

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pasar modal mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang perekonomian suatu negara. Pasar modal merupakan suatu sarana yang dapat dimanfaatkan untuk memobilisasi dana, baik dari dalam maupun dari luar negeri. Sementara itu, bagi investor pasar modal merupakan suatu wadah yang dapat digunakan untuk menginvestasikan dananya. Salah satu bidang investasi yang banyak diminati oleh para investor asing maupun dalam negeri di pasar modal adalah bentuk saham perusahaan-perusahaan yang *go public*.

Harga saham merupakan salah satu indikator penilaian keberhasilan pengelolaan perusahaan, jika harga saham suatu perusahaan selalu mengalami kenaikan, maka investor atau calon investor akan menilai bahwa perusahaan berhasil dalam mengelola usahanya. Kepercayaan investor atau calon investor sangat bermanfaat bagi perusahaan, karena semakin banyak orang yang percaya terhadap perusahaan maka keinginan untuk berinvestasi pada perusahaan akan semakin kuat. Semakin banyak permintaan terhadap saham suatu perusahaan maka dapat menaikkan harga saham tersebut. Jika harga saham yang tinggi dapat dipertahankan maka kepercayaan investor atau calon investor terhadap perusahaan tersebut juga semakin tinggi dan hal ini dapat menaikkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika harga saham mengalami

penurunan secara terus menerus maka hal ini dapat menurunkan nilai perusahaan tersebut dimata para investor atau calon investor.

Bagi calon investor yang rasional, keputusan investasi dalam suatu saham harus didahului oleh suatu proses analisis terhadap variabel yang diperkirakan akan mempengaruhi harga suatu saham. Hal ini disebabkan oleh sifat saham yang sangat peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi seperti perubahan kondisi pasar uang dan kinerja keuangan maupun situasi politik dalam negeri. Sebelum menanamkan modalnya pada saham, investor diharuskan terlebih dahulu melihat kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena berpengaruh dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui apakah perusahaan mengalami perkembangan atau sebaliknya. Kinerja perusahaan-perusahaan yang sudah *go public* dapat dilihat dari laporan keuangan yang dipublikasikan untuk umum. Informasi laba merupakan informasi yang paling mendapatkan perhatian yang besar dari berbagai kalangan terutama investor.

Menurut Meythi dkk. (2011) keuntungan yang diperoleh investor dari penanaman modal saham ini dapat berasal dari laba perusahaan yang dibagikan dan dari kenaikan harga saham. Budiman (2007) menyatakan peningkatan maupun penurunan harga saham dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan, yaitu kinerja perusahaan dan prospek perusahaan. Sedangkan faktor eksternal meliputi berbagai informasi di luar perusahaan seperti informasi ekonomi, politik, keamanan dan kondisi pasar.

Perusahaan tidak dapat mengendalikan faktor eksternal karena faktor tersebut terjadi diluar kendali perusahaan. Namun perusahaan dapat mengendalikan faktor internal agar harga saham dari suatu perusahaan terjaga dengan baik.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara baik dengan rasio keuangan ataupun dengan mendasarkan kinerja pada nilai ekonomi. *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) merupakan metode baru untuk mengukur kinerja operasional suatu perusahaan yang memperhatikan kepentingan dan harapan penyedia dana (kreditur dan pemegang saham) yang mendasarkan kinerja pada nilai. *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) diperkenalkan oleh Stern Stewart & Co, sebuah perusahaan keuangan di Amerika. Perusahaan ini meyakini bahwa *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) adalah kunci dari penciptaan nilai perusahaan. Hal ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan di Amerika Serikat dan beberapa negara lainnya yang berhasil menciptakan kekayaan bagi para pemegang sahamnya.

Agung dan Sukardi (2009) menyatakan bahwa *Economic Value Added* (EVA) merupakan ukuran kinerja keuangan perusahaan yang bisa berdiri sendiri tanpa ukuran-ukuran atau angka pembanding lainnya baik berupa perbandingan dengan menggunakan perusahaan sejenis dalam satu industri ataupun dengan melakukan analisis kecenderungan. Pendekatan *Economic Value Added* (EVA) merupakan suatu pendekatan baru dan juga merupakan ukuran profitabilitas dalam menilai kinerja perusahaan dengan

mempertimbangkan secara adil harapan-harapan penyandang dana, terutama pemegang saham dan kreditur.

Adapun alasan yang melatarbelakangi penggunaan *Economic Value Added* (EVA) dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap harga saham. Terdapat beberapa indikator pembentuk *Economic Value Added* (EVA) yang dapat dijadikan bahan untuk mengetahui bagaimana dampaknya terhadap harga saham. Dapat dilihat dari indikator pembentuknya seperti NOPAT (*Net Operating Profit After Tax*) dan biaya modal yang telah diinvestasikan oleh investor (*Capital Charges*). Indikator ini dapat mewakili dalam melakukan penjabaran terkait dengan bagaimana pengaruhnya terhadap harga saham. Perusahaan yang mampu menghasilkan tingkat keuntungan yang lebih besar dari biaya modal yang dikeluarkan, akan mampu membayar dividen kepada pemegang saham dengan presentase yang lebih besar. *Economic Value Added* (EVA) yang positif menandakan bahwa perusahaan berhasil menciptakan kekayaan bagi pemilik modal, oleh karena itu hal ini menarik minat investor dan atau calon investor untuk menanamkan dananya ke dalam perusahaan tersebut.

*Economic Value Added* (EVA) yang bernilai positif dalam artian mampu menghasilkan tingkat keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya modalnya mampu mendorong naiknya permintaan terhadap saham, sehingga harga saham cenderung meningkat di pasar modal. Hal tersebut juga akan meningkatkan *capital gain* dari naiknya harga saham, yang artinya semakin tinggi nilai *Economic Value Added* (EVA) yang

diciptakan perusahaan, maka harga saham akan mengalami kenaikan yang pada akhirnya memberikan *return* saham yang tinggi bagi para pemegang saham. Sebaliknya, apabila perusahaan mengalami kerugian atau kinerja yang dilakukan kurang baik sehingga mengakibatkan kondisi perusahaan menjadi tidak stabil hal ini juga akan berdampak pada turunnya presentase dividen yang akan dibagikan kepada para pemegang saham sehingga membuat para investor menjadi tidak tertarik untuk berinvestasi kembali ke dalam perusahaan tersebut. Maka hal seperti inilah yang kemudian dapat membuat harga saham menjadi turun dikarenakan rendahnya dividen yang nantinya akan diberikan kepada para pemegang saham.

Kemudian dalam hal ini *Economic Value Added* (EVA) adalah laba operasional bersih setelah pajak dikurangi biaya modal. Biaya modal telah mencakup biaya bunga hutang dan biaya ekuitas (biaya modal sendiri). Jika laba yang dihasilkan lebih besar dari biaya modal, maka terciptalah nilai tambah bagi perusahaan. Dalam jangka panjang, penciptaan nilai tahunan ini akan tercermin dalam *Market Value Added* (MVA) atau nilai tambah pasar. Peningkatan *Market Value Added* (MVA) dapat dilakukan dengan cara meningkatkan *Economic Value Added* (EVA) yang merupakan alat pengukuran internal kinerja operasional tahunan, dengan demikian *Economic Value Added* (EVA) mempunyai hubungan yang kuat dengan *Market Value Added* (MVA).

*Market Value Added* (MVA) merupakan ukuran kumulatif kinerja keuangan yang menunjukkan seberapa besar nilai tambah terhadap modal yang ditanamkan investor selama perusahaan berdiri, atau secara jelas *Market*

*Value Added* (MVA) menurut Agung dan Sukardi (2009) merupakan selisih antara nilai pasar ekuitas (*market value of equity*) dan nilai buku ekuitas (*book value of equity*). Penggunaan *Market Value Added* (MVA) dalam penelitian ini dikarenakan manfaat *Market Value Added* (MVA) yang dapat diaplikasikan pada perusahaan sebagai alat pengukur nilai tambah guna meningkatkan kesejahteraan bagi pemegang saham, dan juga dapat dijadikan sebagai metode bagi investor sebagai tindakan antisipasi terkait keputusan investasi.

Young & O'Byrne (2001) menyatakan bahwa *Market Value Added* (MVA) akan bernilai positif jika nilai pasar yang merupakan harapan dari para pelaku pasar modal lebih besar dari biaya modal yang diinvestasikan. Nilai pasar mencerminkan keputusan pasar mengenai bagaimana manajer yang dengan sukses mengembangkan modal yang telah dipercayakan oleh para investor dengan mengubahnya menjadi jumlah yang lebih tinggi. Semakin tinggi nilai *Market Value Added* (MVA), maka semakin baik pekerjaan yang telah dilakukan manajemen bagi pemegang saham perusahaan. *Market Value Added* (MVA) yang tinggi, akan diiringi dengan tingkat pengembalian saham yang tinggi pula sehingga menyebabkan kenaikan pada harga saham ataupun sebaliknya.

*Market Value Added* (MVA) mampu menghasilkan ukuran penciptaan nilai bagi pemegang saham, karena *Market Value Added* (MVA) dari sebuah perusahaan merupakan selisih dari nilai pasar perusahaan dengan komponen biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Nilai pasar ditandai dengan perolehan

besarnya nilai perusahaan yang didasarkan pada pasar saham yang merupakan pengali antara harga saham dengan jumlah saham yang beredar, sehingga kekayaan dan kesejahteraan pemilik perusahaan akan bertambah jika *Market Value Added* (MVA) nya bertambah.

Selain *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA), berbagai macam rasio keuangan yang banyak dipakai dalam penilaian kinerja suatu perusahaan menurut Warsono (2003 : 34-38) terbagi menjadi lima macam, yaitu rasio likuiditas (*liquidity ratio*), rasio aktivitas (*activity ratio*), rasio hutang (*leverage ratio*), rasio profitabilitas (*profitability ratio*), dan rasio nilai pasar.

Para pemegang saham dan calon pemegang saham dalam melakukan penilaian kinerja perusahaan umumnya menaruh perhatian utama pada tingkat keuntungan, baik pada masa sekarang maupun pada masa yang akan datang. Tingkat keuntungan ini dapat diukur melalui rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri (Sartono, 2010 : 122).

Menurut Sajiyah (2016) perusahaan yang memiliki *Return On Investment* (ROI) sebesar 5% sudah dianggap baik. Hubungan antara *Return On Investment* (ROI) dengan harga saham menunjukkan bahwa investor menggunakan angka *Return On Investment* (ROI) dalam menaksir harga saham di pasar, sehingga semakin besar *Return On Investment* (ROI) atau tingkat pengembalian atas investasi yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi

pula penghargaan investor pada harga saham perusahaan tersebut. *Return On Investment* (ROI) mengandung informasi yang bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan, karena angka-angka tersebut mengandung nilai relevansi dalam menentukan nilai perusahaan.

Kemampuan manajer dalam mengelola aset dalam investasi yang akan menghasilkan laba bagi perusahaan mempunyai peran penting terhadap kinerja perusahaan untuk meningkatkan keuntungan, sehingga rasio *Return On Investment* (ROI) dapat dijadikan indikator dalam menilai kinerja perusahaan dalam hal ini untuk menilai pengaruhnya terhadap nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham. Investor turut berkepentingan terhadap tingkat *Return On Investment* (ROI) dalam berinvestasi, karena dengan melihat rasio *Return On Investment* (ROI) maka akan terlihat bagaimana kinerja perusahaan tersebut. Apabila kinerja perusahaan baik dan menghasilkan laba yang tinggi atas penggunaan total aset perusahaan secara optimal, maka hal itu dapat mempengaruhi nilai dari perusahaan yang dapat dilihat melalui naik atau turunnya harga saham. *Return On Investment* (ROI) yang semakin tinggi akan meningkatkan daya tarik investor, sehingga harga saham relatif akan meningkat.

Salah satu indikator terpenting untuk menilai prospek perusahaan dimasa yang akan datang dari sudut pandang investor adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. *Earning Per Share* (EPS) digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik perusahaan. *Earning Per Share* (EPS) dianggap



sebagai informasi yang paling mendasar dan berguna karena dapat menggambarkan prospek *earning* dimasa depan. Hal tersebut dikarenakan *Earning Per Share* (EPS) dapat digunakan investor untuk mengetahui perbandingan antara nilai intrinsik saham perusahaan dengan harga saham perusahaan bersangkutan. Berdasarkan perbandingan tersebut investor dapat membuat keputusan untuk membeli atau menjual saham tersebut.

Semakin besar nilai dari *Earning Per Share* (EPS) menandakan kemampuan perusahaan yang lebih besar dalam menghasilkan keuntungan bersih bagi pemegang saham. Hal ini dapat menarik minat para investor atau calon investor untuk menanamkan modalnya dengan melakukan pembelian saham perusahaan sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. Sebaliknya jika nilai dari *Earning Per Share* (EPS) rendah, maka hal ini menandakan kurangnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih bagi para pemegang saham sehingga para pemegang saham cenderung akan lebih memilih untuk menjual saham mereka dan menanamkannya di perusahaan lain yang dianggap memiliki prospek *earning* yang lebih baik dan hal ini tentunya akan mengakibatkan turunnya harga saham perusahaan tersebut di pasar modal.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Return On Investment* (ROI), dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Perubahan Harga Saham (Studi pada

Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Ketidakkonsistenan dari hasil beberapa penelitian memberikan motivasi untuk melakukan penelitian yang berkaitan tentang pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) *Return On Investment* (ROI), dan *Earning Per Share* (EPS) terhadap perubahan harga saham pada dimensi waktu yang berbeda. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh antara *Economic Value Added* (EVA) terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016 ?
2. Apakah ada pengaruh antara *Market Value Added* (MVA) terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016?
3. Apakah ada pengaruh antara *Return On Investment* (ROI) terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016?
4. Apakah ada pengaruh antara *Earning Per Share* (EPS) terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016?

5. Apakah *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Return On Investment* (ROI), dan *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh secara simultan terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Market Value Added* (MVA) terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Return On Investment* (ROI) terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Earning Per Share* (EPS) terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Return On Investment* (ROI), dan *Earning Per*

*Share* (EPS) secara simultan terhadap perubahan harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan tercapainya tujuan penelitian, maka manfaat hasil penelitian yang diharapkan yaitu:

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini khususnya di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- b. Dapat digunakan sebagai referensi atau bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dalam melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya pada bidang yang sama.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Pelaku Pasar Modal

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para investor atas informasi keuangan dalam melakukan pengambilan keputusan untuk berinvestasi di pasar modal, sehingga dapat memperkecil risiko yang mungkin dapat terjadi sebagai akibat dalam pembelian saham di pasar modal.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan pertimbangan yang berarti dalam membuat keputusan keuangan dimasa yang akan datang dan juga dapat dijadikan sebagai bahan informasi tentang usaha atau cara yang dapat ditempuh bila perusahaan mengalami kesulitan keuangan sehingga perusahaan tidak sampai mengalami kebangkrutan.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan bagian dari proses belajar yang diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan daya nalar, sehingga dapat lebih memahami aplikasi dari teori-teori yang selama ini dipelajari.

d. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang berkeinginan untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis.

## **E. Sistematika penulisan Skripsi**

Sistematika Penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan penulis dalam mengaitkan setiap bab yang ada sehingga menjadi satu kesatuan yang utuh. Secara garis besar penulisan ini tersusun dalam 5 (lima) bab. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

## **BAB I      PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas beberapa hal seperti, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan secara keseluruhan.

## **BAB II     TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan teoritis variabel-variabel yang diteliti, telaah pustaka yang berisikan tentang uraian sistematika mengenai hasil peneliti terdahulu, kerangka teoritik guna untuk menganalisis suatu masalah, serta hipotesis yang merupakan perumusan dari landasan teori dan merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian.

## **BAB III    METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat penjelasan mengenai gambaran teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik ini meliputi uraian tentang kondisi objek dan subjek penelitian, proses penelitian, kondisi populasi, penentuan sampel, serta alat yang digunakan baik dalam pengumpulan data maupun analisis data.

## **BAB IV    HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang deskriptif objek penelitian yang meliputi deskripsi perusahaan, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

## BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan analisis data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.