

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perusahaan selalu membutuhkan dana untuk menunjang kelancaran kegiatan operasinya dan menjaga kelangsungan hidupnya dalam persaingan bisnis yang semakin ketat (Husnan, 2009). Salah satu cara untuk memperoleh sumber dana perusahaan adalah dengan cara menarik dana dari luar perusahaan yang dapat diperoleh dari pasar modal. Pasar modal adalah tempat dimana berbagai pihak khususnya perusahaan menjual saham (stock) dan obligasi (bond) dengan tujuan dari hasil penjualan tersebut nantinya akan dipergunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat modal perusahaan (Darmadji, Tjipctono, & Fakhrudin, 2012). Pihak yang membutuhkan dana adalah perusahaan yang memerlukan dana untuk menjalankan kegiatan operasinya atau sering disebut dengan emiten, sedangkan pihak yang kelebihan dana disebut dengan investor. Pasar modal merupakan tempat yang potensial bagi perusahaan yang membutuhkan pendanaan jangka pendek dan menengah. Investasi yang dilakukan di pasar modal dapat dilakukan dalam bentuk saham, obligasi maupun dalam bentuk derivatif. Sebagian besar investor lebih memilih menanamkan dana dalam bentuk saham hal ini dikarenakan saham dianggap lebih menguntungkan dari pada bentuk investasi dalam bentuk lainnya.

Investasi pada saham tidak terlepas dari risiko karena sifatnya yang peka terhadap perubahan-perubahan, baik perubahan faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan, sehingga diperlukan analisis yang cermat bagi setiap investor sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi pada saham (Kodrat & Indonanjaya, 2010). Selain menghitung *return* yang diharapkan, investor juga harus memperhatikan risiko yang akan ditanggung (Ahmad, Fida, & Zakaria, 2013).

Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka semakin kecil kemungkinan risiko kegagalan investasi yang akan ditanggung dan semakin besar kemungkinan mendapatkan *return* yang tinggi mengakibatkan semakin banyak investor yang

akan berinvestasi pada perusahaan tersebut (Olowoniye & Ojenike, 2012). Perusahaan dengan laba yang tinggi, akan meningkatkan permintaan saham dan selanjutnya akan berdampak pada harga saham perusahaan. Ketika harga saham semakin meningkat maka *return* saham juga akan meningkat (Sinex, 2014). *Return* saham dapat berupa dividen atau *capital gain* (Tandelilin, 2001). Dividen merupakan bagian dari laba bersih yang dibagikan kepada pemegang saham, sedangkan *capital gain* merupakan keuntungan modal yang diperoleh dari selisih antara harga beli dan harga jual saham (Tryfino, 2009).

Investor memperhatikan kinerja perusahaan yang menerbitkan saham sebagai dasar penilaian investor terhadap saham tersebut. Oleh karena itu *return* saham penting bagi investor dan perusahaan, karena *return* saham digunakan sebagai alat pengukur kinerja perusahaan oleh investor untuk berinvestasi pada perusahaan di pasar saham. Menjaga dan memperbaiki kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi investor merupakan tanggung jawab perusahaan agar portofolio saham yang diinvestasikan meningkat (Hanani, 2007).

Perusahaan yang menerbitkan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) dikategorikan kedalam 9 sektor, salah satunya yaitu sektor perdagangan, jasa dan investasi. Sektor perdagangan, jasa dan investasi dibagi menjadi 7 subsektor yaitu subsektor perdagangan besar barang produksi, perdagangan eceran, restoran hotel dan pariwisata, advertising printing dan media, kesehatan, jasa computer dan perangkatnya, dan perusahaan investasi. Pada Bursa Efek Indonesia terlihat bahwa sektor perdagangan, jasa dan investasi sedang mengalami penurunan yang terlihat dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang menurun. Penurunan IHSG ini cukup tajam yaitu mencapai sebesar 0,71%.

(<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170522075114-92-216291/mencermati-lunglainya-saham-sektor-perdagangan-dan-jasa>)

Akibat adanya penurunan harga saham sangat berdampak pada pada sektor perdagangan, jasa dan investasi dimana di dalamnya terdapat subsektor advertising printing media yang mengalami penurunan. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan jasa harus mencari sumber dana untuk melakukan kegiatan operasional perusahaannya. Pada perusahaan jasa salah satu subsektor

yang terdaftar di BEI adalah advertising printing media, subsektor ini menjadi salah satu pilihan para investor untuk berinvestasi, maka investor akan mempertimbangkan untuk berinvestasi pada perusahaan subsektor advertising printing media dengan mengharapkan *return* saham yang tinggi.

Subsektor advertising printing media tahun 2011-2016 dari tahun ke tahun selalu mengalami perubahan yang mengakibatkan *return* saham tidak menentu. Tabel 1.1 memperlihatkan perubahan *return* saham pada subsektor advertising printing media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berikut rata-rata *return* saham perusahaan pada subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI:

**TABEL 1.1**  
**RATA-RATA *RETURN* SAHAM SUBSEKTOR ADVERTISING**  
**PRINTING MEDIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK**  
**INDONESIA (BEI)**

No	NAMA PERUSAHAAN	RETURN SAHAM					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Mahaka Media Tbk	-161	-39	20	-39	-11	0
2	Elang Mahkota Teknologi Tbk	2.08	600	1.65	2.25	2.5	-325
3	Fortune Indonesia Tbk	33	-14	36	533	0	-382
4	First Media Tbk	-370	20	-20	2.01	-715	-660
5	MNC Sky Vision Tbk	-	-	-400	-400	-265	-290
6	Surya Citra Media Tbk	4.3	-5.6	375	875	-400	-300
7	Visi Media Asia Tbk	-	40	-285	203	-228	48
<b>Jumlah</b>		<b>-491.62</b>	<b>601.40</b>	<b>-272.35</b>	<b>1176.26</b>	<b>-1616.50</b>	<b>-1909.00</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>-98.32</b>	<b>100.23</b>	<b>-38.91</b>	<b>168.04</b>	<b>-230.93</b>	<b>-272.71</b>

Sumber : [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com) (Data diolah)

Pada Tabel 1.1 bisa terlihat bahwa fluktuasi yang terjadi sangat tajam setiap tahunnya. Perusahaan yang mempunyai *return* saham yang menurun, investor akan mengalami kerugian dalam penjualan saham kepada investor lain. Ini merupakan keadaan yang mengkhawatirkan untuk perusahaan subsektor advertising printing media. Berdasarkan permasalahan tentang *return* saham yang

cenderung negatif dan tidak stabil pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016, maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian, karena dampak yang akan terjadi dapat mempengaruhi kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2016, sehingga perlu dianalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *return* saham.

Kondisi yang kurang mendukung berdampak pada perubahan *return* dan harga saham. Informasi yang disajikan dalam laporan keuangan, salah satunya adalah laporan laba rugi. Laba yang tinggi memperlihatkan bahwa perusahaan dalam kondisi baik dan akan meningkatkan minat investasi sehingga harga pun akan bergerak naik. Pengamatan terhadap laba dan harga saham pada subsektor ini pergerakan tersebut tidak searah. Dampak lain terhadap perkembangan pasar modal dan perusahaan emiten. Ketika emiten mempunyai *return* saham yang terus mengalami penurunan, maka investor tidak akan berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga perusahaan tidak akan mempunyai permodalan yang baik, sehingga keuangan perusahaan pun akan mengalami keadaan yang tidak sehat dan kegiatan operasional akan terhambat (Gunawan & Budileksmana, 2003).

Perusahaan yang *return* sahamnya terus mengalami penurunan, maka investor akan mengalami kerugian dalam penjualan saham kepada investor lain. *Return* saham yang cenderung menurun akan berdampak pula pada kepercayaan investor dalam menanamkan investasi. Jika *return* saham perusahaan tidak meningkat dan cenderung mengalami penurunan yang tajam, maka tidak akan ada investor yang akan berinvestasi pada perusahaan tersebut, ini berarti perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Ini merupakan keadaan yang mengkhawatirkan untuk perusahaan subsektor advertising printing media.

Dalam analisis investasi digunakan penilaian kinerja keuangan. Penilaian kinerja keuangan dapat diukur menggunakan profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, aktivitas, nilai pasar, dan pertumbuhan. Analisis kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai pasar. Nilai pasar merupakan kinerja yang lazim digunakan di pasar modal yang menggambarkan situasi keadaan prestasi perusahaan di pasar modal (Harahap, 2015). Rasio yang digunakan dalam

penelitian ini untuk mengukur nilai pasar yaitu *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV).

Pada perusahaan subsektor advertising printing media memiliki nilai pasar yang cenderung menurun seperti yang terlihat pada tabel berikut:

**TABEL 1.2**  
**RATA-RATA NILAI PASAR PERUSAHAAN SUBSEKTOR**  
**ADVERTISING PRINTING MEDIA DI BEI PERIODE 2011-2016**

Tahun	Nilai Pasar	
	PER	PBV
2011	55.23	2.34
2012	107.10	3.22
2013	49.97	3.15
2014	16.13	3.36
2015	31.57	3.67
2016	30.47	3.45

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan

Pada tabel 1.2 terlihat bahwa rata-rata PER dan PBV mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan selama periode 2011-2016. Penurunan paling tajam untuk rasio PER pada tahun 2014 mencapai angka 16.13 sedangkan untuk PBV pada tahun 2011 yaitu mencapai angka 2.34. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian investor terhadap nilai pasar subsektor ini kurang baik karena penurunan nilai PER dan PBV. Menurut (Kodrat & Indonanjaya, 2010) mengatakan, semakin tinggi nilai PER dan PBV maka kepercayaan terhadap perusahaan di pasar modal pun akan meningkat dan mengakibatkan tingginya permintaan terhadap saham perusahaan.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk membuktikan pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Raharjo, 2005), PER dapat memiliki pengaruh yang signifikan dan dapat juga tidak berpengaruh terhadap *return* saham, sedangkan PBV tidak memiliki pengaruh terhadap *return* saham perusahaan LQ 45 di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian (Winarto, 2007), PBV memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham dan PER

tidak berpengaruh terhadap *return* saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian (Ganto, Khadafi, Albra, & Syamni, 2008) menyatakan bahwa PER memiliki hubungan positif terhadap *return* saham sedangkan PBV memiliki hubungan negatif terhadap *return* saham. Menurut (Sugiarti & Suyanto, 2007) menemukan bahwa PBV memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham di sektor perbankan Indonesia, sedangkan EPS memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga pasar saham. Hasil analisis dan pembahasan dari penelitian (Margaretha & Damayanti, 2008) menghasilkan simpulan bahwa PER dan PBV berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *return* saham. Menurut (Permana, 2010) menemukan bahwa PER berpengaruh positif terhadap *return* saham. Hasil dari penelitian (Lestari, Lufti, & Syahyunan, 2007) menemukan bahwa PER berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Menurut (Aruan, 2005) menemukan bahwa PBV berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

Kinerja perusahaan subsektor advertising printing media yang kurang baik menjadi salah satu penyebab perusahaan ini mengalami penurunan *return* saham. Karena pentingnya melihat atau memprediksi *return* saham yang menunjukkan pula nilai pasar yang menerbitkan saham tersebut. Pada perusahaan yang mengalami penurunan *return* saham kurang dari normal atau menurun, investor akan mengalami kerugian dalam penjualan saham kepada investor lain. *Return* saham yang kian terpuruk akan berdampak pula pada kepercayaan investor dalam menanamkan hartanya untuk berinvestasi. Jika *return* saham perusahaan emiten tidak kunjung meningkat, maka tidak akan ada investor yang akan berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan fenomena diatas yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah *return* saham yang cenderung mengalami penurunan pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Sektor perdagangan, jasa dan investasi pada tahun 2015 sedang mengalami penurunan. Hal ini terlihat dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang mengalami penurunan dan dipelopori oleh sektor perdagangan, jasa dan investasi

yang menurun tajam hingga 0,71%. Di dalam sektor perdagangan, jasa dan investasi terdapat tujuh subsektor didalamnya dimana yang mengalami penurunan yaitu salah satunya adalah subsektor advertising printing media.

Dalam pasar modal *return* saham menjadi salah satu indikator penentuan investasi yang dilakukan para investor dan menjadi gambaran bagi para investor seberapa banyak keuntungan yang akan mereka peroleh. Kinerja keuangan menjadi salah satu penentuan tinggi rendahnya *return* saham selain penawaran dan permintaan saham. Semakin baik kinerja perusahaan maka semakin banyak pula dividen yang akan diperoleh oleh investor. Hal inilah yang menyebabkan *return* saham tinggi.

Salah satu faktor penentu *return* saham yaitu kinerja perusahaan yang tergambar dalam kinerja keuangannya. Adapun analisis kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai pasar.

Menurut (Harahap, 2015) nilai pasar merupakan kinerja yang lazim digunakan di pasar modal yang menggambarkan situasi keadaan prestasi perusahaan di pasar modal. Rasio nilai pasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah PER dan PBV. Rata-rata PER dan PBV pada perusahaan subsektor advertising printing media mengalami fluktuasi dan cenderung menurun selama periode 2011-2016. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian investor terhadap nilai pasar sektor ini kurang baik karena penurunan nilai pasar.

Semakin tinggi kinerja keuangan perusahaan maka nilai pasar perusahaan pun meningkat. Dengan nilai pasar perusahaan yang tinggi akan banyak permintaan saham dari investor. Dengan banyaknya permintaan saham maka *return* saham pun akan meningkat. Begitu pula sebaliknya kinerja keuangan yang rendah akan berakibat rendahnya *return* saham. Berdasarkan identifikasi tersebut, penting untuk membuktikan apakah terdapat hubungan antara nilai pasar dengan *return* saham. Maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Nilai pasar terhadap Return Saham Pada Perusahaan Subsektor Advertising Printing Media Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2016”**.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran nilai pasar pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016
2. Bagaimana gambaran *return* saham pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016
3. Bagaimana pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016

### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksud untuk mengungkapkan data dan informasi yang berhubungan dengan nilai pasar terhadap *return* saham pada subsektor advertising printing media dengan tujuan untuk memperoleh temuan mengenai :

1. Gambaran nilai pasar pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016
2. Gambaran *return* saham pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016
3. Pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Kegunaan Akademik  
 Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan secara teoritis dalam bidang *return* saham. Mengenai PER dan PBV yang berpengaruh pada *return* saham pada perusahaan advertising printing media yang terdaftar di BEI.
2. Kegunaan Praktisi  
 Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi perusahaan advertising printing media dalam memperlihatkan strategi yang digunakan untuk mengelola PER dan PBV yang berdampak



pada *return* saham. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi atau landasan untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham.