

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pasar modal merupakan salah satu instrumen ekonomi yang memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi sekaligus yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Pasar modal dikatakan memiliki fungsi ekonomi karena pasar menyediakan fasilitas atau wahana yang mempertemukan dua kepentingan, yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dan pihak yang memerlukan dana (*issuer*). Pasar modal dikatakan memiliki fungsi keuangan, karena memberikan kemungkinan dan kesempatan memperoleh imbal hasil bagi pemilik dana, sesuai dengan karakteristik investasi yang dipilih (Darmadji dan Fakhruddin, 2006). Pada hakekatnya investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang.

Harga saham merupakan salah satu faktor penunjang pengembangan sebuah perusahaan. Harga saham yang terbentuk di pasar modal merupakan cerminan dari nilai perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham maka semakin menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Brealy Myers Marcus (2007:46) mengatakan bahwa “Harga saham dan nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baikkah keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun prospek masa depannya”.

Salah satu dari sekian banyak pilihan untuk melakukan investasi di perusahaan yang terdapat di pasar modal atau Bursa Efek Indonesia adalah perusahaan retail. Industri ritel merupakan salah satu bidang bisnis yang paling dinamis dan kompetitif (Collins, 1992), di mana pola pembelian cenderung tersebar (Dowling dan Paman, 1997). Beberapa tahun terakhir ini telah terjadi perubahan besar dalam industri ritel secara global, yakni dengan pelanggan semakin berhati-hati tentang apa yang mereka beli dan konsumsi, tentang harga dan sebagainya. Ketika klien menjadi lebih sadar dengan informasi tentang produk, harga, dan tren, rantai nilai pengecer menjadi lebih kompleks (Peker et al., 2017). Selain itu, industri ini semakin terancam oleh margin rendah dan persaingan yang ketat, mendorong proses digital baru untuk meningkatkan efisiensi dan adaptasi.

Platform ritel tradisional atau biasa dikenal dengan istilah *brick and mortar retailing* adalah model yang dikepung dan menurun. Jumlah risiko yang harus diambil pengecer, seperti Walmart, dalam membeli dan menyimpan barang dalam jumlah besar merupakan hal yang sulit. Setiap saham yang tidak terjual menimbulkan biaya bagi pengecer, dan karena volume yang dibutuhkan dalam beberapa kasus, mereka tidak dapat beradaptasi dan merespons perubahan perilaku konsumen dengan cukup cepat untuk mendapatkan keuntungan. Generasi raksasa ritel baru, seperti Amazon.com, Alibaba Group, eBay, dan Rakuten Group, mampu menyediakan sejumlah besar barang sambil meminimalkan risiko harus membeli dalam jumlah besar untuk kemudian mencoba dan menjual. Lebih lanjut, perpaduan penawaran, seperti bundling retail dengan hiburan atau penyimpanan cloud, berarti pelanggan dapat memenuhi berbagai kebutuhan di era digital ini, semua dari satu pemasok. Platform ini, tidak seperti pengecer tradisional, mereka juga dapat membuka diri kepada pemasok independen yang ingin menjual ke pasar besar tanpa berinvestasi di platform atau toko mereka sendiri. Ini memberi pengecer digital baru aliran pendapatan lain, mengambil biaya dari semua penjualan yang dilakukan dan bahkan mengenakan biaya untuk penggunaan platform mereka dalam beberapa kasus.

Karena pengecer platform multi-sisi tidak memiliki toko atau stok, dan karenanya minim modal untuk mengakses, mereka menggunakan *Big Data* sebagai sumber nilai dan potensi investasi yang besar. Pengecer digital dapat menganalisis kebiasaan pembelian jutaan pelanggan, yang pada akhirnya menawarkan setiap pelanggan pengalaman belanja yang disesuaikan dan sesuai pesanan. Data ini juga berharga bagi pengecer lain, yang akan membelinya untuk mengakses pasar baru sendiri. Teknik-teknik ini sangat kuat sehingga mereka dapat memikat pelanggan dari pengecer tradisional dengan menawarkan kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan pilihan yang luas.

Seperti yang telah dibahas di atas bahwa *platform* multisisi global, seperti yang digunakan oleh Amazon dan Alibaba, telah secara dramatis membentuk kembali industri ritel. Ritel raksasa di Amerika, seperti Walmart, sedang berjuang untuk mengikuti inovasi dan retensi pelanggan yang dapat dipesan oleh raksasa ritel baru ini, artinya para manajer perlu memperbarui pendekatan mereka terhadap penjualan ritel.

Dalam berita yang dilansir pada www.kontan.com.id 30/06/2019 memberitakan bahwa, dalam beberapa hari terakhir sebelum dibukanya semester 2 perdagangan saham, tercatat IHSG terus menguat setelah sebelumnya sempat berada di level terendah yaitu level 5.826,868 pada bulan Mei lalu. Jika ditelisik dari awal tahun hingga Jumat (28/6)

performa index menunjukkan sinyal positif dan menguat sebesar 2,65%. Memasuki perdagangan saham semester 2, Analis Bina Artha Sekuritas, Muhammad Nafan Aji melihat bahwa pertumbuhan pasar saham masih akan mengarah ke pertumbuhan yang positif. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor sentimen positif yang diperkirakan akan berlangsung sepanjang semester 2 tahun 2019 ini dari ranah domestik, kestabilan politik menjadi salah satu sentimen positif bagi pasar saham. Dengan adanya kestabilan politik yang berasal dari kondisi kondusif pasca pemilihan legislatif dan eksekutif akan memberikan kepastian bagi pelaku pasar saham untuk memutuskan langkah apa yang diambil. Hal ini berkaitan dengan regulasi dan kebijakan yang akan diambil oleh pemerintah.

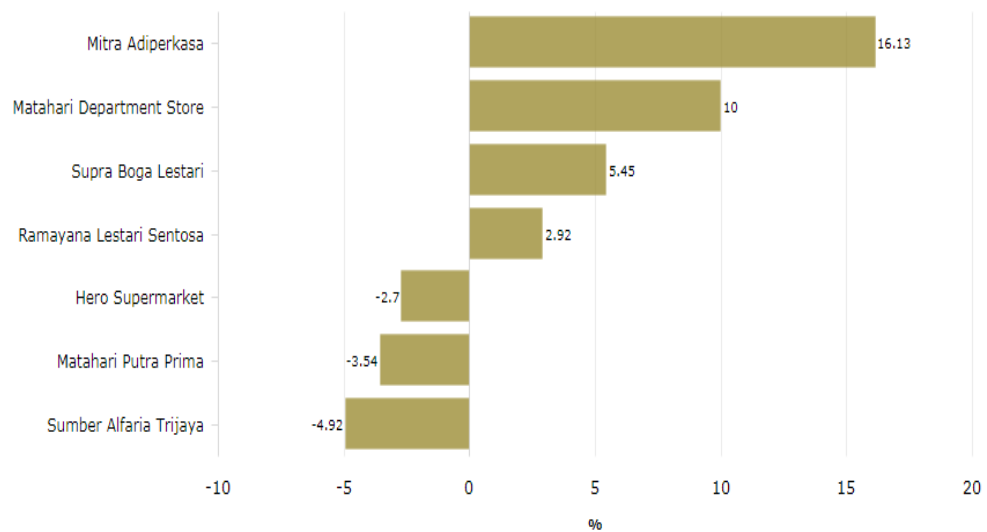
Kemudian www.cnnindonesia.com 8/7/2019 juga melansir berita bahwa, angin segar sedang mengarah pada saham-saham sektor ritel dan barang konsumsi. Hal itu seiring rencana rilis hasil survei konsumen periode Juni 2019 dan penjual eceran Mei 2019 oleh Bank Indonesia (BI). Penjualan eceran pada survei terakhir tak begitu baik. Tercatat, Indeks Penjualan Riil (IPR) pada April 2019 melambat 10,1 persen dibandingkan Maret 2019. Namun, indeks itu naik 6,7 persen dari posisi April 2018 lalu. Dalam survei penjualan eceran terakhir juga disebutkan bahwa penjualan eceran pada Mei 2019 akan meningkat ditopang oleh banyaknya permintaan selama bulan Ramadhan kemarin. Wisnu mengatakan sentimen untuk saham emiten barang konsumsi dan ritel tak hanya dari data survei yang akan dipublikasikan oleh bank sentral Indonesia.

Dalam berita yang dilansir pada www.ekonomi.kompas.com 16/11/2017 memberitakan bahwa, “Di Indonesia pada tahun 2017 banyak gerai ritel modern ditutup yang terjadi karena besarnya arus digitalisasi, ini diungkapkan oleh Menteri Koordinator Perekonomian Darmin Nasution. Dan juga terjadi penurunan pertumbuhan sektor ritel dan perdagangan dari 12,5% menjadi 10,5% per tahun”.

Kemudian www.databoks.katadata.id 5/3/2018 juga melansir berita bahwa, “Pergerakan saham sektor ritel sepanjang 2018 cukup beragam. Dari tujuh emiten ritel di bawah ini, empat saham mencatat kenaikan dan tiga saham sisanya turun. Turunnya konsumsi masyarakat seiring melambatnya perekonomian domestik dan munculnya era belanja online membuat beberapa perusahaan ritel terpaksa menutup gerai akibat sepi pembeli”.

Berikut perbandingan harga saham perusahaan retail di Indonesia dari Desember 2017 hingga Maret 2018:

Naik/Turun Saham Sektor Ritel (29 Des 2017-5 Mar 2018)



Sumber: databoks.katadata.co.id

GAMBAR 1.1
HARGA SAHAM PERUSAHAAN RITEL INDONESIA PADA DESEMBER 2017 - MARET 2018

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat harga saham PT Mitra Adiperkasa Tbk sepanjang 2018 (periode 29 Des 2017-5 Maret 2018) mencatat kenaikan 16,13% menjadi Rp 6.200/lembar. Kenaikan tersebut merupakan yang terbesar dibanding saham ritel lainnya. Di urutan kedua saham PT Matahari Departement Store Tbk (LPPF) juga menguat 10% menjadi Rp 10 ribu/lembar. Kemudian di urutan ketiga PT Supra Boga Lestari Tbk (RANC) naik 5,45% menjadi Rp 330/lembar. Dan diurutan keempat saham PT Ramayana Lestari Sentosa 2,92%. Sementara saham sektor ritel yang mengalami penurunan adalah PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) sebesar 4,92%. Kemudian diikuti PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA) terkoreksi 3,54%, lalu PT Hero Supermarket Tbk (HERO) 2,7%.

Berikut ini merupakan kondisi harga saham penutupan perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI tahun 2018.

TABEL 1.1
DATA SAHAM PERUSAHAAN SUBSEKTOR RITEL YANG TERDAFTAR DI
BEI TAHUN 2018
(dalam rupiah)

Nama Perusahaan	Harga Saham
PT Mitra Adiperkasa Tbk	805
PT Matahari Departement Store Tbk	5.600
PT Supra Boga Lestari Tbk	314
PT Ramayana Lestari Sentosa	1.420
PT Hero Supermarket Tbk	930
PT Matahari Putra Prima Tbk	152
PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	935

Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah)

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa harga saham PT Matahari Departement Store Tbk memimpin harga tertinggi yang mencapai harga 5.600. Kemudian disusul dengan PT Ramayana Lestari Sentosa dengan harga saham 1.420. Dilanjut PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk sebesar 935, PT Hero Supermarket Tbk sebesar 930, PT Mitra Adiperkasa Tbk sebesar 805, PT Supra Boga Lestari Tbk sebesar 314. Dan terakhir yang paling rendah PT Matahari Putra Prima Tbk.

Salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham ialah tingkat keuntungan. Semakin tinggi tingkat keuntungan, maka semakin tinggi harga saham. Maka dari itu sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan keuntungannya, bukan hanya untuk mendapatkan laba yang lebih besar tetapi juga jalan untuk menarik para investor untuk berinvestasi sehingga perusahaan dapat meningkatkan modalnya.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa terdapat masalah mengenai harga saham pada perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2009-2018.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perkembangan harga saham pada beberapa perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2009-2018 tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Penurunan harga saham secara terus menerus akan berdampak buruk bagi perusahaan dan nilai perusahaan di mata investor akan jatuh. Harga saham merupakan harga yang terbentuk di bursa saham dan umumnya harga saham itu diperoleh untuk menghitung saham (Med Press Teamwork, 1998). Faktor-

faktor harga saham dapat dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal (Weston dan Brigham, 1993). Faktor internal yang mempengaruhi harga saham adalah keputusan dividen, struktur permodalan, risiko pertumbuhan laba. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi harga saham adalah peraturan yang ada, resesi ekonomi, sentimen pasar dan lain-lain.

Menurut Francis (1991) terdapat dua pendekatan dalam penilaian saham yaitu analisis fundamental dan analisis teknikal. Analisis fundamental menggunakan data fundamental yaitu data yang berasal dari keuangan perusahaan, misalnya laba, dividen yang dibayar, penjualan dan lain-lain. Sedangkan analisis teknikal menggunakan data pasar dari saham, misalnya perilaku pergerakan harga saham dan volume transaksi saham untuk menentukan nilai dari saham.

Menurut Phillippatos (1973) analisis fundamental berorientasi secara general akademik, artinya banyak digunakan oleh akademisi. Oleh karena itu, analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisis fundamental. Analisa fundamental adalah studi tentang ekonomi, industri dan kondisi perusahaan untuk memperhitungkan nilai dari saham perusahaan. Analisa fundamental menitikberatkan pada data-data kunci dalam laporan keuangan untuk memperhitungkan apakah harga saham sudah diapresiasi secara akurat. Laporan keuangan itu sendiri memiliki beberapa rasio yang dapat dianalisis, salah satunya yaitu rasio profitabilitas.

Secara umum, profitabilitas didefinisikan sebagai pendapatan perusahaan yang dihasilkan dari pendapatan setelah dikurangi semua biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Ini adalah salah satu faktor terpenting yang memberi sinyal keberhasilan manajemen, kepuasan pemegang saham, ketertarikan bagi investor, dan keberlanjutan perusahaan (Bekmezci, 2015). Penelitian sebelumnya telah menemukan hubungan positif antara pendapatan dan nilai-nilai saham (Kalama, 2013). Dengan kata lain, jika pengumuman laba datang seperti yang diharapkan atau lebih baik, harga saham akan meningkat, tetapi jika pengumuman laba gagal memenuhi harapan, harga saham akan menurun. Oleh karena itu, profitabilitas merupakan salah satu yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk menjaga ataupun meningkatkan harga saham.

Profitabilitas ini dapat diukur dengan beberapa rasio, diantaranya *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Investment* (ROI), *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity*

(ROE). Namun, rasio profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah rasio NPM karena rasio ini dapat menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya yang tertentu atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan yang tertentu atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Secara umum rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidakefisienan manajemen.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka judul yang akan diambil penulis adalah **“Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Ritel yang Tercatat di BEI periode 2014-2018”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai Profitabilitas pada perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.
2. Bagaimana gambaran mengenai Harga Saham pada perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.
3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk memperoleh temuan mengenai:

1. Gambaran mengenai Profitabilitas pada perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.
2. Gambaran mengenai Harga Saham pada perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan secara teoritis menjadi suatu yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu manajemen keuangan khususnya mengenai profitabilitas, harga saham dan pengaruh profitabilitas terhadap harga saham.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi Internal

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan solusi khususnya perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018. di masa yang akan datang mengenai profitabilitas dan harga saham pada perusahaan.

- b. Bagi Penulis

Untuk mengimplementasikan ilmu manajemen keuangan yang telah didapat dari proses belajar sehingga menambah wawasan penulis mengenai bagaimana penerapan teori dengan praktek yang sebenarnya. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai industri ritel, khususnya mengenai permasalahan profitabilitas dan harga saham perusahaan subsektor ritel di Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.

