

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan berkembangnya perekonomian, banyak perusahaan yang melakukan ekspansi usaha. Untuk tujuan tersebut, maka perusahaan memerlukan dana yang relatif besar. Pemenuhan kebutuhan dana tersebut dapat diperoleh dengan melakukan pinjaman dalam bentuk hutang atau menerbitkan saham di pasar modal. Dengan menerbitkan saham di pasar modal berarti bahwa perusahaan tidak hanya dimiliki oleh pemilik lama (*founders*), tetapi juga dimiliki masyarakat.

Tujuan dari perusahaan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (*Indonesian Stock Exchange*) adalah untuk mendapatkan dana dari masyarakat yang dapat digunakan untuk meningkatkan performance perusahaan. Hal ini menjadikan pasar modal merupakan tempat yang tepat untuk dapat menghimpun dana jangka panjang dari masyarakat dan kemudian dapat disalurkan ke dalam sektor yang produktif. Tujuan dari pasar modal itu sendiri adalah (Bambang Riyanto, 1994) 1) Mempercepat proses pemerataan pendapatan masyarakat melalui kepemilikan saham-saham perusahaan swasta, 2) Meningkatkan penghimpunan dana masyarakat untuk digunakan secara produktif dalam pembiayaan pembangunan nasional.

Saham merupakan salah satu instrumen yang menarik bagi investor untuk menanamkan modalnya. Dengan melakukan pembelian saham, investor mengharapkan akan memperoleh beberapa keuntungan antara lain berupa *Capital Gain* dan *Dividend* meskipun harus menanggung resiko pada tingkat tertentu. Dalam proses investasi dalam bentuk saham, penilaian atas saham merupakan kegiatan yang sangat penting. Sehubungan dengan hal itu adanya pertimbangan tentang prospek perusahaan masa yang akan datang antara lain dengan mempertimbangkan laba perusahaan, pertumbuhan penjualan dan aktiva selama kurun waktu

tertentu. Harapan investor tentang kinerja perusahaan di masa yang akan datang akan mempengaruhi nilai investasinya. Proses penilaian oleh investor atau analisis keuangan terhadap suatu saham dikenal sebagai proses *Valuasi Saham*.

Valuasi saham merupakan suatu mekanisme untuk merubah serangkaian variabel ekonomi atau variabel perusahaan yang diramalkan menjadi perkiraan tentang harga saham (Husnan, 2001). Variabel-variabel ekonomi tersebut misalnya laba perusahaan, dividen yang dibagikan, variabilitas laba dan sebagainya. Pada dasarnya proses valuasi saham yang dilakukan oleh analisis keuangan bertujuan untuk bisa menghasilkan tingkat keuntungan yang menarik, dan mengidentifikasi saham mana yang sebaiknya dijual atau dibeli, namun pada pasar modal yang efisien akan sulit bagi investor untuk memperoleh tingkat bunga keuntungan di atas normal. Efisien tidaknya suatu pasar modal dapat dilihat dari apakah harga sekuritas-sekuritasnya telah mencerminkan semua informasi yang relevan (Husnan, 2001). Informasi yang relevan itu dapat diklasifikasikan dalam tiga tipe : 1) perubahan harga diwaktu yang lalu, 2) informasi yang tersedia kepada publik, 3) informasi yang tersedia baik kepada publik maupun tidak (Husnan, 2001). Semakin cepat informasi baru tercermin pada harga sekuritas maka dapat dikatakan bahwa pasar modal tersebut semakin efisien, karena itulah informasi merupakan salah satu hal penting bagi perkembangan sebuah pasar modal. Investor maupun emiten terlibat langsung dalam mendapatkan informasi-informasi yang relevan tersebut. Ketersediaan informasi ini dapat membuat investor melihat, pada perusahaan mana mereka akan menanamkan modalnya, karena tentu saja mereka akan memilih untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang mereka anggap mempunyai prospek untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dimasa yang akan datang dengan tingkat resiko tertentu yang bersedia ditanggungnya.

Perkembangan harga saham suatu perusahaan mencerminkan nilai saham perusahaan tersebut, sehingga kemakmuran dari pemegang saham dicerminkan dari harga pasar

sahamnya (Husnan, 2001). Saham sebagai surat berharga yang ditransaksikan di pasar modal, harganya selalu mengalami fluktuasi dari satu waktu ke waktu yang lain. Fluktuasi dari harga saham ini dipengaruhi oleh banyak faktor yaitu faktor eksternal dan internal perusahaan . Faktor eksternal diantaranya kondisi perekonomian, kebijaksanaan pemerintah, tingkat pendapatan, laju inflasi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor internal perusahaan diantaranya kondisi fundamental perusahaan, kebijaksanaan direksi dan lain-lain (Usman, 1990). Selain dipengaruhi oleh faktor eksternal perusahaan yang telah disebutkan diatas, harga saham juga dipengaruhi oleh rasio keuangan perusahaan salah satunya rasio profitabilitas.

Profitabilitas perusahaan adalah salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasinya. Jika kondisi perusahaan dikategorikan menguntungkan atau menjanjikan keuntungan di masa mendatang maka banyak investor akan menanamkan dananya untuk membeli saham perusahaan tersebut. Dan hal itu tentu saja mendorong harga saham naik lebih tinggi. Adapun rasio-rasio yang menjadi ukuran profitabilitas suatu perusahaan adalah *Net profit margin*, *Gross profit margin*, *Return on Equity*, *Return On Asset*, serta *Return on Investment*. Dalam penelitian ini salah satu alatukur yang digunakan untuk mengukur profitabilitas sehingga mempengaruhi harga saham adalah *Net Profit Margin*.

Menurut Alexandri (2008: 200), *Net profit margin* adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih setelah dipotong pajak. Menurut Harahap (1999: 304) *Net Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak lalu dibandingkan dengan volume penjualan. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi.

Menurut Bastian dan Suhardjono (2006: 299), *Net Profit Margin* adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi. Hubungan antara *Net Profit Margin* dengan harga saham yakni semakin tinggi *Net Profit Margin*, menandakan semakin tinggi pula profitabilitas perusahaan sehingga menarik investor yang lebih banyak untuk menanamkan modalnya. Semakin banyak investor maka semakin tinggi pula harga saham perusahaan. Jadi *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga saham perusahaan.

Net Profit Margin (NPM) mewakili rasio profitabilitas. Net Profit Margin dihitung dengan cara mengukur laba bersih sesudah pajak lalu dibandingkan dengan volume penjualan. Net Profit Margin juga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dengan meminimalkan beban perusahaan dan memaksimalkan laba perusahaan.

Harga saham mencerminkan juga nilai dari suatu perusahaan. Jika perusahaan mencapai prestasi yang baik, maka saham perusahaan tersebut akan banyak diminati oleh para investor. Prestasi yang baik yang di capai perusahaan dapat di lihat di dalam laporan keuangan yang di publikasikan oleh perusahaan (emiten). Emiten berkewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangan pada periode tertentu. Laporan keuangan ini sangat berguna bagi investor untuk membantu dalam pengambilan keputusan investasi, seperti menjual, membeli, atau menanam saham.

Berikut ini data perkembangan *Net Profit Margin* dan harga saham PT. Unilever Indonesia, Tbk dari tahun 2005 sampai tahun 2006.

Tabel 1.1 Perkembangan *Net Profit Margin* dan harga saham PT. Unilever Indonesia.
(Sumber : Data yang diolah)

Tahun	<i>Net Profit Margin</i>	Harga Saham
2005	37,5%	Rp. 6.600,-
2006	37,2%	Rp. 4.275,-

Sumber.

Perkembangan *Net profit margin* PT. Unilever Indonesia, Tbk dari tahun 2005 sampai 2006, dimana *Net profit margin* pada tahun 2005 mencapai 37,5% pada tahun 2006 mengalami penurunan yang tidak signifikan yakni sebesar 37,2%. Hal ini memperlihatkan bahwa telah terjadi penurunan *Net profit margin* pada PT. Unilever Indonesia, Tbk dari tahun 2005 sampai tahun 2006 sebesar 0,3%. Pada harga saham dari tahun 2005 sebesar Rp. 6.600,- menurun pula di tahun 2006 sebesar Rp. 4.275,- seiring dengan penurunan *Net Profit Margin*.

PT. Unilever Indonesia telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan terdepan untuk produk Home and Personal Care serta Foods & Ice Cream di Indonesia. Saham perseroan pertamakali ditawarkan kepada masyarakat pada tahun 1981 dan tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak 11 Januari 1982. Pada akhir tahun 2009, saham Perseroan menempati peringkat ketujuh kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia. Perseroan memiliki dua anak perusahaan : PT Anugrah Lever (dalam likuidasi), kepemilikan Perseroan sebesar 100% (sebelumnya adalah perusahaan patungan untuk pemasaran kecap) yang telah konsolidasi dan PT Technopia Lever, kepemilikan Perseroan sebesar 51%, bergerak di bidang distribusi ekspor, dan impor produk dengan merek Domestos Nomos.

Bagi Unilever, sumber daya manusia adalah pusat dari seluruh aktivitas perseroan. Kami memberikan prioritas pada mereka dalam pengembangan profesionalisme, keseimbangan kehidupan, dan kemampuan mereka untuk berkontribusi pada perusahaan. Terdapat lebih dari 300 karyawan tersebar di seluruh nutrisi.

Perseroan mengelola dan mengembangkan bisnis perseroan secara bertanggung jawab dan berkesinambungan. Nilai-nilai dan standar yang Perseroan terapkan terangkum dalam Prinsip Bisnis perusahaan. (Sumber, Laporan Manajemen PT. Unilever Indonesia, Tbk).

Selain itu juga dalam tahun yang penuh tantangan ini, PT. Unilever Indonesia, Tbk terus tumbuh dan berhasil meningkatkan pangsa pasar korporasi kami dan tetap menjadi yang terdepan di pasar. PT. Unilever Indonesia, Tbk memperluas aliran pendapatan perusahaan dengan peluncuran beberapa produk baru dan *brand-brand* yang memperkuat landasan Perseroan untuk tumbuh dimasa depan. Secara keseluruhan, penjualan perusahaan meningkat 7,9% terutama didukung oleh pertumbuhan volume. Laba usaha mencapai Rp4,5 triliun, dengan margin usaha 23,1%. Arus kas bersih dari aktivitas usaha sebesar Rp3,6 triliun di 2010, meningkat 10,3%.

Pasar perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk kini menjadi makin luas dengan portofolio produk yang lebih kuat, namun demikian, tiga faktor utama telah mempengaruhi pasar serta kinerja perusahaan di tahun 2010. Yang paling signifikan adalah inflasi. Selama ini, Indonesia menikmati iklim ekonomi yang kondusif, dengan pertumbuhan yang kuat, tingkat bunga yang stabil dan tingkat inflasi di bawah kendali sekitar 5 – 6 %. Inflasi harga bahan makanan yang, mencapai dua-digit, mendorong kekhawatiran akan inflasi yang berujung pada kepercayaan konsumen yang turun tajam. Sementara para konsumen level atas bereaksi dengan menjadi makin selektif dalam pola pembelanjaan mereka, konsumen pada level bawah sangat terpengaruh oleh kenaikan harga yang tinggi, karena penghasilan yang dapat mereka belanjakan sangat terbebani oleh kenaikan harga makanan.

Dengan berbagai dasar dan latar belakang diatas, maka penelitian ini mengambil topik yaitu ***“Pengaruh Net profit margin (NPM) Terhadap Harga Saham Perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk.”***

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- Besar kecilnya Net Profit Margin (NPM) menunjukkan besarnya presentase pendapatan bersih atau imbal jasa (pengembalian) dari setiap penjualan perusahaan kepada investor, dan Net Profit Margin merupakan indikator dari profitabilitas sehingga mempengaruhi naik turunnya harga saham pada perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, makat disusun suatu rumusan masalah yaitu: Seberapa besar pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Harga Saham Perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *Net Profit Margin* (NPM) terhadap harga saham atau tidak pada Perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terdiri dari manfaat praktis dan teoritis sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi PT.Unilever Indonesia, Tbk pada khususnya dan umumnya pada perusahaan-perusahaan lain untuk mempertimbangkan pengaruh *Net Profit Margin* terhadap harga saham dalam berinvestasi.
2. Sebagai informasi bagi para pemegang saham untuk mempertahankan harga sahamnya agar tetap eksis dimata para investor.

3. Sebagai informasi tambahan bagi para investor maupun calon investor yang melibatkan diri di pasar modal khususnya dalam hal pengambilan keputusan berinvestasi.

1.5.2 Manfaat Toeritis

1. Memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan khususnya ilmu keuangan.
2. Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dengan masalah yang sama dan variable yang berbeda terutama yang berkaitan dengan pergerakan harga saham.
3. Dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan digunakan untuk membuktikan kesesuaian antara teori yang ada dengan kenyataan dilapangan