilunasi (dari hasil penjualan kekayaan perusahaan). Jika masih terdapat sisa dari hasil penjualan kekayaan perusahaan tersebut, maka sisa tersebut dibagi secara proporsional kepada seluruh pemegang saham. Namun jika tidak terdapat sisa kekayaan perusahaan, maka pemegang saham tidak akan memperoleh hasil dari likuidasi tersebut. Kondisi ini merupakan risiko yang terberat dari pemegang saham. Untuk itu seorang pemegang saham dituntut untuk secara terus menerus mengikuti perkembangan perusahaan.

Di pasar sekunder atau dalam aktivitas perdagangan saham sehari-hari, harga-harga saham mengalami fluktuasi baik berupa kenaikan maupun penurunan. Pembentukan harga saham terjadi karena adanya permintaan

dan penawaran atas saham tersebut. Dengan kata lain harga saham terbentuk oleh supply dan demand atas saham tersebut. Supply dan demand tersebut terjadi karena adanya banyak faktor, baik yang sifatnya spesifik atas saham tersebut (kinerja perusahaan dan industri di mana perusahaan tersebut bergerak) maupun faktor yang sifatnya makro seperti tingkat suku bunga, inflasi, nilai tukar dan faktor-faktor non ekonomi seperti kondisi sosial dan politik, dan faktor lainnya” (Bursa Efek Indonesia, 2024).

“Mulai 25 Januari 2021, BEI mengimplementasikan klasifikasi baru atas sektor dan industri perusahaan tercatat yang bernama “Indonesia Stock Exchange Industrial Classification” atau IDX-IC. Klasifikasi yang baru adalah sebagai berikut:

1. Energi (A)

Sektor Energi mencakup perusahaan yang menjual produk dan jasa terkait dengan ekstraksi energi yang mencakup energi tidak terbarukan (fossil fuels) sehingga pendapatannya secara langsung dipengaruhi oleh harga komoditas energi dunia, seperti perusahaan Pertambangan Minyak Bumi, Gas Alam, Batu Bara, dan perusahaan-perusahaan yang menyediakan jasa yang mendukung industri tersebut. Selain itu sektor ini juga mencakup perusahaan yang menjual produk dan jasa energi alternatif.

2. Barang Baku (B)

Industri Barang Baku mencakup perusahaan yang menjual produk dan jasa yang digunakan oleh industri lain sebagai bahan baku untuk memproduksi barang final, seperti perusahaan yang memproduksi Barang Kimia, Material Konstruksi, Wadah & Kemasan, Pertambangan Logam & Mineral Non-Energi, dan Produk Kayu & Kertas.

3. Perindustrian (C)

Industri Perindustrian mencakup perusahaan yang menjual produk dan jasa yang secara umum dikonsumsi oleh industri, bukan oleh konsumen. Produk dan jasa dihasilkan merupakan produk dan jasa final dan bukan produk yang harus diolah lagi seperti bahan baku. Industri ini mencakup produsen

Barang Kedirgantaraan, Pertahanan, Produk Bangunan, Produk Kelistrikan, Mesin. Selain itu industri ini juga mencakup penyedia Jasa Komersial - seperti Percetakan, Pengelola Lingkungan, Pemasok Barang dan Jasa Industri - dan Jasa Profesional - seperti Jasa Personalia dan Jasa Penelitian - untuk keperluan industri.

4. Barang Konsumen Primer (D)

Industri Barang Konsumen Primer mencakup perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen namun tetapi untuk barang yang bersifat anti-siklis atau barang primer/dasar sehingga permintaan barang dan jasa ini tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi, seperti Perusahaan Ritel Barang Primer – Toko Makanan, Toko Obat-obatan, Supermarket, Produsen Minuman, Makanan Kemasan, Penjual Produk Pertanian, Produsen Rokok, Barang Keperluan Rumah Tangga, dan Barang Perawatan Pribadi.

5. Barang Konsumen Non-Primer (E)

Industri Barang Konsumen Sekunder mencakup perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen namun tetapi untuk barang yang bersifat siklis atau barang sekunder sehingga permintaan barang dan jasa ini berbanding lurus dengan pertumbuhan ekonomi. Industri ini mencakup perusahaan yang memproduksi Mobil Penumpang dan Komponennya, Barang Rumah Tangga Tahan Lama (Durable), Pakaian, Sepatu, Barang Tekstil, Barang Olahraga dan Barang Hobi. Selain itu industri ini juga mencakup perusahaan yang menyediakan Jasa Pariwisata, Rekreasi, Pendidikan, Penunjang Konsumen, Perusahaan Media, Periklanan, Penyedia Hiburan, dan Perusahaan Ritel Barang Sekunder.

6. Kesehatan (F)

Industri Kesehatan mencakup perusahaan yang menyediakan produk dan layanan kesehatan seperti Produsen Peralatan dan Perlengkapan Kesehatan, Penyedia Jasa Kesehatan, Perusahaan Farmasi, dan Riset di Bidang Kesehatan.

7. Keuangan (G)

Industri Keuangan mencakup perusahaan yang menyediakan layanan keuangan seperti Bank, Lembaga Pembiayaan Konsumen, Modal Ventura, Jasa Investasi, Asuransi, dan Perusahaan Holdings.

8. Properti & Real Estat (H)

Industri Properti dan Real Estat mencakup perusahaan Pengembang Properti dan Real Estate dan perusahaan yang menyediakan Jasa Penunjangnya

9. Teknologi (I)

Industri Teknologi mencakup perusahaan yang menjual Produk dan Jasa Teknologi, seperti Perusahaan Jasa Internet yang bukan penyedia koneksi internet, Penyedia Jasa dan Konsultan TI, Perusahaan Pengembang Perangkat Lunak, Produsen Perangkat Jaringan, Perangkat Komputer, Perangkat dan Komponen Elektronik, dan Semikonduktor.

10. Infrastruktur (J)

Industri Infrastruktur mencakup perusahaan yang berperan dalam Pembangunan dan Pengadaan Infrastruktur seperti Perusahaan Penyedia Jasa Logistik dan Pengantaran, Penyedia Transportasi, Operator Infrastruktur Transportasi, Perusahaan Konstruksi Bangunan Sipil, Perusahaan Telekomunikasi, dan Perusahaan Utilitas.

11. Transportasi & Logistik (K)

Industri Transportasi dan logistik mencakup perusahaan yang berperan dalam aktivitas perpindahan dan pengangkutan seperti , Penyedia Transportasi serta Perusahaan Penyedia Jasa Logistik dan Pengantaran” (Bursa Efek Indonesia, 2024).

Menurut (Kieso et al., 2018), “perusahaan dapat melakukan penerbitan saham dengan harga yang sama, lebih tinggi, atau lebih rendah dibandingkan dengan harga nominal atau par. Jika perusahaan menerbitkan saham dengan harga yang sama dengan nilai par, maka jurnal perusahaan sebagai berikut”:

Cash

xxx

<i>Cash</i>	xxx
<i>Share Premium-Treasury</i>	xxx
<i>Treasury Shares</i>	xxx

2.5 Harga Saham

Menurut (Otoritas Jasa Keuangan, 2023), “pembentukan harga saham terjadi karena adanya permintaan dan penawaran atas saham tersebut. Permintaan dan penawaran atas suatu saham dipengaruhi banyak faktor, baik yang sifatnya spesifik berhubungan dengan saham tersebut (kinerja perusahaan dan industri di mana perusahaan tersebut berada) maupun faktor yang sifatnya makro atau eksternal, seperti perkembangan tingkat suku bunga, inflasi, nilai tukar, dan faktor-faktor non ekonomi seperti kondisi sosial dan politik.”

Menurut (Affan et al., 2024), “jenis-jenis harga saham antara lain adalah sebagai berikut:

1. Harga nominal

Harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan. Besarnya harga nominal memberikan arti penting saham karena dividen minimal biasanya ditetapkan berdasarkan nilai nominal.

2. Harga perdana

Harga ini merupakan pada waktu harga saham tersebut dicatat dibursa efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi (*underwrite*) dan emiten. Dengan demikian akan diketahui berapa harga saham emiten itu akan dijual kepada masyarakat biasanya untuk menentukan harga perdana.

3. Harga pasar

Kalau harga perdana merupakan harga jual dari perjanjian emisi kepada investor, maka harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain. Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatat dibursa. Transaksi di sini tidak lagi melibatkan emiten dari penjamin emisi harga ini

yang disebut sebagai harga di pasar sekunder dan harga inilah yang benar-benar mewakili harga perusahaan penerbitnya, karena pada transaksi di pasar sekunder, kecil sekali terjadi negosiasi harga investor dengan perusahaan penerbit. Harga yang setiap hari diumumkan di surat kabar atau media lain adalah harga pasar.

4. Harga pembukaan

Harga pembukaan adalah harga yang diminta oleh penjual atau pembeli pada saat jam bursa dibuka. Bisa saja terjadi pada saat dimulainya hari bursa itu sudah terjadi transaksi atas suatu saham, dan harga sesuai dengan yang diminta oleh penjual dan pembeli. Dalam keadaan demikian, harga pembukaan bisa menjadi harga pasar, begitu juga sebaliknya harga pasar mungkin juga akan menjadi harga pembukaan. Namun tidak selalu terjadi.

5. Harga penutupan

Harga penutupan adalah harga yang diminta oleh penjual atau pembeli pada saat akhir hari bursa. Pada keadaan demikian, bisa saja terjadi pada saat akhir hari bursa tiba-tiba terjadi transaksi atas suatu saham, karena ada kesepakatan antar penjual dan pembeli. Kalau ini yang terjadi maka harga penutupan itu telah menjadi harga pasar. Namun demikian, harga ini tetap menjadi harga penutupan pada hari bursa tersebut.

6. Harga tertinggi

Harga tertinggi suatu saham adalah harga yang paling tinggi yang terjadi pada hari bursa. Harga ini dapat terjadi transaksi atas suatu saham lebih dari satu kali tidak pada harga yang sama.

7. Harga terendah

Harga terendah suatu saham adalah harga yang paling rendah yang terjadi pada hari bursa. Harga ini dapat terjadi apabila terjadi transaksi atas suatu saham lebih dari satu kali tidak pada harga yang sama. Dengan kata lain, harga terendah merupakan lawan dari harga tertinggi.

8. Harga rata-rata

Harga rata-rata merupakan perataan dari harga tertinggi dan terendah.

Dalam penelitian ini, harga saham yang digunakan merupakan harga penutupan (*closing price*).

2.6 Earning Per Share

“*Earnings Per Share* menunjukkan jumlah laba per tiap lembar saham perusahaan yang beredar” (Weygandt et al., 2019). “Rasio ini menggambarkan hubungan antara jumlah laba bersih dengan bagian kepemilikan pemegang saham dalam perusahaan *investee*” (Weygandt et al., 2019). Rasio EPS dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Weygandt et al., 2019):

$$\text{EPS} = \frac{\text{Net Income} - \text{Preference Dividends}}{\text{Weighted-Average Outstanding Shares}}$$

Rumus 2. 1 Rumus *Earning Per Share*

Keterangan:

Net Income = Laba Bersih

Preference Dividends = Dividen yang dibagikan kepada pemegang saham

Weighted-Average Outstanding Shares = Jumlah rata-rata tertimbang saham biasa yang beredar

“*Net income* merupakan gabungan dari *revenue*, *expense*, *gain*, dan *loss transactions*. *Net income* adalah hasil dari performa perusahaan dalam suatu periode waktu” (Kieso et al., 2018). Menurut (Weygandt et al., 2019), “*Net income* merupakan pendapatan setelah semua pendapatan dan beban dalam periode tersebut ditentukan. *Net income* dijadikan patokan sebagai sesuatu yang paling penting dan berhasil atau gagal nya perusahaan dalam suatu periode waktu. *Net income* dalam periode 1 tahun dapat dihitung dengan *sales revenue* dikurangi *cost of goods sold* yang menghasilkan *gross profit* kemudian dikurangi *operating expense* menghasilkan *income from operation*. *Income from operation* dikurangi dengan *interest expense* menghasilkan *income before income tax*. *Income before income tax* dikurangi dengan *income tax* menghasilkan *net income*.”

“Saham preferen memberikan keistimewaan dan prioritas hak yang tidak terdapat pada saham biasa (*ordinary*). Misalnya seperti preferen dividen dan preferen terhadap aset likuidiasi. Dividen bergantung pada banyak faktor seperti *retained earnings* yang memadai dan ketersediaan kas” (Weygandt et al., 2019). “Perbedaan yang terlihat dari saham preferen dan saham biasa adalah adanya prioritas dalam hal pembagian dividen yang dibagikan oleh perusahaan kepada para pemegang saham preferen” (Nugroho, 2022).

“*Weighted-Average outstanding shares* merupakan rata-rata tertimbang saham biasa yang beredar. Saham yang diterbitkan perusahaan maupun dibeli oleh investor pada satu tahun dapat mempengaruhi jumlah saham yang beredar”(Weygandt et al., 2019). “Perhitungan jumlah rata-rata tertimbang saham beredar dapat dihitung sebagai contoh berikut, misalnya jumlah saham yang beredar per 1 Januari sampai 1 Juni sebesar 10.000 lembar maka dapat dihitung dengan menggunakan fraction periode yaitu $5/12 \times 60.000$ lembar sehingga diperoleh jumlah rata-rata tertimbang adalah 25.000 lembar”(Weygandt et al., 2019).

2.7 Pengaruh Earning Per Share Terhadap Harga Saham

Berdasarkan teori sinyal, tingginya EPS dari suatu perusahaan akan memberikan sinyal kepada investor bahwa perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba yang tinggi per lembar saham yang beredar. “EPS yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dan akan menarik investor. Rasio ini menghasilkan keuntungan yang lebih besar, yang akan diberikan kepada investor di masa depan” (Nur Anisa et al., 2022). “Nilai EPS yang semakin tinggi mengindikasikan bahwa tingkat keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan tersebut tinggi. Perusahaan yang memiliki kinerja perusahaan yang baik ditandai dengan peningkatan laba bersih. Laba bersih yang tinggi akan meningkatkan nilai laba ditahan, sehingga meningkatkan potensi pembagian dividen dan dapat meningkatkan minat investor terhadap saham tersebut. Permintaan yang meningkat terhadap saham akan meningkatkan harga saham” (Chandra & Osesoga, 2021). Dengan tingginya nilai EPS dapat menjadi sinyal kepada investor bahwa perusahaan mampu untuk menghasilkan keuntungan per lembar saham. EPS yang

tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang lebih besar bagi para pemegang sahamnya dan hal tersebut dapat menarik perhatian investor. Tingginya minat investor terhadap perusahaan yang memiliki EPS yang tinggi dapat meningkatkan permintaan terhadap saham tersebut, yang kemudian akan mendorong kenaikan harga saham.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Chandra & Osesoga, 2021; Pratama, 2021; Savitri & Pinem, 2022) menyatakan bahwa EPS berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Namun, di sisi lain penelitian milik (Mendrofa & Kristianti Maharani, 2022; Mpali, 2023; Pradanimas & Sucipto, 2022; Sinaga et al., 2021; Yuliana & Maharani, 2022) menyatakan bahwa EPS berpengaruh negatif terhadap harga saham.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ha: *Earnings Per Share* memiliki pengaruh positif terhadap harga saham.

2.8 Ukuran Perusahaan

“Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara, antara lain dengan total pendapatan, total aset, dan total ekuitas” (Brigham & Houston, 2020). “Ukuran suatu perusahaan pada umumnya dapat dikategorikan besar atau kecil. Besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat ditentukan dari total penjualan dan total aset yang dilihat dari laporan keuangan maupun jumlah karyawan pada perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan (Firm size) merupakan suatu skala perusahaan di mana dapat dilihat dari total aset pada tutup buku akhir tahun” (Jaya, 2020).

Menurut (Otoritas Jasa Keuangan, 2020) dalam POJK Nomor 43 /POJK.04/ 2020 Pasal 1, “Emiten skala kecil adalah emiten berbentuk badan hukum yang didirikan di Indonesia yang:

- a. “memiliki total aset atau istilah lain yang setara, tidak lebih dari Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah); dan”
- b. “tidak dikendalikan baik langsung maupun tidak langsung oleh:”

- 1) “pengendali dari Emiten atau Perusahaan Publik yang bukan Emiten Skala Kecil atau Emiten dengan aset skala menengah; dan/atau”
- 2) “perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp250.000.000.000,00 (dua ratus lima puluh miliar rupiah)”.

“Emiten Skala Menengah adalah Emiten berbentuk badan hukum yang didirikan di Indonesia yang”:

- a. “memiliki total aset atau istilah lain yang setara, lebih dari Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah) sampai dengan Rp250.000.000.000,00 (dua ratus lima puluh miliar rupiah); dan”
- b. “tidak dikendalikan baik langsung maupun tidak langsung oleh”:
 - 1) “pengendali dari Emiten atau Perusahaan Publik yang bukan Emiten Skala Kecil atau Emiten Skala Menengah; dan/atau”
 - 2) “perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp250.000.000.000,00 (dua ratus lima puluh miliar rupiah)”.

Pada penelitian ini, menggunakan proksi Log Natural total aset untuk variabel ukuran perusahaan. Sesuai dengan penelitian (Yuliana & Maharani, 2022).

Menurut (Weygandt et al., 2019), “aset adalah sebuah sumber daya yang dimiliki bisnis. Sebuah bisnis menggunakan asetnya untuk melakukan produksi dan penjualan.” “Aset dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok:”

1. *Intangible Assets*

“*Intangible Assets* adalah aset yang memiliki umur yang panjang yang di mana tidak memiliki wujud fisik dan sangat berharga. Salah satu *Intangible Assets* yang signifikan adalah *goodwill*. Contoh lainnya seperti paten, hak cipta, dan merek dagang”.

2. *Property, Plant, Equipment*

“*Property, Plant, Equipment* juga termasuk aset dengan umur yang panjang yang digunakan perusahaan untuk melakukan operasinya. Contoh aset ini adalah berupa lahan, bangunan, peralatan/mesin, peralatan pengiriman, dan perabotan perusahaan”

3. *Long-Term Investment*

“*Long-Term Investment* contohnya adalah investasi saham dan obligasi di perusahaan lain dalam jangka waktu yang lama dan merupakan *non-current asset* seperti tanah dan bangunan yang tidak digunakan oleh perusahaan”.

4. *Current Assets*

“*Current assets* adalah aset dari perusahaan yang diharapkan oleh perusahaan dapat diubah menjadi kas ataupun digunakan dalam satu siklus akuntansi, tergantung yang mana lebih lama”.

2.9 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham

“Struktur keuangan yang kuat pada perusahaan besar berarti adanya kekayaan dan kinerja yang baik sehingga dapat menambah jumlah investasi dari investor yang dapat meningkatkan harga saham. Perihal tersebut diakibatkan adanya modal ataupun aset yang besar di perusahaan dalam memperoleh laba yang menimbulkan nilai harga saham turut naik”(Afiezan et al., 2021). “Semakin besar nilai ratio ini maka semakin tinggi harga saham karena investor menilai perusahaan mampu mengelola aset yang dimiliki dengan baik. Perusahaan dengan total aset yang besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk memenuhi kewajiban, mengelola risiko, dan berinvestasi dalam peluang bisnis yang menguntungkan. Ini memberikan kepercayaan kepada investor bahwa perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang dan memberikan imbal hasil yang baik. Perusahaan dengan total aset yang besar juga dapat mempengaruhi persepsi risiko perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang besar cenderung dianggap lebih stabil dan lebih dapat diandalkan daripada perusahaan dengan total aset yang kecil. Investor cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan yang dianggap memiliki risiko yang lebih rendah, yang dapat meningkatkan permintaan dan harga saham” (Mpali, 2023). Dengan ukuran perusahaan yang besar atau total aset perusahaan yang tinggi, akan memberikan sinyal kepada investor bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba dengan sumber daya yang lebih banyak sehingga lebih aman untuk berinvestasi ke perusahaan tersebut.

Hal tersebut akan menarik minat investor dan semakin besar pula potensi kenaikan harga saham akibat peningkatan permintaan dari pasar.

Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mendrofa & Kristianti Maharani, 2022; Mpali, 2023; Pradanimas & Sucipto, 2022; Sinaga et al., 2021; Yuliana & Maharani, 2022) di mana menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Namun, di sisi lain (Angeline et al., 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ha: Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap harga saham.

2.10 Price to Earnings Ratio

“*Price to Earnings Ratio* adalah ukuran yang digunakan secara luas untuk mengukur rasio harga pasar setiap saham biasa terhadap laba per saham. Rasio laba harga mencerminkan penilaian investor terhadap laba perusahaan di masa depan” (Weygandt et al., 2019). “PER dapat dimanfaatkan oleh investor untuk mengukur prospek pertumbuhan suatu perusahaan di masa mendatang serta dapat memprediksi laba yang akan diperoleh. Nilai PER yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang mumpuni untuk menghasilkan keuntungan sehingga akan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi” (Nurhidayati & Dailibas, 2021).

Menurut (Weygandt et al., 2019), Rasio PER dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price – Earnings Ratio} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Earnings Per Share}}$$

Rumus 2. 2 Rumus Price Earnings Ratio

Keterangan:

Market Price per Share = Harga penutupan saham pada akhir tahun

Earnings per Share = Laba per saham

“Earning per share (EPS) adalah ukuran laba bersih yang diperoleh dari setiap saham biasa. Ini dihitung dengan membagi laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham biasa dengan jumlah rata-rata tertimbang saham biasa yang beredar selama tahun tersebut. Ukuran laba bersih yang diperoleh berdasarkan per saham memberikan perspektif yang berguna untuk menentukan profitabilitas perusahaan” (Weygandt et al., 2019).

2.11 Pengaruh Price to Earnings Ratio Terhadap Harga Saham

“Nilai rasio harga & pendapatan akan sangat berpengaruh terhadap pergerakan suatu harga saham dalam perusahaan. Biasanya, investor lebih memiliki ketertarikan berinvestasi jika perusahaan yang bersangkutan dapat mencapai laba yang tinggi seiring dengan harapan tingginya keuntungan yang akan diperoleh di kemudian hari” (Dini et al., 2020). “PER merupakan rasio yang mengukur penilaian investor terhadap prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan juga menggambarkan apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang mengindikasikan besarnya dana yang dikeluarkan investor untuk memperoleh setiap rupiah laba perusahaan” (Satria et al., 2024). Investor dapat menggunakan PER sebagai sinyal prospek pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan di masa depan. PER yang tinggi menunjukkan bahwa investor bersedia untuk membayar secara *premium* untuk pendapatan perusahaan, menandakan kepercayaan mereka kepada kinerja

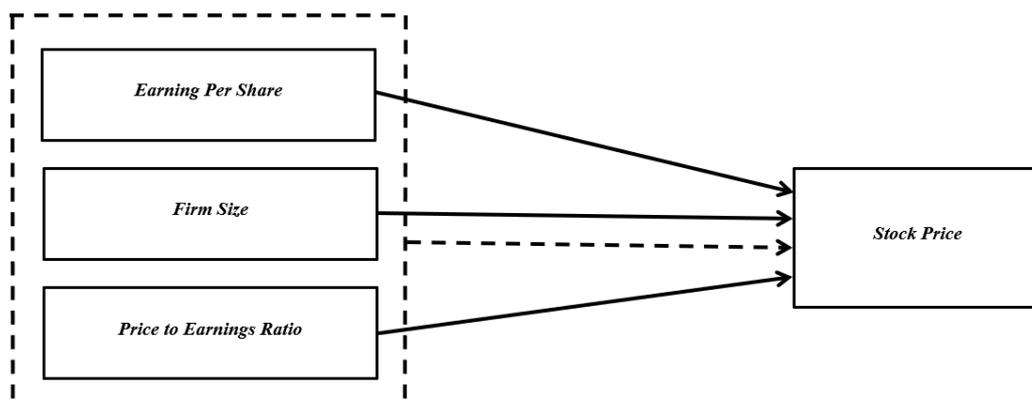
perusahaan di masa depan. Peningkatan permintaan permintaan atas saham ini diharapkan dapat meningkatkan harganya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Akadiati et al., 2023; Dini et al., 2020; Nurhidayati & Dailibas, 2021; Satria et al., 2024) di mana *Price to Earnings Ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Namun, di sisi lain penelitian yang dilakukan oleh (Arbaningrum & Muslihat, 2021), menyatakan bahwa *Price to Earnings Ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ha: *Price Earning Ratio* memiliki pengaruh positif terhadap harga saham.

2.12 Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A