

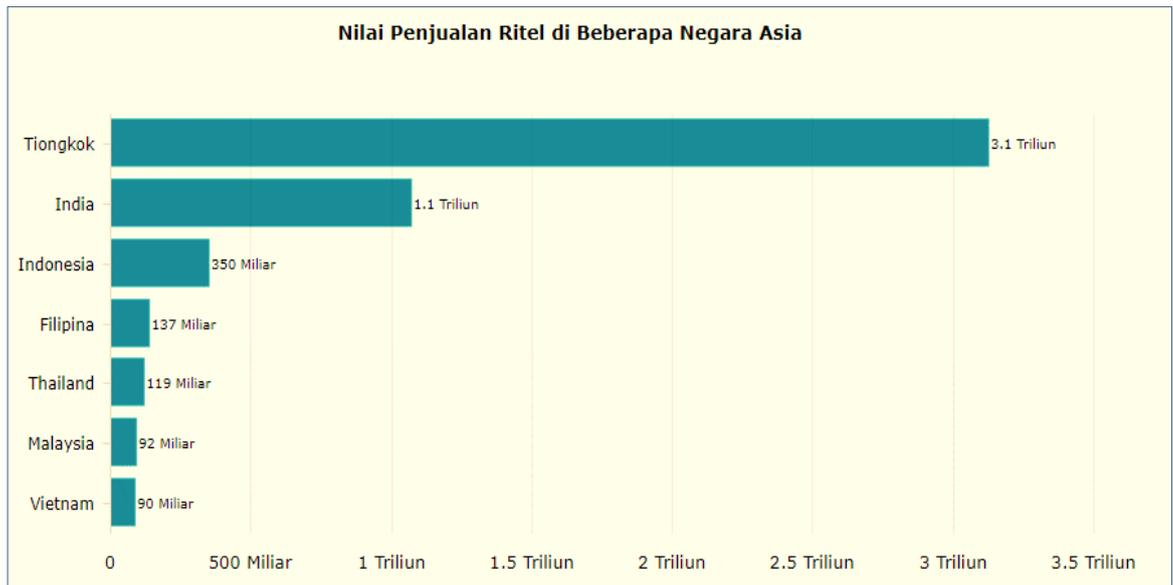
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Sopiah & Syihabudhin, 2008: 7) ritel atau penjual eceran adalah suatu kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Pedagang eceran adalah mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dari produsen sampai kepada konsumen. Pedagang eceran sangat penting artinya bagi produsen karena melalui pengecer produsen memperoleh informasi berharga tentang barangnya. Produsen bisa mewawancarai pengecer mengenai komentar konsumen terhadap bentuk, rasa, daya tahan, harga, dan segala sesuatu mengenai produknya.

Berdasarkan data Global Retail Development Index 2017, nilai penjualan ritel Indonesia mencapai US\$ 350 miliar. Angka ini jauh di atas nilai penjualan ritel negara-negara di kawasan Asia Tenggara (ASEAN) lainnya. Namun, jika dibandingkan dengan penjualan ritel Tiongkok dan India, Indonesia jauh tertinggal. Penjualan ritel Filipina hanya mencapai US\$ 137 miliar dan Thailand sebesar US\$ 119 miliar, keduanya berada di bawah Indonesia. Sementara penjualan ritel Tiongkok mencapai US\$ 3.128 miliar dan India sebesar US\$ 1.071 miliar. Jumlah populasi Negeri Tirai Bambu yang sangat besar, yakni 1,38 miliar jiwa menjadi kunci kekuatan bagi ritel negara tersebut.



Gambar 1. 1 Grafik Nilai Penjualan Ritel di Negara Asia

Sumber: Lembaga A.T. Kearney

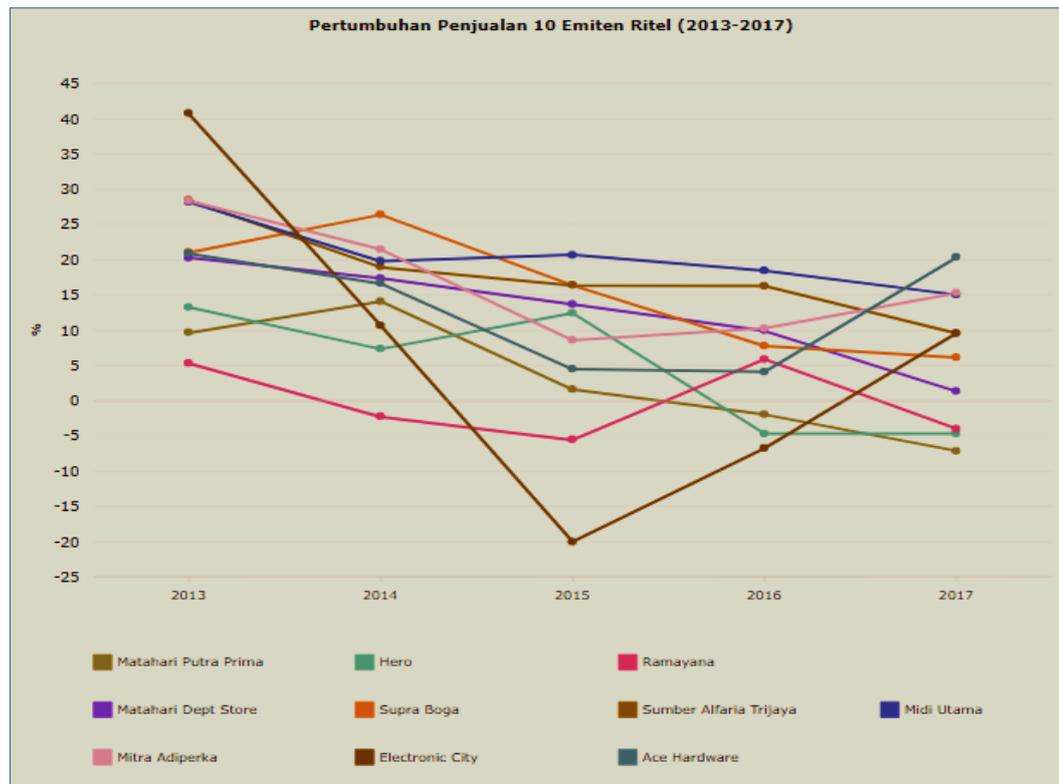
Dari data pertumbuhan ritel modern diatas dapat diketahui bahwa persaingan bisnis ritel di Indonesia semakin kompetitif. Ditengah berkembangnya bisnis ritel di Indonesia terdapat indikasi bahwa industri ritel nasional lebih didorong oleh pemain baru yaitu ritel modern dibandingkan dengan ritel tradisional. Ritel modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap.

Berdasarkan catatan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), yang dalam (Prandia Arhando Julianto, 2017) industri ritel hanya tumbuh 3,9 persen pada Kuartal I sedangkan di Kuartal II 2017 hanya sebesar 3,7 persen, turun drastis dibandingkan 2016 yang bisa mengalami pertumbuhan mencapai 11,3 persen. Sementara pada kuartal II 2016, pertumbuhannya menurun tapi masih berada di angka 9,2 persen. Hasil audit yang dilakukan pada Juni 2017 terhadap Juni 2016 menunjukkan pertumbuhan ritel di supermarket dan hypermarket hanya

tumbuh 0,4 persen, minimarket tumbuh 7 persen, pasar modern (department store) tumbuh 4,8 persen, dan pasar tradisional (grosir) tumbuh 2,9 persen. www.kompas.com.

Salah satu indikator penurunan daya beli disebabkan oleh pola konsumsi masyarakat sudah lebih cerdas dalam menggunakan uangnya untuk berbelanja kebutuhan. Selain itu, indikator penurunan daya beli juga disebabkan oleh pola belanja masyarakat yang bergeser dari konvensional kepada *online* yang diprediksi terus meningkat yang juga di dukung dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang sehingga pola belanja konvensional menjadi menurun.

Munculnya fenomena belanja online di masyarakat serta ketatnya persaingan membuat pertumbuhan penjualan emiten ritel mengalami penurunan dalam lima tahun terakhir. Ditambah lagi dengan daya beli konsumen yang menurun membuat beberapa perusahaan ritel mencatat penurunan penjualan pada tahun 2017. Seperti pada data grafik pada gambar 1.2 di bawah ini menunjukkan penurunan pada penjualan usaha ritel di Indonesia.



Gambar 1. 2 Grafik Pertumbuhan Penjualan Ritel 2013 - 2017

Sumber: Lembaga A.T. Kearney.

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan 10 emiten sector ritel pada tahun 2017 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan seperti tercatat pada PT. Elektronik City Indonesia Tbk (ECII), mencapai lebih dari 3.100 basis poin (bps) menjadi hanya 9,55% pada tahun 2017 dari 40,69% pada 2013.

Sementara PT. Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES) pada tahun 2017 mengalami penurunan penjualan terendah yakni hanya 53 bps menjadi 20,31% dari 20,85% pada 2013. Bahkan tiga emiten ritel seperti PT. Ramayana Lestari Tbk (RASL), PT. Hero Supermarket Tbk (HERO), dan PT. Matahari Putra Prima Tbk (LPPF) penjualannya mengalami penurunan pada tahun 2017 dari pada tahun sebelumnya. Total penjualan 10 emiten pada tahun 2017 hanya tumbuh 6,4% dari

tahun sebelumnya, padahal pada tahun 2013 mampu mencatat pertumbuhan lebih dari 21% dari tahun sebelumnya.

Menurut (Fahmi, 2012: 48) pasar modal (*capital market*) adalah tempat bagi berbagai pihak (khusus perusahaan) untuk menjual saham (*stock*) dan obligasi (*bond*). Hasil dari penjualan tersebut nantinya akan digunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat modal perusahaan.

Pasar modal di Indonesia di kelola oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesian Stock Exchange* (IDX). Bursa Efek Indonesia memiliki peranan penting dalam perkembangan perekonomian negara, karena dapat memberikan sarana bagi masyarakat umum untuk berinvestasi dan sebagai sarana untuk mencari tambahan modal bagi perusahaan yang sudah *go public*. www.idx.co.id

Menurut (Fahmi, 2012: 80) Saham (*stock*) adalah tanda bukti penyerahan kepemilikan modal/dana pada suatu perusahaan, atau kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya.

Saham adalah surat berharga yang menunjukkan adanya kepemilikan seseorang atau badan hukum terhadap perusahaan penerbit saham (Simatupang, 2010b: 19). Setiap saham yang diperdagangkan dipasar modal memiliki 3 jenis nilai yaitu nilai nominal (nilai pari), nilai wajar saham, dan nilai pasar, nilai ini sangat melekat pada suatu saham perusahaan *go-public*. Nilai saham tersebut perlu dipahami investor karena akan sangat membantu para investor dalam mempertimbangkan kekuatan investasi saham dipasar modal.

Menurut (Simatupang, 2010b : 7) investasi adalah suatu kegiatan menunda konsumsi/penggunaan sejumlah dana pada masa sekarang dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dimasa mendatang. Kegiatan investasi memerlukan dana, pengorbanan waktu dan pikiran dengan harapan memperoleh keuntungan (*return*) dimasa akan datang.

Return On Asset (ROA) menurut (Simatupang, 2010b: 55) adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari modal sendiri yang dimilikinya. Pada umumnya semakin tinggi rasio ini semakin tinggi harga sahamnya.

Menurut (Kasmir, 2011b: 204) hasil pengembalian atas ekuitas atau *Return On Equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. ROE yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan dari modalnya sendiri. ROE yang semakin tinggi akan menyebabkan semakin tinggi pula harga saham, besarnya ROE menunjukkan tingkat pengembalian yang akan diterima investor. Semakin tinggi ROE maka semakin tinggi juga *return* yang akan diterima investor akan tinggi, sehingga investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan dan hal ini akan menyebabkan harga pasar saham cenderung naik.

Tabel 1. 1 Daftar Pertumbuhan ROA, ROE dan Harga Saham**Usaha Ritel Tahun 2012 – 2016**

Rasio	Periode				
	2012	2013	2014	2015	2016
ROA (%)	0.61	-2.32	-4.61	-4.13	-2.87
ROE (%)	0.79	-2.64	-6	-4.95	-2.27
Harga Saham (Rp)	210	240	199	125	133

Sumber : www.idx.co.id

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat penurunan ROA pada tahun 2013 yang mencapai -2.32% dan terus mengalami penurunan hingga tahun 2016 sebesar -2.87% hal ini mempengaruhi harga saham yang semakin mengalami penurunan hingga periode 2016 dengan harga Rp. 133. Sedangkan ROE dalam data diatas menunjukkan hasil yang tidak jauh berbeda dengan ROA dengan semakin mengalami kerugian hingga tahun 2016 sebesar -2.27 hal ini juga mempengaruhi harga saham yang turun.

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh rasio keuangan terhadap harga saham adalah oleh (Safitri & Luthfi, 2013) yang meneliti tentang Pengaruh *Earning Per Share, Price Earning Ratio, Return On Asset, Debt To Equity Ratio dan Market Value Added* Terhadap Harga Saham Dalam Kelompok Islamic Index, Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan EPS, PER, ROA, DER dan MVA berpengaruh terhadap Harga Saham dalam Kelompok JII tahun 2008-2011, dan secara parsial hanya EPS, PER dan MVA yang berpengaruh positif signifikan terhadap Harga Saham sedangkan ROA dan DER tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham dalam Kelompok JII tahun 2008-2011.

Penelitian (Hutapea, Saerang, & Tulung, 2017) dengan judul Pengaruh *Return On Assets* , *Net Profit Margin*, *Debt To Equity Ratio*, dan *Total Assets Turnover* Terhadap Harga Saham Industri Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, dimana fungsinya untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan uji t dan uji F pada level signifikan 5% ($\alpha = 0.05$). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial hanya DER dan TATO yang pengaruh signifikan terhadap Harga Saham sedangkan ROA dan NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham. Secara simultan ROA, NPM, DER dan TATO berpengaruh terhadap Harga Saham pada Industri Otomotif dan Komponen di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian (Nordiana & Ariskha, 2017) dengan judul Pengaruh DER, ROA DAN ROE Terhadap Harga Saham Terhadap Perusahaan *Food and Beverage*, Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa regresi berganda. Hasil dari kelayakan model yang dilakukan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa *debt to equity ratio*, *return on asset* dan *return on equity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sehingga dapat disimpulkan bahwa model layak digunakan. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa *debt to equity ratio*, *return on asset* dan *return on equity* memberikan kontribusi yang cukup besar pada harga saham, sehingga dapat disimpulkan bahwa model layak digunakan. Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan dengan

menggunakan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa *debt to equity ratio*, *return on asset* dan *return on equity* berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, terdapat suatu kesenjangan (gap), yaitu fenomena dan *research* antara teori yang selama ini dianggap benar dan pengaruh antara *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) terhadap harga saham pada usaha Ritel. Sehingga membutuhkan penelitian lanjutan mengenai masalah tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :**“PENGARUH ROA, ROE TERHADAP HARGA SAHAM (Studi Kasus Usaha Ritel yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut hasil identifikasi masalah dari penelitian ini :

1. Pergeseran perilaku Konsumen, perkembangan teknologi mengakibatkan daya beli masyarakat menurun.
2. Harga saham sektor usaha Ritel yang berfluktuatif.
3. Adanya gap dari hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh ROA, ROE terhadap harga saham .

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dihadapi peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan untuk menghindari perluasan pembahasan dalam penelitian ini, maka pada penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham *return to asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) terhadap harga saham pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017
2. Objek yang menjadi penelitian hanya terbatas pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 sampai 2017.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah

1. Bagaimana pengaruh *Return On Asset* (ROA) secara parsial terhadap harga saham perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017 ?
2. Bagaimana pengaruh *Return On Equity* (ROE) secara parsial terhadap harga saham perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017 ?
3. Bagaimana pengaruh ROA, ROE secara simultan terhadap harga saham perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Asset* (ROA) secara parsial terhadap harga saham perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Equity* (ROE) secara parsial terhadap harga saham perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017.
3. Untuk mengetahui pengaruh ROA, ROE, EPS secara simultan terhadap harga saham perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2017.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi civitas akademika penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjadi perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan ROA, ROE terhadap harga saham.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh rasio keuangan terhadap harga saham suatu perusahaan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, yaitu sebagai gambaran tentang kemampuan rasio keuangan dalam mempengaruhi harga saham di perusahaan ritel.
2. Bagi investor, dengan adanya penelitian ini diharapkan membantu para investor dalam memprediksi harga saham yang mengalami perubahan secara fluktuatif.
3. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan masukan dalam membuat kebijakan yang bersifat fundamental, sehingga dapat menarik perhatian para investor.