The Influence of Profitability, Liquidity, and Market Ratio on Stock Prices in the Personal Care Industry Listed on the IDX

Elisa Kornia Rahmadani[1], Dika Puspitaningrum[2]
[1,2]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia
Email: elisarahmadanyy@gmail.com; puspita@stiesurakarta.ac.id

ABSTRAK

Kajian ini dimaksudkan untuk menyelidiki dampak Profitabilitas, Likuiditas, dan Rasio Pasar terhadap Harga Saham pada industri *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020–2024. Penelitian ini menggunakan 7 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan total observasi sebanyak 35 data. Metode penarikan sampel ialah *purposive sampling*, sementara metode telaah data menerapkan regresi linier berganda. Riset ini berjenis kuantitatif yang memanfaatkan data sekunder; telaah data yang dilaksanakan meliputi uji deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, serta pengujian hipotesis melalui *SPSS 25*. Ada tiga faktor independen: Profitabilitas (diukur melalui *Return on Asset*/ROA), Likuiditas (diukur melalui *Current Ratio*/CR), dan Rasio Pasar (diukur melalui *Price to Earning Ratio*/PER). Sementara itu, faktor dependen dalam studi ini adalah Harga Saham. Temuan riset mengindikasikan bahwa Profitabilitas dan Likuiditas memiliki kontribusi positif serta signifikan terhadap Harga Saham. Sebaliknya, Rasio Pasar tidak memberikan efek terhadap Harga Saham. Faktor independen yakni Profitabilitas, Likuiditas, dan Rasio Pasar secara serentak memberikan kontribusi terhadap Harga Saham pada perusahaan *personal care* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2024.
Kata Kunci: Profitabilitas; Likuiditas; Rasio Pasar; Harga Saham

ABSTRACT

This study aims to investigate the impact of Profitability, Liquidity, and Market Ratio on Stock Prices in the Personal Care Product industry listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2020–2024. This study used 7 companies as research samples with a total of 35 data observations. The sampling method was purposive sampling, while the data analysis method applied multiple linear regression. This research is quantitative research that utilizes secondary data; the data analysis carried out included descriptive tests, classical assumption tests, multiple regression tests, and hypothesis testing using SPSS 25. There are three independent factors: Profitability (measured by Return on Assets/ROA), Liquidity (measured by Current Ratio/CR), and Market Ratio (measured by Price to Earning Ratio/PER). Meanwhile, the dependent factor in this study is Stock Price. Research findings indicate that Profitability and Liquidity have a positive and significant contribution to Stock Price. Conversely, Market Ratio has no effect on Stock Price. Independent factors, namely Profitability, Liquidity, and Market Ratio simultaneously contribute to the Stock Price of personal care companies on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020–2024 period.
Keyword: Profitability; Liquidity; Market Ratio; Stock Price

Corresponding Author:
Elisa Kornia Rahmadani,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta,
Jl. Slamet Riyadi No.435-437, Makamhaji, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia
Email: elisarahmadanyy@gmail.com

1. INTRODUCTION

Pasar modal memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara karena menjadi sarana bagi perusahaan untuk memperoleh dana dan bagi investor untuk menanamkan modal. Harga saham menjadi indikator utama yang mencerminkan nilai perusahaan di mata investor. Perubahan harga saham mencerminkan

ekspektasi pasar terhadap kinerja keuangan, prospek usaha, serta stabilitas ekonomi makro. Satu di antara bidang yang cukup atraktif di Bursa Efek Indonesia ialah industri *personal care*, yang merupakan bagian dari sektor *consumer non-cyclical*. Industri ini mencakup perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk perawatan tubuh, rambut, kulit, dan kosmetik seperti PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), PT Mustika Ratu Tbk (MRAT), dan PT Martina Berto Tbk (MBTO).

Industri *personal care* di Indonesia menjadi sebuah industri dengan potensi ekspansi pesat sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri dan kebersihan. Data dari Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa industri kosmetik dan *personal care* tumbuh sekitar 6,8% per tahun dan menjadi salah satu penyumbang penting bagi Produk Domestik Bruto (PDB) sektor manufaktur nonmigas (Pasar Dana, 2024). Namun demikian, di tengah pertumbuhan tersebut, fluktuasi harga saham perusahaan *personal care* tetap terjadi. Perubahan harga saham tidak selalu sejalan dengan kinerja keuangan, yang menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor fundamental dan psikologis yang perlu dikaji lebih dalam. Perubahan gaya hidup, meningkatnya jumlah kelas menengah, serta maraknya pemasaran digital turut mendorong permintaan terhadap produk-produk perawatan tubuh, wajah, dan rambut. Dengan meningkatnya potensi pasar tersebut, entitas bisnis *personal care* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) berhadapan dengan kompetisi yang semakin intens untuk menjaga kinerja keuangan serta menarik minat investor melalui pergerakan harga saham.

Dalam teori keuangan, harga saham dipicu oleh beragam elemen fundamental semisal Profitabilitas, Likuiditas, serta Rasio Pasar. Profitabilitas merefleksikan kapabilitas entitas bisnis mendatangkan keuntungan dari aset yang dipunyai dan menjelma menjadi tolok ukur krusial bagi penanam modal dalam menaksir efektivitas tata kelola manajemen. Likuiditas memotret kesanggupan entitas bisnis untuk menyelesaikan tanggungan jangka pendek, yang lantas memperlihatkan level proteksi finansial entitas bisnis pada situasi penuh ketidakpastian. Adapun Rasio Pasar mencerminkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan yang terefleksi lewat korelasi antara harga saham dan nilai buku ataupun profit per lembar saham. Ketiga rasio tersebut secara teoretis berfungsi sebagai parameter dalam menentukan kebijakan investasi sebab berkaitan secara langsung dengan tingkat pengembalian dan risiko yang dihadapi investor.

Sejumlah studi terdahulu sudah mendalami relasi antara rasio finansial dan harga saham, di antaranya riset Putri & Ramadhan (2023) yang menganalisis dampak Likuiditas dan Profitabilitas terhadap harga saham pada entitas bisnis bidang keuangan, menyatakan bahwa rasio Likuiditas serta rasio Profitabilitas berkontribusi positif dan signifikan pada harga saham. Sementara itu, dalam riset Afsari & Cahyono (2020) terungkap bahwa Likuiditas tidak memiliki efek pada harga saham, tetapi Profitabilitas dan Rasio Pasar berdampak positif serta signifikan kepada harga saham pada entitas bisnis *food and beverage*. Kajian Rianti & Rernaningdiah (2024) mengenai kontribusi rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar terhadap harga saham pada entitas bisnis *healthcare* memaparkan bahwa Profitabilitas tidak memberi dampak pada harga saham serta Rasio Pasar berkontribusi bermakna pada harga saham. Dari sebagian temuan studi lampau tersebut, tampak bahwa kaitan antara faktor fundamental finansial terhadap harga saham masih memperlihatkan keluaran yang tidak konsisten antarindustri dan rentang waktu observasi. Hal ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada sektor barang konsumsi secara umum tanpa memisahkan subsektor *personal care* yang memiliki karakteristik unik, seperti tingkat loyalitas konsumen yang tinggi, pengaruh tren kecantikan, dan persepsi merek yang kuat.

Kebaruan penelitian ini yaitu objek penelitian pada industri *personal care* yang memiliki dinamika berbeda dibandingkan dengan sektor konsumsi lainnya. Sektor ini lebih sensitif terhadap perubahan tren gaya hidup dan faktor psikologis konsumen, sehingga pengaruh rasio keuangan terhadap harga saham bisa saja berbeda dari sektor lain. Selain itu, analisis ini mengaplikasikan data mutakhir rentang 2020–2024, yang meliputi kurun waktu pandemi COVID-19 serta masa pemulihan ekonomi, sehingga memberikan gambaran empiris yang lebih relevan terhadap kondisi terkini. Penelitian ini penting dilakukan karena hasilnya dapat menjadi acuan bagi investor dan manajemen perusahaan guna membedah penanda fundamental yang paling dominan terhadap harga saham di sektor *personal care*. Dengan mengetahui variabel keuangan yang paling berperan, investor dapat membuat keputusan investasi yang lebih tepat, sedangkan pihak manajemen dapat menyusun strategi keuangan yang efektif untuk menjaga kepercayaan pasar.

Penelitian ini juga menarik dilakukan mengingat adanya fenomena fluktuasi harga saham yang tidak senantiasa selaras dengan performa finansial entitas bisnis *personal care*. Contohnya, pada PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) terjadi eskalasi harga pada 2022 meskipun laba bersih perusahaan turun sekitar 7,3% dibanding tahun sebelumnya (Nasution, et. al., 2023). Begitu pula dengan PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) yang mengalami peningkatan harga saham sebesar 15% pada 2022 meski rasio likuiditas menurun. Fenomena ini menunjukkan bahwa ada kemungkinan variabel keuangan tertentu seperti Profitabilitas, Likuiditas, atau Rasio Pasar masih memainkan peran signifikan terhadap harga saham, namun dengan pola pengaruh yang berbeda dari periode normal ekonomi.

Berlandaskan paparan itu, maka periset hendak mengevaluasi kontribusi Profitabilitas, Likuiditas, dan Rasio Pasar terhadap harga saham pada industri *personal care* yang tercatat di BEI kurun waktu 2020–2024. Dengan menelaah korelasi itu, didambakan studi ini sanggup menyajikan pemahaman lebih menyeluruh perihal pergerakan harga saham di sektor *personal care*, serta memperkaya literatur empiris dalam bidang analisis fundamental di pasar modal Indonesia.

2. LITERATURE REVIEW

A. Teori Sinyal

Signalling theory yang digagas oleh Michael Spence pada tahun 1973 menerangkan bahwa kalangan yang menguasai keterangan (pemilik entitas bisnis) bisa menyalurkan sebuah sinyal atau petunjuk kepada audiens (penanam modal) berbentuk data yang merefleksikan situasi sebuah entitas bisnis dengan maksud menghadirkan faedah bagi audiens (Hendrik, 2025). Teori sinyal menegaskan urgensi keterangan yang dipublikasikan oleh entitas bisnis terhadap kebijakan investasi. Keterangan yang komprehensif, relevan, akurat, dan tepat waktu dibutuhkan oleh penanam modal di bursa efek sebagai instrumen untuk menelaah sebelum menetapkan pilihan berinvestasi (Ma'aruf et al., 2024).

B. Harga Saham

Harga saham bisa didefinisikan sebagai nilai yang tercipta dari interaksi antara penjual dan pembeli saham, didorong oleh ekspektasi mereka atas keuntungan entitas bisnis; oleh karena itu, penanam modal membutuhkan data yang terkait dengan pembentukan nilai saham itu dalam menentukan sikap untuk melepas atau memiliki saham (Rianti & Rernaningdiah, 2024). Harga saham terwujud via mekanisme permintaan serta penawaran di bursa efek. Jika sebuah saham mendapati kelebihan permintaan, nilai saham tersebut berpotensi menguat. Sebaliknya, bila terjadi kelebihan penawaran, nilai saham tersebut berpotensi melemah (Ma'aruf et al., 2024). Riset ini memanfaatkan harga saham pada level penutupan (closing price) penghujung tahun yang termuat dalam laporan finansial.

C. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kapabilitas sebuah entitas bisnis untuk mendulang profit dalam kurun waktu spesifik (Mayklisyani et al., 2023). Sementara itu, Hery (2018) berpendapat rasio profitabilitas ialah rasio yang difungsikan agar mengukur kesanggupan entitas bisnis dalam meraih keuntungan melalui operasional bisnis reguler dan aset yang dipunyai yang didapat lewat aktivitas penjualan, pendayagunaan aset, maupun pendayagunaan modal. Dalam kajian ini, rasio profitabilitas diproksikan menggunakan return on asset (ROA), yang merupakan sebuah rasio untuk mengestimasi kapabilitas entitas bisnis dalam menciptakan profit atau laba dengan mendayagunakan keseluruhan aset yang dipunyai entitas bisnis.

D. Likuiditas

Menurut Harahap (2021), rasio Likuiditas memperlihatkan seberapa jauh aktiva lancar entitas bisnis bisa menalangi liabilitas lancarnya, yang merefleksikan level proteksi dan kemapanan finansial entitas bisnis. Entitas bisnis dengan level Likuiditas mumpuni menyajikan isyarat positif bagi penanam modal bahwa entitas bisnis tersebut berada dalam situasi finansial yang prima dan sanggup menanggulangi risiko jangka pendek. Dalam studi ini, rasio Likuiditas diwakili oleh current ratio (CR), yakni sebuah rasio untuk menaksir kesanggupan entitas bisnis dalam menyelesaikan liabilitas jangka pendeknya pada kurun waktu spesifik.

E. Rasio Pasar

Menurut Kasmir (2019), rasio pasar adalah rasio yang dimanfaatkan untuk mengkalkulasi seberapa besar potensi entitas bisnis membentuk nilai pasar bagi ekuitasnya atau mengevaluasi nilai pasar ekuitas entitas bisnis ketimbang nilai buku serta performa finansialnya. Rasio pasar memproyeksikan respons penanam modal atas data fundamental yang disiarkan oleh entitas bisnis. Pada riset ini, rasio pasar diestimasi melalui PER yang kerap dikatakan sebagai price to earning ratio.

3. RESEARCH METHOD

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Kajian ini adalah sebuah studi kuantitatif yang menerapkan desain riset asosiatif kausal, yakni sebuah desain dengan tujuan mengidentifikasi relasi kausalitas di antara dua faktor atau lebih (Sugiyono, 2019).

B. Sumber Data

Asal data untuk analisis ini ialah laporan finansial tahunan entitas bisnis industri *personal care product* yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI).

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu peneliti tidak terlibat secara langsung dan hanya meneliti saja. Teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, serta menganalisis data laporan keuangan tahunan pada perusahaan industri *personal care product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2024.

D. Teknik Analisis Data

Metode telaah data yang diaplikasikan adalah telaah regresi linier berganda dengan memanfaatkan perangkat lunak *SPSS* (*Statistical Program for Social Science*).

4. RESULTS AND DISCUSSION

A. Analisis Regresi Linear Berganda

Telaah regresi linier berganda difungsikan untuk memetakan korelasi linier antarfaktor. Keluaran dari telaah regresi linier berganda bisa dijumpai pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]			
Model		**Unstandardized Coefficients**	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5,991	,280
	Profitabilitas	4,981	1,351
	Likuiditas	,248	,076
	Rasio Pasar	-,001	,003

Merujuk pada tabulasi keluaran pengujian telaah regresi linier berganda, diperoleh rumusan regresi studi sebagai berikut:

$$Y = 5{,}991 + 4{,}981ROA + 0{,}248CR - 0{,}001PER + e$$

Persamaan regresi dalam kajian ini diperoleh angka konstanta 5,991. Hal ini mengindikasikan bahwa jika faktor Profitabilitas, Likuiditas, serta Rasio Pasar bernilai nol atau konstan, maka faktor Harga Saham diprediksi sebesar 5,991. Angka koefisien regresi untuk faktor Profitabilitas tercatat 4,981, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Profitabilitas akan diikuti kenaikan Harga Saham sejumlah 4,981 dengan anggapan faktor-faktor lainnya tidak berubah (bernilai 0). Pada faktor Likuiditas didapati nilai koefisien regresi 0,248, yang berarti apabila Likuiditas mengalami eskalasi satu satuan, Harga Saham akan turut terkerek 0,248 dengan anggapan faktor lainnya 0. Faktor Rasio Pasar menunjukkan koefisien regresi -0,001, menyiratkan bahwa jika Rasio Pasar bertambah satu satuan, maka Harga Saham justru akan mengalami depresiasi 0,001 dengan anggapan faktor lain tetap 0.

B. Uji t

Pengujian *t* dimanfaatkan guna mengevaluasi apakah secara parsial faktor independen mempunyai dampak berarti atas faktor dependen. Jika angka signifikansi < 0,05, maka faktor independen tersebut secara individual dinyatakan memiliki dampak signifikan terhadap faktor dependen. Di bawah ini adalah temuan uji *t*:

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients[a]				
	Model	**B**	**t**	**Sig**
1	(Constant)	5,991	21,408	,000
	Profitabilitas	4,981	3,688	,001
	Likuiditas	,248	3,267	,003
	Rasio Pasar	-,001	-,171	,865

Berdasarkan tabulasi temuan uji *t*, teridentifikasi bahwa faktor Profitabilitas mempunyai koefisien regresi 4,981 serta nilai *t* hitung 3,688, yang mana angka tersebut melampaui *t* tabel sebanyak 2,03011 (3,688 > 2,03011). Maka dari itu, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya H1, yang menyatakan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada Harga Saham, dapat diterima. Bukti ini diperkuat oleh angka signifikansi 0,001 < 0,05, yang menegaskan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada Harga Saham.

Faktor Likuiditas menunjukkan koefisien regresi 0,248 dengan *t* hitung 3,267, di mana nilai ini melampaui *t* tabel 2,03011 (3,267 > 2,03011). Dengan demikian, dapat diambil simpulan bahwa H2, yang menyebutkan Likuiditas berdampak positif dan signifikan pada Harga Saham, diterima. Hal tersebut juga ditopang oleh perolehan signifikansi 0,003 < 0,05, yang memvalidasi bahwa Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan pada Harga Saham.

Faktor Rasio Pasar memiliki koefisien regresi -0,001 serta *t* hitung -0,171, yang mana angka ini lebih rendah dibandingkan *t* tabel 2,03011 (-0,171 < 2,03011). Implikasinya, H3 yang menghipotesiskan Rasio Pasar berpengaruh positif dan signifikan, ditolak. Hal ini didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,865 > 0,05 sehingga disimpulkan bahwa Rasio Pasar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Harga Saham.

C. Uji F

Pengujian *F* memiliki tujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat dampak signifikan atas faktor-faktor yang diikutsertakan dalam model riset secara kolektif (simultan). Apabila nilai signifikansi < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Berikut disajikan temuan uji *F* (simultan):

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		**Sum of Squares**	**df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
1	Regression	22,987	3	7,662	7,106	,001[b]
	Residual	33,427	31	1,078		
	Total	56,415	34			

a. Dependent Variable: Harga Saham
b. Predictors: (Constant), Rasio Pasar, Likuiditas, Profitabilitas

Dari tabulasi temuan uji *F*, terungkap bahwa angka signifikansi ialah 0,001, yang mana lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat ditarik konklusi bahwa himpunan faktor independen yang mencakup Profitabilitas, Likuiditas, dan Rasio Pasar berpengaruh simultan terhadap Harga Saham.

D. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengilustrasikan proporsi atau kapabilitas faktor-faktor independen dalam menerangkan fluktuasi yang muncul pada faktor dependen sebagai akibat dari variasi pada faktor independen. Nilai R^2 memiliki kisaran antara 0 sampai 1. Semakin angkanya mendekati 1, maka semakin tinggi kapasitas faktor independen untuk menerangkan variansi pada faktor dependen. Temuan dari pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabulasi di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	**R**	**R Square**	**Adjusted R Square**
1	,638[a]	,407	,350

a. Predictors : (Constant), Rasio Pasar, Likuiditas, Profitabilitas
b. Dependent Variabel: Harga Saham

Sesuai tabulasi terkait uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* 0,350. Hal ini bermakna bahwa kombinasi faktor independen yang terdiri dari Profitabilitas, Likuiditas, serta Rasio Pasar memiliki kapabilitas untuk menerangkan Harga Saham sebanyak 35%. Adapun sisa 65% lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor di luar cakupan penelitian ini.

E. Pembahasan

1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham

Merujuk pada temuan pengujian hipotesis, teridentifikasi bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham pada entitas bisnis *personal care product* di BEI. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi 4,981 dengan *t* hitung 2,983 serta signifikansi 0,006 < 0,05, yang menyebabkan H1 diterima. Maknanya, jika Profitabilitas mengalami peningkatan, Harga Saham akan turut mengalami kenaikan.

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam membukukan laba dari kegiatan operasionalnya, sekaligus mengilustrasikan keandalan manajemen dalam mengadministrasikan sumber daya entitas bisnis guna mendatangkan keuntungan. Entitas bisnis yang mampu mencatatkan level Profitabilitas yang superior mengindikasikan performa finansial yang solid serta harapan ekspansi yang cerah di waktu yang akan datang. Investor menilai Profitabilitas sebagai indikator utama dalam menentukan daya tarik suatu saham, sebab semakin besar kapabilitas entitas bisnis dalam mengakumulasi laba, semakin besar pula probabilitas imbal hasil yang diperoleh pemegang saham (Brigham & Houston, 2021).

Temuan fenomena ini dapat diterangkan via *signaling theory*, yang menyebutkan bahwa entitas bisnis bisa mentransmisikan sinyal ke pasar terkait situasi internalnya lewat data yang dirilis, satu di antaranya ialah laporan keuangan. Dalam hal ini, level Profitabilitas berperan sebagai isyarat positif yang disampaikan manajemen kepada pemodal. Profitabilitas yang mumpuni memberi tanda bahwa entitas bisnis berada dalam situasi finansial yang prima, efisien dalam mengelola aset, serta memiliki prospek pertumbuhan yang menjanjikan. Sebaliknya, apabila tingkat Profitabilitas rendah, maka keadaan itu justru akan mentransmisikan isyarat negatif bahwa entitas bisnis tidak beroperasi secara efisien dalam mengelola sumber dayanya dan berpotensi mengalami kesulitan dalam menciptakan keuntungan di masa depan. Investor akan menafsirkan sinyal negatif ini dengan menurunkan minat untuk membeli saham perusahaan tersebut, sehingga Harga Saham cenderung mengalami penurunan.

Kenaikan Profitabilitas tidak sekadar merefleksikan performa finansial dalam horizon waktu dekat, namun juga menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menjaga keberlanjutan bisnis (*sustainability*). Investor akan menganggap perusahaan yang memiliki Profitabilitas tinggi sebagai entitas yang mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang fluktuatif, memiliki daya saing kuat, serta mampu membiayai pertumbuhannya secara internal tanpa ketergantungan besar pada utang. Aspek-aspek inilah yang kemudian memperkuat persepsi positif pasar yang dapat meningkatkan Harga Saham perusahaan.

Oleh sebab itu, temuan studi ini tidak hanya memperkuat *signaling theory*, tetapi juga mengonfirmasi bahwa pasar modal Indonesia bersifat informatif, di mana investor aktif merespons sinyal-sinyal keuangan seperti Profitabilitas dalam menentukan keputusan investasinya. Artinya, ketika perusahaan menunjukkan

Profitabilitas yang tinggi secara konsisten, pasar akan menilai saham tersebut memiliki nilai fundamental yang kuat, yang akhirnya mendorong peningkatan Harga Saham.

Temuan kajian ini selaras dengan riset Putri & Ramadhan (2023) yang memperlihatkan Profitabilitas berdampak menguntungkan juga bermakna kepada Harga Saham. Perolehan ini juga sejalan dengan studi Afsari & Cahyono (2020) yang mengafirmasi bahwa Profitabilitas berdampak menguntungkan juga penting kepada Harga Saham; eskalasi Profitabilitas menjadi isyarat kesuksesan manajemen membukukan profit yang mampu memikat atensi pemodal dan berujung pada apresiasi Harga Saham entitas bisnis.

2) Pengaruh Likuiditas terhadap Harga Saham

Sesuai temuan pengujian hipotesis, terungkap bahwa Likuiditas mengandung dampak positif serta signifikan atas Harga Saham pada entitas bisnis *personal care product* di BEI. Ini ditunjukkan oleh koefisien regresi 0,248 dengan *t* hitung 3,267 serta signifikansi 0,003 < 0,05, sehingga H2 diterima. Perolehan ini menyiratkan bahwa semakin tinggi Likuiditas sebuah entitas bisnis, semakin besar pula tendensi Harga Saham entitas bisnis itu untuk terapresiasi.

Likuiditas mengilustrasikan kapabilitas entitas bisnis dalam melunasi liabilitas jangka pendeknya memanfaatkan aktiva lancar seperti kas, piutang, dan inventaris. Rasio tersebut merefleksikan kemapanan finansial, efisiensi manajemen aset, serta kemampuan perusahaan dalam menjaga arus kas operasional. Dalam pasar modal, investor tidak hanya memperhatikan besarnya laba, tetapi juga memperhatikan seberapa lancar entitas bisnis dalam mengadministrasikan tanggungan finansialnya. Likuiditas yang mumpuni mengartikan bahwa entitas bisnis mempunyai kecukupan kas untuk menjalankan aktivitas operasional tanpa hambatan, membayar dividen tepat waktu, serta mampu mengantisipasi risiko keuangan yang timbul dari perubahan ekonomi atau penurunan penjualan. Situasi tersebut menumbuhkan keyakinan pemodal atas kapasitas entitas bisnis untuk berkesinambungan dalam horizon waktu panjang, yang pada gilirannya menstimulasi eskalasi permintaan saham dan berimplikasi pada apresiasi Harga Saham.

Signaling theory mengemukakan bahwa jajaran manajemen entitas bisnis mentransmisikan isyarat ke pasar via data yang dirilis, mencakup laporan finansial. Dalam kerangka ini, rasio Likuiditas yang superior berfungsi sebagai sinyal positif (*positive signal*) untuk pemodal bahwa entitas bisnis tersebut mempunyai kapabilitas finansial jangka pendek yang solid dan prospek keuntungan di masa depan yang lebih terjamin. Investor menafsirkan sinyal tersebut sebagai indikasi rendahnya risiko likuiditas dan meningkatnya prospek pengembalian investasi, sehingga mereka tertarik untuk menanamkan modal pada saham entitas bisnis tersebut. Dengan demikian, temuan studi ini memperkuat pandangan bahwa Likuiditas tidak hanya mencerminkan efisiensi keuangan jangka pendek, tetapi juga berfungsi sebagai sinyal kepercayaan pasar yang mengakibatkan apresiasi Harga Saham entitas bisnis di sektor *personal care product* di BEI.

Ketika Likuiditas suatu entitas bisnis tinggi, maknanya entitas bisnis mempunyai aktiva lancar yang memadai untuk melunasi kewajiban lancarnya, yang membuat potensi gagal bayar menjadi minim. Kondisi ini memberikan rasa aman bagi investor karena menandakan perusahaan dikelola dengan baik dan memiliki kemampuan menjaga kelancaran arus kas. Investor akan memandang entitas bisnis tersebut lebih kokoh dan mempunyai prospek perkembangan yang cerah, yang menyebabkan permintaan atas saham entitas bisnis melonjak dan mengerek apresiasi Harga Saham. Di samping itu, entitas bisnis dengan level Likuiditas yang mumpuni umumnya mempunyai keluwesan finansial yang lebih unggul—misalnya membiayai kegiatan operasional, membayar dividen, atau melakukan ekspansi bisnis tanpa harus bergantung pada pendanaan eksternal.

Temuan studi ini selaras dengan riset Putri & Ramadhan (2023) yang mengemukakan bahwa Likuiditas berdampak positif pada Harga Saham. Simpulan tersebut juga konsisten dengan kajian Faradina & Laily (2025) yang menegaskan bahwa Likuiditas mempunyai pengaruh positif dan substansial terhadap Harga Saham; hal ini mengindikasikan bahwa eskalasi Likuiditas akan diikuti oleh apresiasi Harga Saham.

3) Pengaruh Rasio Pasar terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa rasio pasar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga saham pada perusahaan *personal care product* di BEI. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,001 dengan nilai t hitung -0,247 dan signifikansi sebesar 0,807 > 0,05 maka H3 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan rasio pasar tidak memberikan pengaruh yang berarti (signifikan) terhadap fluktuasi harga saham di sektor tersebut, dengan arah hubungannya negatif. Artinya, kenaikan rasio pasar dibarengi oleh depresiasi harga saham, akan tetapi korelasi tersebut terbilang lemah secara statistik.

Rasio pasar pada penelitian ini diproksikan dengan *price to earning ratio (PER)* yang menggambarkan perbandingan antara harga saham dan laba per lembar saham (*Earnings Per Share/EPS*). Rasio ini menunjukkan seberapa besar harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap satu rupiah laba yang dihasilkan perusahaan. Semakin tinggi nilai PER, semakin besar harga yang dibayar investor terhadap laba perusahaan, yang dapat diartikan bahwa investor memiliki ekspektasi pertumbuhan laba di masa depan yang tinggi. Sebaliknya, PER yang rendah menunjukkan bahwa saham tersebut dinilai murah dibandingkan

laba yang dihasilkannya. Namun, dalam industri *personal care product*, hasil negatif dan tidak signifikan ini menunjukkan bahwa investor tidak terlalu memfokuskan perhatian pada PER sebagai indikator utama penilaian saham. Sektor personal care umumnya memiliki karakteristik pasar yang stabil dan produk yang bersifat kebutuhan pokok, akibatnya dinamika harga saham lebih ditentukan oleh aspek-aspek lain contohnya performa penjualan, efisiensi produksi, inovasi produk, dan strategi distribusi, daripada rasio pasar semata.

Dalam kerangka teori sinyal (*Signaling Theory*), rasio PER seharusnya berfungsi sebagai sinyal bagi investor tentang ekspektasi pertumbuhan laba dan nilai perusahaan di masa depan. Namun, ketika sinyal tersebut tidak direspon signifikan oleh pasar, hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui rasio pasar tidak cukup kuat untuk membentuk persepsi positif investor. Pasar menilai sinyal tersebut tidak kredibel atau kurang relevan dibandingkan sinyal lain seperti profitabilitas. Fakta ini konsisten dengan pandangan Jogiyanto (2017) yang mengemukakan bahwa tidak setiap informasi pasar memiliki kekuatan sinyal yang sama, hanya informasi yang dipercaya mampu memprediksi kinerja keuangan di masa depan yang akan direspons secara signifikan oleh pasar.

Hasil penelitian ini juga memperkuat pandangan Brigham & Houston (2021) bahwa rasio pasar seperti PER memiliki sifat yang lebih spekulatif dibandingkan indikator fundamental lainnya. Nilai PER dapat berfluktuasi disebabkan oleh unsur-unsur eksternal misalnya situasi perekonomian makro, harapan penanam modal, atau suasana pasar, bukan semata karena perubahan kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, dalam sektor personal care yang relatif stabil, PER bukan merupakan sinyal utama yang menentukan pergerakan harga saham. Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan bahwa rasio pasar (PER) memiliki dampak negatif namun tidak berarti pada harga saham lantaran penanam modal dalam industri *personal care product* lebih mempertimbangkan faktor fundamental yang bersifat nyata seperti profitabilitas dibandingkan rasio pasar yang cenderung fluktuatif. Indikasi yang ditimbulkan dari besaran PER tidak memadai kekuatannya untuk memberi dampak keputusan investasi di sektor ini, sehingga pengaruhnya terhadap harga saham menjadi tidak signifikan.

Temuan studi ini konsisten dengan riset Kholifah et al., (2023) dan Setiawan & Manurung (2025) yang mengemukakan bahwa rasio pasar, yang diukur melalui *price to earning ratio (PER)*, tidak memberi dampak berarti bagi harga saham. PER lebih banyak berkorelasi dengan aspek-aspek lain di luar harga saham. Absennya pengaruh PER ini turut disebabkan oleh ketidakmenentuan situasi ekonomi dan politik sebuah negara, yang berimplikasi pada ketidakmampuan PER memengaruhi apresiasi ataupun depresiasi harga saham.

5. CONCLUSION

Studi ini mengandung tujuan menganalisis dampak dari profitabilitas, likuiditas, dan rasio pasar terhadap harga saham pada entitas bisnis produk perawatan pribadi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Mengacu pada simpulan pengujian statistik, ditemukan bahwa faktor profitabilitas mempunyai dampak positif dan substansial pada harga saham. Temuan ini mengindikasikan bahwa profitabilitas adalah elemen kunci yang menggerakkan dinamika harga saham, sebab hal itu merefleksikan kapasitas entitas bisnis untuk mengakumulasi keuntungan sekaligus efektivitas pimpinan dalam mengalokasikan aset.

Faktor likuiditas terbukti memiliki korelasi positif dan kuat dengan harga saham. Ini menandakan bahwa semakin mumpuni kapabilitas sebuah entitas bisnis dalam membayar utang lancarnya, maka semakin meningkat pula keyakinan penanam modal pada kekokohan finansial dan masa depan entitas bisnis tersebut. Sebaliknya, rasio pasar tidak memberikan efek apa pun terhadap harga saham. Kondisi ini terjadi lantaran rasio pasar (*PER*) memiliki sifat yang mudah berubah dan tidak senantiasa merepresentasikan keadaan mendasar dari suatu entitas bisnis. Seluruh faktor independen, yaitu profitabilitas, likuiditas, dan rasio pasar, secara bersama-sama memberikan dampak terhadap harga saham entitas bisnis perawatan pribadi di BEI.

REFERENCES

Afsari, D. P., & Cahyono, K. E. (2020). Pengaruh rasio profitabilitas, likuiditas dan pasar terhadap harga saham perusahaan food and beverage. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, *9*(8), 1-13.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Dasar-dasar manajemen keuangan* (16th ed.). Salemba Empat.

Faradina, A., & Laily, N. (2025). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan leverage terhadap harga saham pada perusahaan farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, *14*(3).

Harahap, S. S. (2021). *Analisis kritis atas laporan keuangan*. Rajawali Pers.

Hendrik, A. K. S. (2025). Pengaruh rasio keuangan terhadap harga saham. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *9*(1), 275–288. https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2460

Hery. (2018). *Analisis laporan keuangan*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Jogiyanto, H. M. (2017). *Teori portofolio dan analisis investasi* (10th ed.). BPFE-Yogyakarta.

Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan* (12th ed.). PT Raja Grafindo Persada.

Kholifah, Z. N., Murdiyanto, E., & Rahmawati, Z. (2023). Pengaruh price earning ratio (PER) dan earning per share (EPS) terhadap harga saham pada perusahaan subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia tahun 2015–2021. *Masman Master Manajemen*, *1*(4), 37-50. https://doi.org/10.59603/masman.v1i4.146

Ma'ruf, M., Mas' ud, M., & Baharuddin, D. (2024). Pengaruh return on equity (roe), earning per share (eps), dan price to book value (pbv) terhadap harga saham sektor consumer goods (studi pada Jakarta Islamic index (JII) periode 2018-2022). *Movere Journal*, *6*(1), 34-46. https://doi.org/10.53654/mv.v6i1.424

Mayklisyani, I., Wiyono, G., & Kusumawardhani, R. (2023). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2015-2020). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, *12*(1), 1-13. https://doi.org/10.22437/jmk.v12i01.17516

Nasution, M. A., Ginting, L. D. P., Fitri, A., & Safitri, N. (2023). Analysis of financial statements to measure the financial performance of PT. Unilever Indonesia Tbk. period 2020-2022. *Asian Journal of Management Analytics*, *2*(2), 157-170. https://doi.org/10.55927/ajma.v2i2.3896

Pasar Dana. (2024, November 5). Indonesia berpeluang jadi negara sumber bahan baku kosmetik natural dunia. *Pasar Dana*. https://pasardana.id/article/2024/11/5/indonesia-berpeluang-jadi-negara-sumber-bahan-baku-kosmetik-natural-dunia/

Putri, L. A., & Ramadhan, M. I. (2023). Pengaruh rasio likuiditas dan rasio profitabilitas terhadap harga saham. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, *7*(2), 1113-1123. https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1344

Rianti, & Rernaningdiah, D. (2024). Pengaruh rasio profitabilitas dan rasio pasar terhadap harga saham. *Journal Competency of Business*, *8*(1), 215–230. https://doi.org/10.47200/jcob.v8i01.1077

Setiawan, A. S., & Manurung, E. T. (2025). Pengaruh PER dan PBV terhadap harga saham PT Aspirasi Hidup Indonesia periode 2016–2023. *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, *6*(1), 42-51. https://doi.org/10.56486/remittance.vol6no1.698

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.