

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, perkembangan perekonomian di Indonesia bergerak semakin pesat, tidak sedikit perusahaan bermunculan dalam berbagai bidang usaha. Kondisi ini menyebabkan perusahaan harus mengalami persaingan yang semakin ketat akan upaya menerobos pangsa pasar domestic ataupun internasional agar mencapai penjualan yang ditetapkan oleh manajemen. Hal ini menjadi kendala yang harus dihadapi manajemen, salah satunya yakni masalah pendanaan.

Pada prinsipnya pemenuhan kebutuhan dana suatu perusahaan dapat disediakan dari sumber internal maupun eksternal perusahaan. Sumber dana yang dibentuk dalam perusahaan berasal dari pemilik modal dan laba ditahan. Adapun sumber dana dari luar dipenuhi oleh pendanaan utang atau pembelanjaan utang (*debt financing*).

Tingginya persaingan dunia bisnis membuat perusahaan terus meningkatkan ekspansi guna menghadapi situasi perekonomian yang semakin terbuka. Sejalan dengan itu, maka perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya dengan cara mendaftarkan diri ke pasar modal di Bursa Efek Indonesia.

Menurut Bambang (2008 : 219), pasar modal adalah tempat bertemunya dua kelompok yang saling berhadapan tetapi kepentingannya saling mengisi, yaitu calon pemodal (investor) di satu pihak dan emiten yang membutuhkan dana jangka menengah atau jangka panjang dilain pihak. Dengan kata lain, adalah tempat bertemunya

penawaran dan permintaan dana jangka menengah atau jangka panjang. Dimaksudkan dengan pemodal adalah perorangan atau lembaga yang menanamkan dananya dalam efek, sedangkan emiten adalah perusahaan yang menerbitkan efek untuk ditawarkan kepada masyarakat. Berdasarkan fungsi tersebut pasar modal menjadi salah satu penggerak utama perekonomian dunia termasuk Indonesia karena pasar modal dapat menghubungkan investor yang ingin menanamkan dananya dalam efek dengan emiten yang menerbitkan efek untuk diperjual belikan.

Perusahaan yang terdaftar di pasar modal ialah perusahaan yang *go public*, dimana perusahaan tersebut menawarkan saham kepada masyarakat umum untuk pertama kalinya. Kegiatan dalam rangka penawaran umum penjualan saham perdana disebut dengan IPO (*Initial Public Offering*). Di dalam IPO ada salah satu media informasi yang digunakan untuk penyebaran informasi ke masyarakat yang disebut *prospectus*. Masyarakat dapat memilih alternatif investasi melalui pasar modal yaitu dengan membeli sejumlah saham perusahaan yang *go public*, dan dari pemilihan tersebut diharapkan ada keuntungan dari selisih harga beli dengan harga jualnya di kemudian hari.

Pasar modal didefinisikan sebagai pasar untuk berbagai instrumen keuangan (sekuritas) jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk hutang maupun modal sendiri, baik yang diterbitkan oleh pemerintah, *public authorities*, maupun perusahaan swasta.

Tujuan pasar modal di Indonesia adalah mempercepat proses perluasan pengikutsertaan masyarakat dalam pemilikan saham perusahaan, pemerataan pendapatan

masyarakat melalui pemerataan pemilikan saham dan yang ketiga menggairahkan partisipasi masyarakat dalam pengerahan dan penghimpunan dana untuk digunakan secara produktif (Ridwan S. Sundjaja, 2003: 425). Tujuan tersebut dapat dicapai secara bertahap dengan semakin banyaknya jenis dan jumlah surat-surat berharga yang diperjualbelikan sejalan dengan bertambahnya lembaga-lembaga yang mendukung terselenggaranya pasar modal tersebut.

Salah satu instrument pasar modal yang paling populer adalah saham. Saham adalah tanda bukti pengembalian atau peserta dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas (Bambang 2008 : 240). Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan bagi perusahaan. Investor yang memilih berinvestasi dalam bentuk saham berarti berinvestasi dalam prospek perusahaan tersebut.

Perkembangan saham perusahaan tidak akan terlepas dari perkembangan kinerja perusahaan. Seorang investor membeli dan mempertahankan saham suatu perusahaan dengan harapan untuk memperoleh keuntungan berupa deviden maupun *capital gain/loss* di masa yang akan datang. Salah satu informasi yang biasa digunakan investor dalam membeli atau menjual saham sebagai pertimbangan untuk menentukan tingkat keuntungan beserta risiko saham yang akan dibeli dan dijual dengan menggunakan rasio keuangan yaitu rasio profitabilitas.

Profitabilitas merupakan salah satu pengukur kinerja keuangan sebuah perusahaan. Jika profitabilitas sebuah perusahaan bagus maka kelangsungan hidup perusahaan akan terjamin. Namun sebaliknya, jika perusahaan memiliki profitabilitas

buruk maka kelangsungan hidup perusahaan tidak akan bertahan lama, karena perusahaan tersebut tidak mampu memenuhi biaya-biaya operasional.

Rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset*, Bagi para investor dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih melalui asset yang tertanam di perusahaan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Mamduh dan Abdul (2012 : 81), *Return On Asset* merupakan rasio keuangan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset yang tertentu. Bagi investor penilaian terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba merupakan suatu hal yang sangat penting, karena tingkat laba suatu perusahaan dapat mempengaruhi harga saham yang diterbitkan oleh emiten.

Investor pada dasarnya menginginkan bahwa dana yang diinvestasikan memberi keuntungan yang maksimal. Dari seluruh laba yang diperoleh perusahaan, sebagian dibagikan kepada pemegang saham dengan keuntungan per lembar saham (*earning per share*).

Menurut Munawir (2014 : 96), *Earning Per Share* adalah keuntungan untuk setiap lembar saham dengan cara membagi jumlah keuntungan yang tersedia untuk pemegang saham biasa dengan jumlah saham biasa yang beredar. Pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa, calon pemegang saham sangat tertarik dengan EPS, karena hal ini menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham dan menggambarkan prospek earning perusahaan di masa depan.

Kepercayaan investor atau calon investor sangat bermanfaat bagi emiten, karena semakin banyaknya kepercayaan masyarakat terhadap emiten maka keinginan untuk berinvestasi pada emiten tersebut semakin kuat. Naik turunnya harga saham tergantung dari kekuatan tarik menarik antara permintaan dan penawaran akan saham di pasar modal.

Sektor kosmetik dan rumah tangga merupakan sektor yang berbasis kebutuhan. Pada saat ini masyarakat Indonesia sadar akan perlunya hidup sehat dan terawat, sehingga semakin banyaknya permintaan masyarakat akan produk kosmetik dan keperluan rumah tangga yang mengakibatkan timbulnya persaingan antara sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga. Oleh karena itu setiap perusahaan di Indonesia dituntut untuk mampu bersaing dengan banyak melakukan inovasi, promosi dan sistem pemasaran yang baik serta kualitas produk yang optimal untuk menarik para konsumennya.

Salah satu perusahaan sektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan tergabung dalam indeks LQ-45 yaitu PT.Unilever Indonesia Tbk. Merupakan salah satu perusahaan terdepan untuk produk Home and Personal care di Indonesia. Hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan produk-produk dari perusahaan ini. Hal ini terlihat dari pertumbuhan hasil penjualan yang diperoleh perusahaan dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan, sehingga diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi investor.

Keberhasilan yang dicapai PT. Unilever Indonesia Tbk. Selama ini tidak terlepas dari kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut, sehingga perusahaan melakukan inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

PT. Unilever Indonesia Tbk. Tidak hanya melakukan inovasi terhadap produk tetapi juga menjalankan kegiatan sustainability sebagai landasan penggerak dalam setiap kegiatannya. Maka setiap konsumen memilih salah satu produk Unilever, hal itu berarti mereka meningkatkan kualitas kehidupan mereka, lingkungan mereka dan dunia yang kita tempati bersama.

Berikut gambaran *Return On Asset (ROA)* dan *Earning Per Share (EPS)* dan Harga Saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2015.

Tabel 1.1
Fenomena Pertumbuhan *Return On Asset (ROA)* dan *Earning Per Share (EPS)*
Terhadap Harga Saham pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.
(dalam miliar rupiah)

Tahun	<i>Return On Asset (%)</i>	<i>Earning Per Share (Rp)</i>	Harga saham (Rp)
2011	53,18	545	18.800
2012	40,38	634	20.850
2013	71,51	701	26.000
2014	40,18	752	32.300
2015	37,20	766	37.000

Sumber : PT. Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan PT. Unilever Indonesia Tbk. (www.unilever.co.id), data diolah kembali.

Berdasarkan tabel di atas diketahui *Return On Asset (ROA)* dan *Earning Per Share (EPS)* dan Harga Saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2015 berfluktuasi. Tahun ke tahun ROA mengalami penurunan namun berbeda dengan EPS

yang mengalami kenaikan dan penurunan pada tahun-tahun tertentu. Sedangkan harga saham dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, seperti yang terlihat pada tabel 1.1.

Untuk setiap Rp. 1,- asset yang digunakan PT. Unilever Indonesia, Tbk pada tahun 2011 hanya mampu menghasilkan Rp. 0,531,- EBIT. Bisa juga dikatakan PT. Unilever Indonesia, Tbk hanya mampu menghasilkan EBIT 53,18 % dari total asset yang digunakan, sedangkan EPS sebesar Rp. 545,- berarti bahwa pendapatan per lembar saham biasa yang beredar adalah Rp. 5465,- adapun penutupan harga saham pada tahun 2011 tercatat sebesar Rp. 18.800 per lembar.

Tidak semua peningkatan atau penurunan ROA dan EPS memberikan pengaruh yang sama atau konsisten setiap tahunnya terhadap harga saham. Dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, prestasi tertinggi ROA pada tahun 2011 sebesar 71,51 % dan EPS sebesar Rp. 701,- memberikan dampak yang baik terhadap naiknya harga saham sebesar Rp. 20.850,- per lembar.

Selanjutnya ROA mengalami penurunan pada tahun 2014 yaitu 40,18 % akan tetapi EPS mengalami kenaikan sebesar Rp. 752,- Disusul dengan naiknya harga saham sebesar Rp. 26000,- per lembar. Penurunan ROA kembali terjadi, ROA terendah tercatat pada tahun 2015 sebesar 37,20 % sedangkan EPS mengalami kenaikan lumayan tinggi pada tahun 2014 sebesar Rp. 752,- akan tetapi pada tahun 2015 EPS mengalami kenaikan sebesar Rp. 766,-. Berbeda dengan penutupan harga sahamnya yang terus mengalami kenaikan pada tahun 2014 sebesar Rp. 32.300,- per lembar dan harga saham mengalami kenaikan yang cukup tinggi pada tahun 2015 tercatat sebesar Rp. 37000,- per lembar.

Fenomena pertumbuhan *Return On Asset (ROA)* dan *Earning Per Share (EPS)* Terhadap Harga Saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk cenderung fluktuatif dan tentu saja hal tersebut akan mempengaruhi harga saham. Namun sampai saat ini belum diketahui seberapa besar pengaruh ROA dan EPS terhadap harga saham PT. Unilever Indonesia Tbk.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh *Return On Asset (ROA)* dan *Earning Per Share (EPS)* Terhadap Harga Saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk.”** baik secara parsial maupun simultan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan pokok tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana *Return on Asset* dan *Earning Per Share* pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode tahun 2006-2015.
2. Bagaimana Harga Saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode tahun 2006-2015.
3. Bagaimana pengaruh *Return on Asset* dan *Earning Per Share* terhadap Harga Saham pada PT. Unilever Tbk periode 2006-2015.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. *Return on Asset* dan *Earning Per Share* pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode tahun 2006-2015.
2. Harga Saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode tahun 2006-2015.
3. Pengaruh *Return on Asset* dan *Earning Per Share* terhadap Harga Saham pada PT. Unilever Tbk periode 2006-2015.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik bagi insan akademis maupun praktisi sebagai :

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan untuk menambah ilmu pengetahuan dan bahan referensi dalam bidang manajemen keuangan khususnya materi analisis fundamental yang membahas pengaruh *Return on Asset* dan *Earning Per Share* terhadap Harga Saham.

2. Terapan Ilmu

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan kepada pihak-pihak terkait khususnya perusahaan *go public* dalam mengevaluasi ROA dan EPS terhadap harga saham.

- b. Bagi Penulis

Memberikan wawasan, ilmu pengetahuan dan pengalaman sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam pasar modal.

c. Bagi Lembaga / Fakultas Ekonomi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam menjangkung perkuliahan dan menambah perbendaharaan perpustakaan, selain itu hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa.

d. Bagi Investor

Return On Asset (ROA) dan Earning Per Share (EPS) dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi karena keduanya mengukur kemampuan persahaan dalam menghasilkan tingkat pengambilan atas investasi yang dilakukan investor pada perusahaan tersebut.

e. Bagi Pihak Lain

Sebagai tambahan referensi, informasi dan wawasan teoritis yang kiranya dapat memberikan manfaat dan petunjuk untuk keperluan penelitian pada masalah yang sama atau penelitian lanjutan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan melalui akses internet dengan situs www.idx.co.id. Serta di pojok BEI (Bursa Efek Indonesia) Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, Jalan Siliwangi No. 24 Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2017. Adapun jadwal terlampir.