



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Investasi dapat diartikan sebagai suatu usaha seseorang untuk menanamkan modalnya pada satu atau lebih aktiva dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dari penanaman modal tersebut (*Return*) (Sunariyah, 2011:4). Salah satu sarana untuk melakukan investasi baik jangka menengah maupun jangka panjang adalah pasar modal.

Pasar modal merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang untuk yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang (obligasi), ekuiti (saham), reksadana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (investor). Kedua, pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan, seperti saham, obligasi reksadana, dan lain-lain. Penting bagi suatu perusahaan untuk selalu memperhatikan kepentingan para pemilik modal dengan jalan memaksimalkan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan atas pelaksanaan fungsi-fungsi keuangan. Sehingga pada akhirnya dapat memaksimalkan penghasilan.

Menurut Suad Husnan (2004:3), pasar modal dapat didefinisikan juga sebagai pasar untuk berbagi instrumen keuangan (sekuritas) jangka panjang yang

bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk hutang maupun modal sendiri, baik yang diterbitkan pemerintah, *public authorities*, maupun perusahaan swasta. Salah satu faktor yang mendukung kepercayaan pemodal adalah persepsi mereka akan kewajaran harga sekuritas (saham). Dalam keadaan seperti itu, pasar modal dikatakan efisiensi secara informasional. Pasar Modal dikatakan efisiensi secara informasional apabila harga sekuritas-sekuritasnya mencerminkan semua informasi yang relevan. Semakin cepat dan tepat informasi sampai kepada calon pemodal dan dicerminkan pada harga saham, maka pasar modal yang bersangkutan semakin efisien.

Sektor industri barang konsumsi mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor industri barang konsumsi diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor – sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Produk industri selalu memiliki *trend of trade* atau tren perdagangan yang tinggi serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan produk – produk lain. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi produk yang sangat beragam dan mampu memberikan manfaat yang tinggi kepada pemakainya (Dumairy, 2000:114).

Sektor industri barang konsumsi juga merupakan salah satu sektor industri yang cukup menarik. Hal ini dikarenakan produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Sadar atau tidak disadari, manusia pasti membutuhkannya. Adapun subsektor industri barang konsumsi yaitu industri makanan dan minuman, industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi, dan industri peralatan rumah tangga.

Sektor industri barang konsumsi merupakan sektor industri yang memiliki jumlah emiten paling sedikit dibandingkan sektor industri lainnya. Data Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam kurun waktu lima tahun yaitu tahun 2010 sampai dengan 2014 hanya mendapat penambahan enam buah emiten pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ini menandakan bahwa adanya kesulitan perusahaan pendatang untuk masuk ke dalam industri sebagai pesaing baru pada sektor industri sehingga dimungkinkan pesaingnya hanya terjadi pada perusahaan – perusahaan yang sudah ada.

Menurut Bambang Riyanto (2001:336), *Net Profit Margin* (NPM) diartikan sebagai keuntungan *netto* per rupiah penjualan. Sedangkan menurut Gitman (2012:80), *Net Profit Margin* (NPM) merupakan rasio yang mengukur berapa besar persentase dari penjualan setelah bunga dan pajak. NPM atau margin laba bersih yaitu rasio yang menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Saat laba bersih naik, total penjualan pun akan naik hal ini disebabkan karena tingginya biaya yang dikeluarkan sehingga NPM tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham. Hal ini berarti manajemen mengalami kegagalan dalam hal operasional (penjualan) dan ini akan mengakibatkan menurunnya kepercayaan investor untuk berinvestasi dalam perusahaan. Dengan peningkatan NPM semakin besar kemampuan emiten dalam menghasilkan laba maka secara teoritis harga saham juga akan meningkat. Hasil penelitian ini didukung dan sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setyaningsih (2005) dan Reza (2013) yang menyatakan bahwa NPM berpengaruh terhadap harga saham.

Return On Investment (ROI) menurut Lukman Syamsudin (2004:63) adalah para pemegang saham menaruh perhatian pada tingkat keuntungan (profitabilitas) masa yang akan datang. Sedangkan menurut Eduardus Tandelilin (2001:236), besarnya tingkat pengembalian perusahaan dapat dilihat melalui besar kecilnya laba perusahaan tersebut. Jika laba perusahaan tinggi maka tingkat pengembalian investasi ROI perusahaan akan tinggi sehingga para investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut, sehingga harga saham tersebut akan mengalami kenaikan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa ROI mempengaruhi harga saham suatu perusahaan. Apabila tingkat ROI yang dihasilkan tinggi maka harga saham pun akan tinggi atau mengalami kenaikan. Hasil penelitian ini didukung dan sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Novianti (2012) yang menyatakan bahwa ROI berpengaruh terhadap harga saham.

Return On Equity (ROE) adalah rasio profitabilitas yang mengukur tingkat laba dibandingkan dengan ekuitas saham biasa. Semakin tinggi ROE yang dihasilkan oleh suatu perusahaan maka akan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan (Eugene Brigham F. dan Joel Houston F. 2006:109). Hasil penelitian ini didukung dan sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indra Setiyawan (2014) yang menyatakan bahwa ROE berpengaruh terhadap harga saham.

Dalam sektor industri barang konsumsi terdapat 5 subsektor yaitu makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan keperluan rumah tangga, dan perlengkapan rumah tangga. Di bawah ini adalah data dari hasil perhitungan

NPM, ROI, ROE dan Harga Saham pada perusahaan sektor industri barang konsumsi pada tahun 2010 – 2014.

Tabel. 1.1.
NPM, ROI, dan ROE (dalam persentase) serta Harga Saham (dalam rupiah)
pada Periode 2010 – 2014

No	VARIABEL	Periode				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	NPM	10,58	10,71	10,19	10,56	9,31
2	ROI	13,58	14,80	14,86	16,86	12,49
3	ROE	24,27	26,66	29,84	28,79	27,24
4	Harga Saham	20.373,08	30.157,88	49.851,98	82.416,98	75.286,12

Sumber : www.idx.co.id (data diolah kembali)

Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Investment* (ROI) dan *Return On Equity* (ROE) terhadap harga saham pada perusahaan sektor industri barang konsumsi adalah NPM, ROI dan ROE mempengaruhi naik turunnya harga saham dan juga berfungsi untuk mengetahui laba perusahaan dari setiap penjualan atau pendapatan perusahaan, total aktiva dan besarnya pengembalian terhadap investasi para pemegang saham atau ekuitas.

Dari tabel 1.1. terlihat rata-rata NPM pada tahun 2011 adalah sebesar 10,71% dan pada tahun 2012 adalah sebesar 10,19% yang terjadi penurunan. Ini menunjukkan bahwa pada tahun 2012 perusahaan kurang mampu memaksimalkan penjualannya, sehingga mengalami laba bersih yang kurang maksimal. Hal ini terjadi akibat pada tahun 2012 NPM pada beberapa subsektor industri barang konsumsi seperti PT Kedawang Setia Industrial Tbk (KDSI), PT Kedaung Indag Can Tbk (KICI) dan PT Sekar Laut Tbk (SKLT) yang mengalami penurunan akibat perdagangan luar negeri yang defisit pada neracanya yang membuat penurunan aktivitas ekspor ke luar negeri. Lain lagi dengan ROI, ROI bahkan

mengalami peningkatan dari tahun 2012 sebesar 14,86% meningkat drastis pada tahun 2013 menjadi 16,86% akibat dari beberapa subsektor industri barang konsumsi seperti PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR). Walaupun hanya sedikit mengalami kenaikan yang secara perlahan tetapi perusahaan – perusahaan tersebut merupakan perusahaan pendorong kenaikan indeks pada perusahaan industri barang konsumsi. Hal ini dapat mempengaruhi investor ataupun calon investor untuk menanamkan modalnya kedalam perusahaan. ROE bahkan mengalami peningkatan besar pada tahun 2012 sebesar 29,84% dan menurun pada tahun 2013 menjadi 28,79% yang terjadi akibat dari beberapa subsektor industri barang konsumsi seperti PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Pyridam Farma Tbk (PYFA) dan PT Sekar Laut Tbk (SKLT) yang terjadi akibat melemahnya rupiah dan naiknya harga BBM. Sedangkan, harga saham pada tahun 2013 rata-rata sebesar Rp.82.416,98 terjadi penurunan pada tahun 2014 rata-ratanya sebesar Rp.75.286,12 yang terjadi akibat turunnya harga saham pada beberapa subsektor dalam industri barang konsumsi seperti PT Kedawang Setia Industrial Tbk (KDSI), PT Kedaung Indag Can Tbk (KICI), PT Pyridam Farma Tbk (PYFA) dan PT Sekar Laut Tbk (SKLT) akibat dampak krisis global.

Sepanjang tahun 2012, industri barang konsumsi mencatat Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) ditutup sebesar 4.316 dan pada tahun 2013 ditutup sebesar 4.271 telah terjadi penurunan. Hal ini disebabkan pada tahun 2013 pasar sedang tidak terlalu bagus karena rupiah melemah ke Rp.12.000,00 defisit neraca perdagangan besar, dan kinerja IHSG dan rupiah kurang baik atau kurang

memuaskan dan paling buruk dengan melemah sebesar 2,4% setelah bursa saham China dan Thailand. Sedangkan, pada akhir tahun 2014 IHSG ditutup meningkat sebesar 5.226 terjadi kenaikan sebesar 21,15% disebabkan oleh pengaruh suhu politik akibat pelaksanaan Pemilihan Umum (Pemilu) yang tidak menyurutkan optimisme investor untuk tetap bertransaksi di pasar modal Indonesia.

Berdasarkan fenomena sebelumnya bahwa pada tahun 2013 IHSG ditutup sebesar 4.274 dan pada tahun 2014 meningkat menjadi 5.226, sedangkan rata-rata harga sahamnya pada tahun 2013 sebesar Rp.82.416,98 bila dibandingkan dengan rata-rata harga saham pada tahun 2014 Rp.75.286,12 terjadi penurunan. Hal ini disebabkan oleh karena industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor penopang perekonomian Indonesia terutama pada awal tahun 2013. Walaupun pada tahun 2013 mengalami perlambatan dalam IHSG, hal itu sepertinya tidak memberi dampak besar terhadap perusahaan industri barang konsumsi bahkan sektor konsumen pada tahun 2013 dinilai masih menjadi sektor industri yang menarik dan sangat diminati di masyarakat. Namun, terjadinya penurunan harga saham pada tahun 2014 akibat terbukunya kurs dollar Amerika karena berita buruk bahwa Manufaktur Tiongkok melemah.

Dalam dunia saham telah diketahui dua faktor yang sedikitnya mempengaruhi harga saham, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal harga saham ini biasanya dipengaruhi dari sisi penjual atau kemampuan dari suatu perusahaan tersebut dalam menangani kinerja perusahaan baik ekonomi dan manajemen finansialnya. Bagaimana perusahaan tersebut bisa *manage* modal yang ada, mengatur kegiatan dari operasional perusahaan tersebut, bagaimana

perusahaan tersebut bisa menarik keuntungan dari operasionalnya. Sedangkan, faktor eksternal harga saham biasanya dikaitkan dengan kondisi ekonomi yang terjadi di suatu negara. Model analisis saham ada dua, yaitu : model analisis fundamental dan model analisis teknikal. Model analisis fundamental merupakan model analisis harga saham yang paling sering digunakan. Untuk dapat melakukan analisis fundamental ini maka diperlukan laporan keuangan emiten yang menunjukkan kinerja perusahaan tersebut. Sedangkan analisis teknikal digunakan untuk memprediksi harga saham berdasarkan data masa lalu dari perusahaan itu sendiri.

Salah satu untuk mengukur kinerja suatu perusahaan di dalam analisis rasio-rasio keuangan adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas ini biasanya dijadikan bahan pertimbangan investor dalam menanamkan sahamnya di suatu perusahaan. Bila suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi terhadap pengambilan saham, maka seorang investor akan memilih perusahaan untuk menanamkan sahamnya.

Pada penelitian yang dilakukan, disadari bahwa faktor-faktor fundamental sangat luas dan kompleks cakupannya. Tidak hanya meliputi kondisi internal perusahaan, tetapi juga kondisi makro ekonomi yang berada dalam luar kendali perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini hanya dibatasi pada rasio *profitabilitas* perusahaan yang diwakili oleh tiga rasio keuangan yaitu NPM, ROI, dan ROA seperti yang pernah digunakan dalam penelitian terdahulu oleh Achmad Rizkiansyah (2012), Novianti Ika Wahyuningrum (2012), Emma Jahrona Batubara (2014), Indra Setiyawan (2014), dan Kelly (2014). Berdasarkan uraian

latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Pengaruh NPM, ROI dan ROE terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : Apakah ada pengaruh *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Investment* (ROI), dan *Return On Equity* (ROE) terhadap harga saham secara simultan dan parsial pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2010 sampai 2014?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini hanya membahas mengenai analisis pengaruh NPM, ROI dan ROE terhadap harga saham pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi, dimana populasi penelitian diambil dari tahun 2010 sampai 2014 dengan sampel adalah Sektor Industri Barang Konsumsi dari BEI

dengan :

1. Variabel dependen : harga saham yang diambil secara tahunan.
2. Variabel independen yang digunakan oleh peneliti adalah : NPM, ROI, ROE.
3. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia).
4. Periode pengamatan yang digunakan adalah periode 2010 sampai 2014.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Investment* (ROI) dan *Return On Equity* (ROE) terhadap harga saham secara simultan dan parsial pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 sampai 2014.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi banyak pihak, baik pemegang saham, (calon) investor, regulator, manajer, maupun akademisi.

1. Bagi akademisi, penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dalam pengembangan literatur keuangan, terutama dalam pengetahuan mengenai harga saham dalam pasar modal.
2. Bagi investor dan calon investor, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan penanaman modal khususnya harga saham padaperusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
3. Bagi manajer perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi tambahan informasi dalam mengambil keputusan investasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham.