

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar modal merupakan pasar dimana terjadi transaksi jual beli aktiva keuangan berupa surat-surat berharga pendapatan tetap dan saham-saham untuk investasi jangka panjang. Tujuan investor menanamkan dananya pada sekuritas saham tentunya untuk memperoleh tingkat pengembalian (*return*) tertentu dengan risiko minimal. Investor dapat memperoleh keuntungan yang banyak, begitu juga sebaliknya dapat mengalami kerugian yang tidak sedikit. Hal tersebut yang menyebabkan investasi pada saham merupakan investasi yang berisiko tinggi. Investor tidak hanya dituntut untuk jeli tetapi juga harus berhati-hati dalam pengambilan keputusan investasi dengan terlebih dahulu menganalisis secara teliti dan cermat saham-saham yang akan dibeli dengan didukung menggunakan data-data yang akurat untuk dapat memilih investasi yang aman. Adanya analisis yang benar, investor dapat mengurangi risiko dalam berinvestasi dan diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang optimal dengan modal yang diinvestasikan.

Salah satu analisis yang digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan investasi saham untuk menentukan apakah investasi modal yang dilakukannya menguntungkan atau merugikan dengan menggunakan rasio *price earning ratio* (PER). *Price earning ratio* adalah pengukuran yang sering dijadikan acuan atau rasio harga pasar setiap lembar harga saham biasa terhadap laba per saham. Pada dasarnya *price earning ratio* memberikan indikasi tentang jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan dana pada tingkat harga saham dan keuntungan perusahaan pada suatu periode tertentu. Oleh karena itu, rasio ini dapat mempengaruhi kesediaan investor membayar suatu jumlah tertentu untuk setiap rupiah perolehan laba perusahaan. Bagi para investor semakin kecil *price earning ratio* suatu saham semakin bagus karena saham tersebut termasuk murah [1]. Dilihat dari kepraktisannya, *price earning ratio* dapat dihitung dan dipahami dengan mudah oleh investor untuk melakukan perbandingan penilaian terhadap perusahaan lain pada industri yang sama.

Tabel 1.1 Fenomena *Price Earning Ratio*

No	Nama Perusahaan	Deskripsi Masalah
1	PT Gudang Garam Tbk (GGRM)	Rasio <i>price earning ratio</i> GGRM pada 2017 sebesar 15,3 kali. Sebagai produsen rokok terbesar kedua di Indonesia, valuasi GGRM masih rendah dibandingkan dengan HMSP (dengan rasio P/E 35kali). Hal ini disebabkan karena pendapatan GGRM tumbuh 8% yang sebagian besar ditentukan oleh kenaikan harga dan menjadikan saham GGRM difavoritkan karena fundamental yang kuat [2].
2	PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	Pada tahun 2017 perusahaan Unilever menjadi satu-satunya perusahaan yang <i>price earning ratio</i> -nya diatas 30 kali. Meski dengan demikian sekilas sahamnya sangat mahal, namun masih tetap diminati oleh investor [3].
3	PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)	INDF tumbuh cukup kuat pada tahun 2016. Hal ini disebabkan pada tahun tersebut penjualan bersih INDF tumbuh 4,4% dibanding tahun sebelumnya. Dimana keuntungan tersebut dibantu oleh anak usahanya, ICBP yang banyak merilis produk baru, seperti tambahan varian rasa, dan mulai membuat produk mi instan premium. Sehingga <i>price earning ratio</i> INDF tahun 2016 sebesar 21,5 kali [4].

Berdasarkan tabel 1.1 fenomena diatas, diperlihatkan bahwa *price earning ratio* perusahaan yang tinggi masih dapat menarik investor untuk membeli saham. *Price earning ratio* yang tinggi menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan dimasa yang akan datang cukup tinggi. Nilai *price earning ratio* dapat berubah-ubah mengikuti pergerakan harga saham dipasar modal dan laba bersih perusahaan. Beberapa faktor yang diduga berperan dalam menentukan *price earning ratio* antara lain: *return on equity*, *debt to equity ratio*, *current ratio*, *price book value* dan ukuran perusahaan.

Return On Equity digunakan untuk mengukur besarnya pengembalian terhadap investasi para pemegang saham. Angka tersebut menunjukkan seberapa baik manajemen memanfaatkan investasi para pemegang saham. Besarnya nilai *return on equity* mencerminkan semakin banyak perusahaan menghasilkan laba, sehingga investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya sehingga mengakibatkan naiknya *price earning ratio*. Penelitian terdahulu menyatakan *return on equity* berpengaruh positif terhadap *price earning ratio* [5]. Akan tetapi penelitian yang berbeda menyatakan bahwa *return on equity* berpengaruh negatif terhadap *price earning ratio* [6] [7]. Dan penelitian lainnya menyatakan *return on equity* tidak berpengaruh terhadap *price earning ratio* [8].

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur utang yang dimiliki dengan modal sendiri [9]. *Ratio debt to equity ratio* yang tinggi mencerminkan utang perseroan yang tinggi. Naiknya *debt to equity ratio* mengindikasikan bertambahnya utang perusahaan. Bertambahnya utang menyebabkan kemampuan perusahaan memenuhi semua kewajibannya rendah. Resiko perseroan menjadi relatif tinggi sehingga investasi saham menjadi beresiko. Sehingga, harga dari saham mengalami penurunan dan *price earning ratio* juga turun. Penelitian terdahulu menyatakan *debt to equity ratio* berpengaruh negatif terhadap *price earning ratio* [10]. Akan tetapi hasil penelitian yang berbeda menyatakan bahwa *debt to equity ratio* tidak berpengaruh terhadap *price earning ratio* [5] [8] [7] [11].

Current ratio adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar [9]. *Current ratio* yang tinggi memberikan indikasi jaminan yang baik bagi kreditor jangka pendek dalam arti setiap saat perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban-kewajiban *financial* jangka pendeknya. Semakin tinggi *current ratio* suatu perusahaan menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin bagus. Kinerja yang bagus dari suatu perusahaan merupakan nilai lebih yang dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Minat para investor yang tinggi dapat menaikkan harga saham suatu perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula rasio *price earning ratio* nya. Penelitian terdahulu menyatakan *current ratio* berpengaruh positif terhadap *price earning ratio* [5]. Akan

tetapi hasil penelitian yang berbeda menyatakan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap *price earning ratio* [6] [7] [11].

Price book value menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan [1]. Semakin besar rasio *price book value*, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hal ini membuat para investor atau calon investor tertarik untuk menanamkan dananya ke dalam perusahaan, karena investor yang rasional akan memilih emiten yang mempunyai *price book value* yang tinggi. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Hal ini mencerminkan penilaian dan kepercayaan pasar yang kuat dan positif terhadap perusahaan sehingga akan berpengaruh pada meningkatnya harga saham dan *price earning ratio*. Penelitian terdahulu menyatakan *price book value* berpengaruh positif terhadap *price earning ratio* [7].

Ukuran perusahaan atau biasa disebut dengan ukuran perusahaan merupakan sebuah ukuran yang menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan umumnya menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasi dan investasi yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin besar pula asetnya. Dengan aset yang besar tersebut perusahaan akan memiliki modal untuk memproduksi barang yang lebih banyak dan berdampak bagi laba perusahaan. Peningkatan ini akan berdampak positif terhadap *price earning ratio* pada masa yang akan datang karena dinilai positif oleh investor. Penelitian terdahulu menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *price earning ratio* [6]. Akan tetapi hasil penelitian yang berbeda menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *price earning ratio* [7].

Berdasarkan deskripsi di atas, dapat dilihat bahwa hasil penelitian variabel yang diteliti dari peneliti terdahulu masih terdapat perbedaan. Oleh karena itu, penulis termotivasi untuk meneliti kembali dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Price Earning Ratio* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah *Return on Equity*, *Debt to Equity Ratio*, *Current Ratio*, *Price Book Value* dan Ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *Price earning ratio* (PER)
2. Variabel-variabel independen yang pada penelitian ini adalah *Return on Equity* (ROE), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Current Ratio* (CR), *Price Book Value* (PBV) dan Ukuran perusahaan (*Size*).
3. Objek pengamatan pada penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Periode pengamatan pada penelitian ini adalah tahun 2015-2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Return on Equity*, *Debt to Equity Ratio*, *Current Ratio*, *Price Book Value* dan Ukuran perusahaan secara simultan maupun parsial terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di dapat dari penelitian ini yaitu antara lain bagi :

1. Bagi Investor

Bagi Investor, diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi investor dalam pengambilan keputusan untuk membeli saham suatu perusahaan dengan memperkirakan nilai pasar pada suatu saham dan memberikan gambaran faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi *price earning ratio* sehingga investor mampu menerapkan strategi investasi saham dengan baik.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, dapat digunakan untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja saham suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam laba per saham dan sebagai bahan masukan tentang pentingnya *price earning ratio* dalam menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan informasi dalam pengembangan penelitian yang lebih baik lagi, terutama yang berhubungan dengan manajemen keuangan, khususnya mengenai analisis saham.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *Return on Equity*, *Debt to Equity Ratio* dan *Current Ratio* terhadap *Price Earning Ratio* (Studi pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)” [5].

Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Jenis variabel independen yang digunakan.

Variabel independen penelitian terdahulu, yaitu: *return on equity*, *debt to equity ratio* dan *current ratio*. Pada penelitian ini ditambah dua variabel, yaitu: *Price book value* dan Ukuran perusahaan. Alasan penambahan variabel :

- a. *Price book value* menggambarkan seberapa pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin besar rasio *price book value*, maka semakin tinggi nilai perusahaan yang berarti pasar percaya pada prospek perusahaan [1]. Dengan kepercayaan pasar yang kuat dan positif terhadap perusahaan maka akan meningkatkan harga saham dan *price earning ratio*.
- b. Ukuran Perusahaan yang semakin besar akan semakin besar pula asetnya. Dengan aset yang besar tersebut perusahaan akan memiliki modal untuk memproduksi barang yang lebih banyak dan berdampak bagi laba perusahaan. Peningkatan ini akan berdampak positif terhadap *price earning ratio* pada masa yang akan datang karena dinilai positif oleh investor.

2. Periode pengamatan

Periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu tahun 2012-2015. Adapun periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2015-2017.



UNIVERSITAS MIKROSKIL