

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pasar modal memiliki peran penting bagi perusahaan atau emiten yaitu sebagai tempat kegiatan perusahaan dalam mencari dana sebagai tambahan modal untuk membiayai kegiatan usaha dan kelangsungan perusahaan. Fungsi utama pasar modal adalah sebagai sarana pembentukan modal dan akumulasi dana bagi pembiayaan suatu perusahaan atau emiten. Dalam pasar modal yang paling diminati oleh investor adalah saham. Secara umum Saham merupakan surat berharga yang menunjukkan kepemilikan perusahaan sehingga pemegang saham memiliki hak klaim atas deviden atau distribusi lain yang dilakukan perusahaan kepada pemegang sahamnya, termasuk hak klaim atas asset perusahaan, dengan prioritas setelah hak klaim pemegang surat berharga lain dipenuhi, jika terjadi likuidasi.

Dalam pasar modal ini, perusahaan harus berusaha agar investor bersedia menanamkan modalnya kedalam perusahaan dengan cara meyakinkan pihak investor bahwa mereka akan memperoleh *return* atas investasinya atau pengembalian atas modal yang ditanamkan dalam perusahaan yang dipilih. Namun, Investor cenderung melihat dan akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki harga saham yang stabil. Hal ini dikarenakan investor memiliki harapan atas

pengembalian modal yang ditanamkan, para investor menilai dengan menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki harga saham stabil memungkinkan akan adanya tingkat pengembalian yang tinggi. Harapan ini membuat investor untuk berpikir kembali dalam memakai modal yang dimilikinya selain itu, ketakutan akan resiko berupa penurunan kurs saham, gagal menerima deviden tunai, dan gagal menerima kembali modal karena emiten saham dinyatakan pailit atau sahamnya tidak laku dijual membuat investor sangat berhati-hati dalam menanamkan modalnya.

Tentu saja jenis investasi dalam bentuk saham pada perusahaan *go public* merupakan jenis investasi yang tergolong berisiko tinggi, karena sifat komoditinya sangat peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi, baik perubahan di dalam negeri maupun luar negeri. Perubahan tersebut dapat berdampak positif maupun negatif terhadap nilai saham yang berada dipasar saham. Harga pasar suatu saham mencerminkan nilai dari perusahaan, sehingga naik turunnya harga saham suatu perusahaan menunjukkan naik turunnya nilai perusahaan bagi para investor.

Selain itu dalam harga saham menentukan adanya permintaan dan penawaran dimana bila harga saham dinilai terlalu mahal atau terlalu rendah oleh para investor, maka permintaan harga saham akan turun dan kepemilikan saham menjadi terbatas bagi investor. Namun turunnya permintaan saham tersebut akan mengakibatkan harga saham bergerak

turun menuju ke harga saham baru yang dinilai wajar oleh pasar, harga saham tersebut kemungkinan akan menarik para investor untuk membelinya. Berbagai cara yang dilakukan oleh emiten atau perusahaan dalam meningkatkan perdagangan sahamnya dibursa efek yaitu salah satunya melakukan pemecahan saham (*stock split*), melalui pemecahan saham maka harga saham akan lebih terjangkau oleh investor sehingga diharapkan transaksi jual beli di pasar saham lebih banyak terjadi atau perdagangan lebih likuid, akibatnya, permintaan (*demand*) saham cenderung naik, saham lebih aktif diperdagangkan di bursa dan harganya pun boleh jadi naik lebih tinggi setelah aktivitas pemecahan saham (*stock split*) itu sendiri.

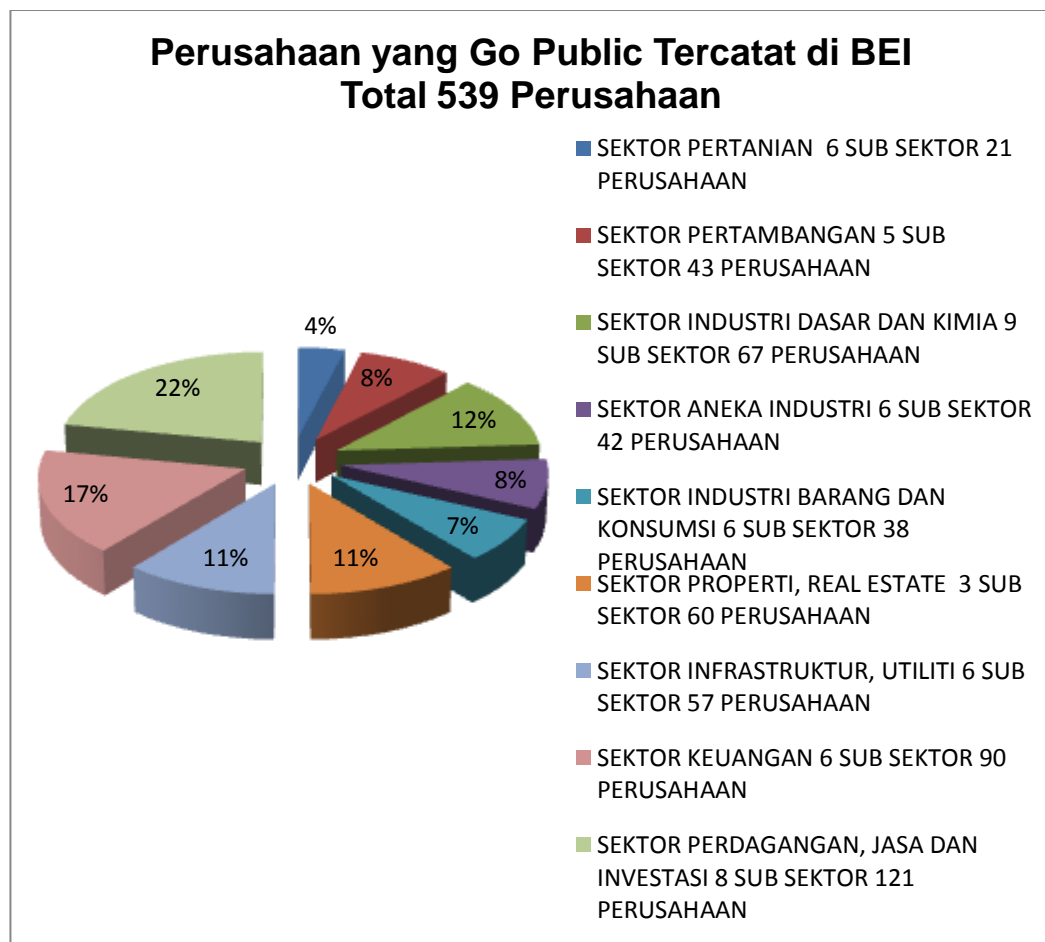
Faktor utama yang menyebabkan harga pasar saham berubah adalah karena dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal yang mempengaruhi harga saham antara lain kondisi makro ekonomi, dengan menganalisis kondisi ekonomi investor akan memperoleh informasi, jika kondisi ekonomi dalam keadaan buruk, maka kemungkinan besar harga saham-saham yang beredar akan dalam mengalami penurunan yang serupa. Sebaliknya jika kondisi ekonomi dalam keadaan baik maka harga saham akan baik pula. Sedangkan faktor internal (fundamental) adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan yang dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan. Informasi yang bersifat fundamental dapat diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan. Dari laporan keuangan tersebut mengandung informasi

mengenai analisis rasio keuangan yang dapat digunakan untuk menganalisis perubahan harga saham maupun prospek perusahaan. Salah satunya adalah dengan rasio solvabilitas (*leverage*) yang diwakilkan oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Debt to Asset Ratio* (DAR).

Debt to Equity Ratio merupakan rasio keuangan yang banyak digunakan dalam mengukur kinerja perusahaan, khususnya menyangkut perbandingan antara hutang dengan modal sendiri. DER akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan menyebabkan apresiasi dan depresiasi harga saham. Menurut Suroto (dalam Astrid Amanda dkk 2013) “DER yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan sangat bergantung pada pihak luar dalam mendanai kegiatan sehingga beban perusahaan juga akan meningkat dan berpengaruh negatif terhadap harga saham”.

Debt to Asset Ratio merupakan rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan, yaitu diperoleh dari perbandingan total utang dibagi dengan total aset (Fahmi,2013:127). Menurut Sartono (2010:121) “semakin tinggi *Debt Ratio* maka semakin besar resiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Rasio yang tinggi menunjukkan proporsi modal sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva. hal ini akan direspon negatif oleh para investor di pasar modal. Pada kondisi yang seperti itulah harga saham dipasar modal akan bergerak turun karena respon negatif menunjukkan adanya penurunan jumlah permintaan saham”.

Melihat kondisi diatas kemudian membuat penulis berpikir untuk melakukan penelitian terhadap sektor advertising dengan alasan sebagai berikut :



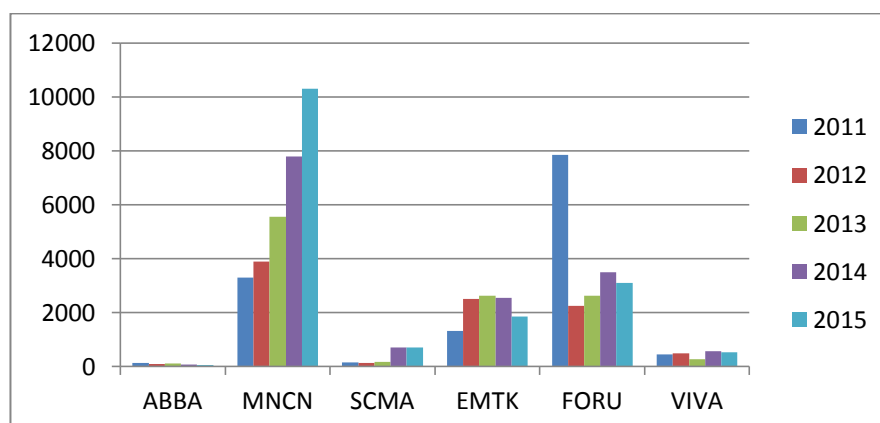
Sumber : Data diolah

Sub sektor advertising tergolong dalam sektor perdagangan, jasa dan investasi dalam presentasi yang menunjukkan perusahaan yang terdaftar di BEI sebesar 22%. Advertising merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yaitu menciptakan lapangan pekerjaan dengan cara mengelola pengetahuan sebagai sarana untuk memperoleh

peghasilan. Saat ini industri kreatif atau advertising sedang berkembang dengan cepat, para ahli dan pakar ekonomi berpendapat bahwa pendapatan Negara sebagian disumbang oleh industri kreatif dalam hal ini sektor advertising. Menurut kementrian perdagangan Indonesia industri kreatif dalam hal ini termasuk advertising adalah industri yang berasal dari pemanfaatan aktifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengksplotasi daya kreasi dan daya cipta tiap individu. Melihat adanya prospek positif sub sektor advertising yang memiliki peran dalam meningkatkan perekonomian sebuah Negara secara global membuat peneliti tertarik untuk meninjau lebih dalam.

Beberapa pendapat diatas tersebut kemudian membuat penulis berminat melakukan penelitian dengan mengambil sampel perusahaan sektor *advertising*.

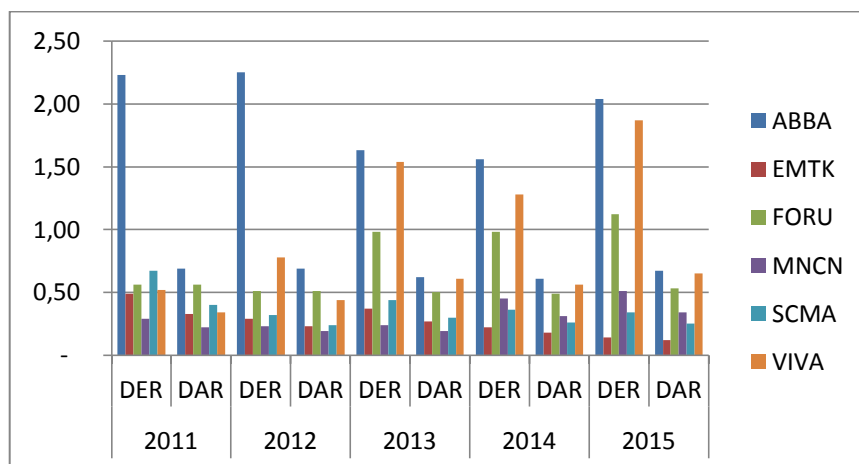
**Grafik 1.1 Perkembangan Harga Saham
Sektor *Advertising***



Sumber data : www.idx.co.id

Dari grafik diatas dapat dilihat perkembangan harga saham pada sektor advertising yang mengalami naik turun, terlihat pada perusahaan Surya Citra Media Tbk (SCMA) pada tahun 2011 harga sahamnya sebesar Rp. 7850 namun pada tahun 2012 turun drastis menjadi Rp. 2250 dan pada tahun 2013-2014 mengalami kenaikan yaitu dari Rp. 2625 ke Rp. 3500. Lain halnya dengan perusahaan Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) pada tahun serupa mengalami penurunan Rp. 2625 ke Rp. 2540.

Grafik 1.2 Perkembangan DAR dan DER (%)
Sub Sektor Advertising



Sumber : Data diolah

Grafik diatas menunjukkan perkembangan *Debt to Equity Ratio* dan *Debt to Asset Ratio* pada perusahaan-perusahaan sektor advertising yang mengalami fluktuatif seiring dengan harga sahamnya. Pada tahun 2014 harga saham perusahaan MNCN sebesar Rp. 2540 dengan DER sebesar 0.45 dan DAR sebesar 0.31 namun harga saham pada tahun berikutnya menurun sebesar Rp. 1855 dengan *Debt to Equity Ratio* yang naik dari

tahun sebelumnya yaitu 0.51 hal serupa terjadi pada *Debt to Asset Ratio* naik sebesar 0.34 hal ini dipengaruhi adanya harga saham yang mengalami penurunan. Melihat situasi ini maka peneliti tertarik dan ingin melakukan penelitian lebih jauh mengenai “ **Analisis Pengaruh Struktur Modal (DAR, DER) Terhadap Harga Saham Pada Sektor Advertising Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011 - 2015** ”

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengemukakan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Terdapat Kurangnya permintaan saham yang diakibatkan oleh harga saham yang dinilai terlalu mahal oleh investor
2. Terdapat penurunan harga saham yang diakibatkan oleh *Debt to Equity Ratio yang tinggi*
3. Terdapat penurunan harga saham yang diakibatkan oleh *Debt to Asset Ratio yang tinggi.*

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *Debt to Equity Ratio* berpengaruh secara parsial terhadap harga saham perusahaan sektor *advertising* tahun 2011-2015 ?

2. Apakah *Debt to Asset Ratio* berpengaruh secara parsial terhadap harga saham perusahaan sektor *advertising* tahun 2011-2015 ?
3. Apakah *Debt to Asset Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* secara simultan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan sektor *advertising* tahun 2011-2015 ?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan identifikasi masalah dan rumusan masalah diatas, peneliti mengemukakan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh DER terhadap Harga Saham perusahaan sektor *advertising* pada tahun 2011 – 2015 secara parsial
2. Untuk mengetahui pengaruh DAR terhadap Harga Saham Perusahaan sektor *advertising* pada tahun 2011- 2015 secara parsial
3. Untuk mengetahui pengaruh DER dan DAR terhadap Harga Saham perusahaan sektor *advertising* pada tahun 2011 – 2015 secara simultan

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para akademisi dan praktisi pendidikan.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan terutama untuk dijadikan sebagai informasi bagi perusahaan dimaksud dalam usaha untuk meningkatkan kinerja keuangannya yang akan berpengaruh pada harga saham dimasa mendatang.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. bagi pihak lain

sebagai pedoman atau referensi bagi peneliti-peneliti lain yang berminat terhadap judul yang penulis teliti, terlebih lagi agar dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan tentang struktur modal dan penggunaan utang yang ada diperusahaan dan sebagai alat untuk membandingkan dengan teori yang telah dipelajari semasa kuliah.

b. bagi penulis

sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai struktur modal bagaimana dalam menggunakan utang yang tepat dalam perusahaan guna pencapaian tujuan perusahaan.