BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan harus memiliki tujuan agar dapat tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar sehingga dapat menghasilkan laba atau keuntungan yang lebih besar. Semakin besar suatu perusahaan, maka akan semakin kompleks pula aktivitas bisnisnya. Jika usaha atau bisnis yang dijalankan perusahaan semakin besar dan kompleks, dana yang dibutuhkan pun semakin besar. Ada berbagai cara bagi perusahaan untuk mendanai aktivitas bisnisnya misalnya dengan menggunakan keuntungan yang diperoleh pada periode sebelumnya, namun perusahaan tidak mungkin hanya mengandalkan dana yang berada dalam perusahaannya saja, tetapi perusahaan juga membutuhkan sumber dana lain yang berasal dari luar perusahaan. Salah satunya melalui pasar modal (Yaredeta, 2014: 1).

Pasar modal (*capital market*) adalah pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjual belikan instrumen keuangan (Tandelilin, 2010: 26). Instrumen keuangan yang diperjual belikan di pasar modal merupakan instrumen jangka panjang (jangka waktu lebih dari 1 tahun), salah satunya adalah saham (Tjiptono dan Hendry, 2006: 2).

Investor yang menginvestasikan dananya ke dalam saham tentu memiliki harapan untuk memperoleh keuntungan dari investasi yang dilakukannya, keuntungan yang mereka peroleh dapat berupa *capital gain* atau *dividend*. Sehingga sebelum memutuskan untuk menginvestasikan dananya, investor harus melakukan beberapa penilaian dengan cermat terhadap emiten. Investor harus yakin bahwa informasi yang diterimanya adalah benar, serta tidak ada pihak lain yang memanipulasi informasi tersebut. Kegiatan analisis dan pemilihan saham, para investor memerlukan informasi-informasi yang relevan dan memadai melalui laporan keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu (Harahap, 2007: 105).

Laba yang diperoleh perusahaan relatif tinggi, maka kemungkinan besar bahwa dividen yang dibayarkan juga relatif tinggi. Apabila dividen yang dibayarkan relatif tinggi, akan berpengaruh positif terhadap harga saham di bursa efek, dan investor akan tertarik untuk membelinya. Akibatnya permintaan akan saham tersebut menjadi meningkat, sehingga akhirnya harganya juga akan meningkat (Halim, 2005: 12). Teori di atas bertentangan dengan fakta yang terdapat di lapangan. Beberapa perusahaan Advertising yang terdaftar di Bursa Efek Indoneisa mengalami sebuah fenomena dimana harga saham perusahaan turun ketiba laba bersih meningkat atau sebaliknya.

Medan Bisnis mengutip Bursa Efek Indonesia (BEI) kembali terkena euforia Jokowi Effect. Mayoritas saham-saham mampu menguat, tak terkecuali saham-saham di sektor media massa. Namun tidak semua saham media massa bisa menguat, masih ada saham yang turun yaitu saham induk stasiun televisi TvOne, PT Visi Media Asia Tbk (VIVA). Data perdagangan BEI, Rabu (23/7), Indeks Harga Saham Gabungan

(IHSG) bergerak di jalur hijau dengan penguatan hampir satu persen. Penguatan ini dibuntuti oleh saham-saham media massa, seperti induk SCTV yaitu PT Surya Citra Media Tbk (naik 3,19%), PT Media Citra Nusantara Tbk (MNCN) naik 2,34%, induk ANTV yaitu PT Intermedia Capital Tbk (MDIA) melonjak 8,19%.

Saham induk SCMA, yaitu PT Elang Mahkota Tbk (EMTK) stagnan karena tidak diperdagangkan sama sekali. Saham EMTK sudah stagnan dalam beberapa bulan terakhir. Sedangkan saham VIVA yang beberapa pekan terakhir ini juga sempat masuk tren melemah, hingga siang hari (23/7) ini turun 1,4% ke level Rp 204 per lembar. Harga saham PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) melemah sebesar 3,9 persen ke level 2.465 dari level pembukaan di 2.565. Harga saham sempat menyentuh level tertinggi di 2.530 dan level terendah di 2.455. Oleh karena itu timbul pertanyaan apa yang mempengaruhi harga saham di PT Media Nusantara Citra melemah, padahal laba yang didapat dari bidang iklan atau advertisement meningkat. Data laba dan harga saham yang diperoleh dari beberapa perusahaan *advertising*, media, dan *priting* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.1

Harga Saham dan Laba Bersih Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sektor Advertising, Media, dan Printing (2012-2016)

No	Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih (Milyar Rupiah)	Harga Saham (Rupiah)
1	Elang Mahkota Teknologi, Tbk	2012	3232,1	3900
		2013	1029,1	5550
2	Fortune Indonesia, Tbk	2013	10,5	167
		2014	3,9	700
3	Media Nusantara Citra, Tbk	2013	1691,2	2625
		2014	1762	2540
4	Surya Citra Media, Tbk	2014	1453,6	3500
		2015	1523,5	3100
5	MNC Sky Vision, Tbk	2015	-776,5	1335
		2016	102,5	1025

Sumber: www.idx.co.id

Laporan Keuangan Tahunan tahun 2014 PT. Media Nusantara Citra, Tbk (MNCN) tahun 2013 mencatat Laba Bersih sebesar Rp.1691,2 Milyar dengan harga saham Rp.2625, dan Laba Bersih tahun 2014 sebesar Rp.1762 Milyar dengan harga saham Rp.2540 (Laporan Keuangan Tahunan PT. Media Nusantara Citra, Tbk (MNCN), 2014). Terdapat kenaikan Laba bersih dari 1691,2 M-1762 M tahun 2012-2013 sebesar 70,8 M , tetapi harga saham menurun 85 poin dari 2625 ke 2540.

Investor melakukan investasi pada perusahaan yang mempunyai profit yang cukup baik karena menunjukan prospek yang cerah sehingga investor tertarik untuk berinvestasi, yang nantinya akan mempengaruhi harga saham perusahaan (Weston dan Brigham:1993). Salah satu cara untuk memprediksi harga saham adalah dengan melakukan analisis fundamental melalui rasio keuangan (Husnan, 2005). Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari suatu pos laporan

keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan (Harahap, 2006: 297).

Rasio keuangan dapat digunakan oleh investor sebagai alat untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam mencetak laba berdasarkan saham yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa rasio keuangan bermanfaat dalam menilai kondisi keuangan perusahaan. Nilai saham perusahaan tercermin dalam kinerja perusahaan, apabila kinerja keuangan perusahaan menunjukkan adanya prospek yang baik maka sahamnya akan diminati oleh investor dan harganya meningkat. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kinerja keuangan perusahaan dengan harga sahamnya. Rasio yang dapat digunakan oleh investor antara lain *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS) (Raharjo dan Dul, 2013: 1).

Return on Asset (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan (Kasmir, 2012: 201). Sedangkan menurut Irham (2012:98) ROA merupakan rasio yang digunakan untuk melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan berdasarkan aset yang dimiliki

Return on Equity (ROE) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari pengelolaan modal yang diinvestasikan oleh

pemilik perusahaan. ROE diukur dengan perbandingan antara laba bersih dengan total modal. Angka ROE yang semakin tinggi memberikan indikasi bagi para pemegang saham bahwa tingkat pengembalian investasi makin tinggi dan harga saham pun cenderung akan tinggi (Lestari dan Toto, 2007: 196). Menurut Tandelilin (2010: 378) ROE adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang bisa diperoleh pemegang saham.

Earning Per Share (EPS) merupakan rasio yang banyak diperhatikan oleh calon investor, karena informasi EPS merupakan informasi yang dianggap paling mendasar dan dapat menggambarkan prospek *earning* perusahaan masa depan. Pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham tertarik akan EPS, karena hal ini menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa (Syamsuddin, 2007: 66).

Penelitian yang dilakukan oleh Alysa Amadhea (2015), Husaini (2012) dan Rinanti (2008) menyimpulkan bahwa ROA mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmalia Nurhasanah (2011), Zulia Hanum (2012), Abied Luthfi Safitri (2013) menyimpulkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap harga saham. Faktor yang kedua yaitu *Return on Equity* (ROE). Penelitian yang dilakukan oleh Sasongko dan Wulandary (2006), Sunaryo (2011), Alysa (2015) menyimpulkan bahwa ROE tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan oleh Karya dan Susilowati (2005), dan Dini (2012) menyimpulkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Faktor yang ketiga yaitu *Earning Per Share* (EPS) Penelitian yang dilakukan

oleh Alysa (2015) menyimpulkan bahwa EPS tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan oleh Husaini (2012), Idawati (2015) dan Darnita (2012) menyimpulkan bahwa EPS berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Fenomena yang terkait dengan Jokowi *Effect* dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai ROA, ROE, EPS dan Harga saham pada perusahaan Advertising, Printing, dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan demikian, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan topik **"PENGARUH *RETURN ON ASSETS* (ROA), *RETURN ON EQUITY* (ROE), DAN *EARNING PER SHARE* (EPS) TERHADAP HARGA SAHAM" (Survey pada Perusahaan Advertising, Printing, dan Media yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016).**

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Return on Asset* (ROA) berpengaruh terhadap harga saham.
2. Apakah *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap harga saham.
3. Apakah *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap harga saham.
4. Apakah *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap harga saham.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian pada perusahaan advertising, printing, dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh *Return on Asset* (ROA) terhadap harga saham.
2. Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap harga saham.
3. Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) terhadap harga saham.
4. Pengaruh *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS) terhadap harga saham.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1.4.1 Kegunaan Operasional:

1) Perusahaan

Perusahaan diharapkan memberikan informasi keuangan yang objektif, relevan, dan dapat diandalkan agar investor dapat menilai suatu kondisi perusahaan yang berguna dalam pengambilan keputusan investasi.

2) Investor dan Calon Investor

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.

1.4.2. Kegunaan Akademis:

1) Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang keuangan, khususnya mengenai pengaruh perkembangan ROA, ROE, dan EPS terhadap Harga Saham pada perusahaan Advertising, Printing, dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) baik secara simultan maupun parsial.

2) Peneliti

Penelitian ini merupakan bagian dari proses pembelajaran yang diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan merupakan wujud dari aplikasi ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Advertising, Printing, dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Peneliti mengambil data yang diunduh pada www.idx.co.id dan situs lain yang dapat mendukung penelitian ini. Penelitian dilakukan sejak Desember 2016 sampai dengan April 2017.