BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan pasar saham sangat pesat. Pasar saham menjadi instrumen penting dalam suatu perusahaan, sehingga kinerja perusahaan secara langsung ataupun tidak langsung akan dipengaruhi oleh kinerja pasar modal. Pasar modal merupakan salah satu instrumen pembentukan modal perusahaan, disamping dari modal sendiri dan modal dari utang. Selain sebagai pembentuk modal perusahaan, pasar modal menjadi indikator kualitas perusahaan melalui harga saham perusahaan. Murray *et al*, (2006) berpendapat bahwa pertumbuhan ekspansi, globalisasi perusahaan-perusahaan di dunia yang tercermin dalam kekuatan pasar modal mendorong perusahaan untuk meningkatkan perhatian perusahaan tidak hanya berfokus pada laba usaha. Peningkatan perhatian perusahaan ini tidak hanya menitikberatkan pada peluang pasar dalam meningkatkan pasar modal, tetapi juga perusahaan mulai memperhatikan keinginan *stakeholder* perusahaan sebagai pihak yang memiliki kepentingan dalam keberlangsungan perusahaan.

Pasar modal menjadi tempat perusahaan untuk menarik minat investor dalam menanamkan investasi dalam perusahaan. Keputusan investor untuk menanamkan modal tidak terlepas dari ekspektasi investor terhadap jumlah keuntungan yang dapat diperoleh dari investasi yang dilakukan. Tujuan utama investor dalam menanamkan modal pada perusahaan yaitu memperoleh dividen atau *capital gain* yang sebesar-besarnya. Dengan tujuan investor tersebut maka perusahaan akan berusaha memperoleh pendapatan setingi-tingginya dan menekan biaya serendah-rendahnya. Termasuk juga upaya menekan biaya untuk kegiatan yang tidak berpengaruh dalam peningkatan laba perusahaan. Sebagai contohnya adalah biaya untuk aktivitas sosial dan lingkungan yang hanya mengurangi laba.

Kehadiran pasar modal memperbanyak pilihan sumber dana bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan dana dan menambah pilihan investasi bagi investor yang menginvestasikan dananya. Pasar modal merupakan tempat bertemu antara pembeli dan penjual dengan risiko untung dan rugi. Pasar modal merupakan sarana perusahaan untuk meningkatkan kebutuhan dana jangka pajang dengan menjual saham atau mengeluarkan obligasi (Jogiyanto, 2008).

Secara garis besar, pasar modal adalah tempat yang mempertemukan antara pihak yang kelebihan dana (*lender*) atau investor dan pihak yang membutuhkan dana (*borrower*) sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh lembaga yang berkaitan dengan efek. Efek adalah setiap surat berharga (sekuritas) yang diterbitkan oleh perusahaan, misalnya surat berharga komersial (*commercial paper*), saham, obligasi, tanda bukti hutang, *right issue,* dan waran (*warrant*) (Budisantoso dan Triandaru, 2006).

Investasi saham mulai diminati oleh masyarakat atau para investor. Namun, dalam melakukan investasi di pasar modal, seorang investor harus memiliki kemampuan analisis yang cukup baik untuk dapat melakukan interpretasi situasi dan kondisi yang ada di masyarakat. Investor harus lebih selektif dalam memilih saham yang baik yang mempunyai fundamental perusahaan yang baik, dengan melihat laporan keuangan dan manajemen yang solid serta produknya dikenal baik oleh masyarakat.

Inti dari seluruh investasi adalah *buy low sell high.* Dengan demikian maka investor harus cermat dalam menentukan apakah nilai saham yang akan diinvestasikan masih cukup murah atau sudah terlalu tinggi. Pada umumnya investor akan memilih industri yang masih memiliki potensi pertumbuhan yang masih cukup tinggi karena diharapkan ketika laba perusahaan meningkat, maka investor akan ikut menikmatinya dari dividen maupun dari *capital gain*.

Harga saham merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan perusahaan atau kinerja perusahaan. Jika harga saham selalu mengalami kenaikan, maka investor atau calon investor menilai bahwa perusahaan berhasil dalam

mengelola usahanya. Kepercayaan investor atau calon investor sangat bermanfaat bagi perusahaan, karena semakin banyak orang yang percaya terhadap perusahaan maka keinginan untuk berinvestasi pada perusahaan semakin kuat. Semakin banyak permintaan terhadap saham suatu perusahaan maka dapat menaikkan harga saham tersebut. Sebaliknya, jika harga saham mengalami penurunan terus-menerus berarti dapat menurunkan nilai perusahaan dimata investor atau calon investor.

Efek yang terjadi di Pasar Modal, bahwa harga saham akan selalu berfluktuasi. Fluktuasi ini tergantung akan penawaran dan permintaan terhadap saham tersebut. Harga saham akan cenderung naik apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, dan akan cenderung turun apabila suatu saham mengalami kelebihan penawaran.

Menurut Harianto dan Sudomo (1998), analisis terhadap aspek perusahaan penting untuk dilakukan oleh investor, karena analisis perusahaan ini menyangkut penilaian keadaan keuangan perusahaan, dimana dapat dilihat pendapatan atau laba yang diperoleh perusahaan. Apabila pendapatan atau laba yang diperoleh perusahaan tinggi, hal ini akan dapat membuat harga saham juga tinggi (Harianto dan Sudomo, 1998). Tingginya pendapatan atau laba yang diperoleh perusahaan membuat kepercayaan investor terhadap perusahaan akan pengembalian yang diharapkan investor.

Indonesia memiliki sederet perusahaan dengan kinerja terbaik dan berhasil mendapatkan keuntungan yang sangat fantastis. Perusahaan-perusahaan yang mempunyai keuntungan besar di Indonesia ini tidak hanya berasal dari perusahaan milik negara, namun juga perusahaan milik swasta. Keberhasilan ini jelas berasal dari kinerja perusahaan yang baik serta loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Dengan memiliki loyalitas, perusahaan bisa dijalankan dengan lebih baik dan lebih mudah untuk memperluas cakupan bisnis perusahaan. Perusahaan yang mempunyai hubungan baik dengan pelanggan dan kinerja perusahaan baik, akan menarik investor untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan tersebut, sehingga semakin banyak yang berinvestasi, maka perusahaan akan semakin

berkembang dan maju. Perusahaan-perusahaan yang mempunyai keuntungan besar di Indonesia ini tidak hanya berasal dari perusahaan milik negara, namun juga perusahaan milik swasta.

Tabel 1.1 Keuntungan Perusahaan yang Terdaftar di BEI (dinyatakan dalam miliaran Rupiah)

Perusahaan	Keuntungan 2014	Keuntungan 2015
Bank Rakyat Indonesia	24.227	25.410
Bank mandiri	20.655	21.152
Astra Internasional	22.131	15.613
Bank Central Asia	16.511	18.035
Telekomunikasi Indonesia	21.274	23.317
Bank Negara Indonesia	10.829	9.140
H.M. Sampoerna	10.181	10.363
Perusahaan Gas Negara	9.481	5.370
Unilever Indonesia	5.926	5.851
Gudang Garam	5.432	6.452
Semen Indonesia	5.642	4.525
Indocement Tunggal Prakarsa	5.293	4.356
Indofood Sukses Makmur	5.229	3.709

Sumber : Laporan Keuangan yang dipublikasi tahun 2015

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa perusahaan-perusahaan tersebut mempunyai keuntungan yang besar. Jika investor menginvestasikan dananya ke perusahaan yang mempunyai keuntungan besar, maka keuntungan yang akan didapatkan oleh investor akan besar juga. Dengan demikian, penelitian ini akan mengambarkan peta posisi dari harga saham pada ketiga belas perusahaan tersebut.

Positioning (penentuan posisi) merupakan suatu konsep dalam menempatkan produk berdasarkan persepsi dan preferensi konsumen. Konsep *positioning* merupakan konsep yang berawal dan berakhir pada konsumen. Berdasarkan konsep ini, perusahaan dapat mengetahui atribut-atribut yang berpengaruh terhadap pembelian produk. Pentingnya mengetahui posisi produk, agar pihak manajemen dapat membandingkan posisi produknya dengan posisi produk pesaing yang mirip (Karadeniz, 2009). Dalam statistika, program yang

dapat digunakan untuk mengambarkan *positioning* adalah program *Multidimensional Scaling* (MDS).

MDS merupakan salah satu alat analisis *Multivariate* yang berhubungan dengan penempatan beberapa objek (produk, merk, atau perusahaan) pada suatu peta multidimensi yang jaraknya dipersepsikan oleh konsumen berdasarkan nilai kedekatan (*proximilities*) antar objek tersebut (Konuk dan Altuna, 2011). Analisis ini akan menghasilkan bentuk akhir berupa tampilan peta atau gambar dua dimensi yang menunjukkan posisi relatif suatu objek dengan objek lainnya. Dengan tampilan ini, informasi yang ingin disampaikan akan lebih menarik dan mudah dipahami dari pada tampilan dalam bentuk tabel *numeric*, sehingga akan memudahkan dalam menganalisisnya (Supranto, 2004).

Secara umum teknik MDS mengembangkan representasi spasial dari rangsangan psikologis atau benda kompleks lainnya dari penilaian orang (misalnya, preferensi, keterkaitan), yaitu mewakili setiap objek sebagai titik dalam ruang *m*-dimensi. Apa yang membedakan MDS dari teknik sejenis lainnya (misalnya, analisis faktor, analisis cluster) adalah bahwa di MDS tidak ada prasangka tentang faktor-faktor yang mungkin mendorong setiap dimensi. Oleh karena itu, satu-satunya data yang diperlukan adalah ukuran untuk kesamaan antara masing-masing pasangan objek yang akan diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana peta posisi harga saham pada 13 perusahaan di Indonesia berdasarkan jarak euclidean?
2. Bagaimana peta posisi harga saham pada 13 perusahaan di Indonesia berdasarkan korelasi?
3. Bagaimana peta posisi harga saham pada 13 perusahaan di Indonesia berdasarkan jarak histogram?
4. Manakah peta posisi yang terbaik dari ketiga metode analisis jarak?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini mengarah pada sasaran yang di inginkan, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Objek yang diteliti adalah harga saham yang berada di BEI pada 13 perusahaan yang mempunyai keuntungan besar di Indonesia, yaitu:
   a. Bank Rakyat Indonesia
   b. Bank mandiri
   c. Astra Internasional
   d. Bank Central Asia
   e. Telekomunikasi Indonesia
   f. Bank Negara Indonesia
   g. H.M. Sampoerna
   h. Perusahaan Gas Negara
   i. Unilever Indonesia
   j. Gudang Garam
   k. Semen Indonesia
   l. Indocement Tunggal Prakarsa
   m. Indofood Sukses Makmur
2. Periode pengamatan harga saham pada 9 tahun terakhir, yaitu dari 1 Januari 2008 sampai 30 Desember 2016.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitiah ini adalah:

1. Ingin mengetahui peta posisi harga saham pada 13 perusahaan di Indonesia berdasarkan jarak euclidean.
2. Ingin mengetahui peta posisi harga saham pada 13 perusahaan di Indonesia berdasarkan korelasi.
3. Ingin mengetahui peta posisi harga saham pada 13 perusahaan di Indonesia berdasarkan jarak histogram.
4. Ingin mengetahui peta posisi yang terbaik dari ketiga metode analisis jarak.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai peta posisi harga saham pada pasar modal.
2. Memberikan informasi mengenai penerapan metode *multidimensional scaling* terhadap data *time series*.