

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Harga saham menjadi salah satu bentuk ukuran nilai perusahaan yang mencerminkan keberhasilan pengelolaan perusahaan. Jika harga saham suatu perusahaan selalu mengalami kenaikan. Maka investor atau calon investor menilai bahwa perusahaan tersebut berhasil dalam mengelola usahanya. Namun sebaliknya jika harga saham mengalami penurunan maka investor dan calon investor menilai bahwa perusahaan telah gagal mengelola usahanya ( Sambelay, Rate, & Baramuli, 2017).

Dalam menentukan harga saham ada beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh perusahaan pada umumnya antara lain *likuiditas*. Likuiditas tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Susilawati, 2012). Peningkatan harga saham itu menunjukkan *leverage* yang tinggi, dimana perusahaan itu akan memiliki biaya tetap dari sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Gunarso, 2014). Selain itu *profitabilitas* juga berpengaruh karena dengan meningkatnya *profitabilitas* maka harga saham akan cenderung naik, sedangkan ketika laba turun maka harga saham ikut turun (Putri , 2015). Dengan demikian maka harga saham dipengaruhi oleh *likuiditas*, *leverage*, dan *profitabilitas*.

Perkembangan bisnis kosmetik mengacu kepada kebutuhan masyarakat yang kegiatan sehari-harinya menggunakan macam-macam produk kosmetik. Pertumbuhan pasar industri kosmetik rata-rata mencapai 9,67% pertahun (2009-2015) dan pada tahun 2017 mengalami pertumbuhan sebesar 6,35%

serta triwulan I/2018 mengalami kenaikan menjadi 7,36%. Hal ini membuktikan bahwa sektor kosmetik menjadi salah satu sektor yang kinerja pertumbuhan pasarnya bergerak mengikuti pertumbuhan ekonomi nasional (sumber: KEMENPERIN:2016).

Bisnis kosmetik dipersepsikan berbagai macam oleh masyarakat namun perlu diketahui bahwa bisnis kosmetik tidak hanya mencakup riasan yang digunakan diwajah akan tetapi juga mencakup perawatan pada tubuh. Di tinjau dari perspektifnya produk-produk kosmetik dikategorikan menjadi *Skin Care*, *Hair Care*, *Fragrances*, *Sun Care* dan *Personal Hygiene*. Contoh dari produk kosmetik meliputi sabun, lulur, sampo, kondisioner, parfum, bedak, lipstik, eye shadow, blush on, cat rambut, cat kuku, dan lain sebagainya. Persaingan yang terjadi pada industri kosmetik di Indonesia sangat ketat. Ketatnya persaingan ini dikarenakan adanya peluang yang sangat besar di dalam industri tersebut. Pada tahun 2013 jumlah penduduk sekitar 250 juta jiwa, menjadikan Indonesia sebagai pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik. Kendati mayoritas industri kosmetik membidik target konsumen utama kaum wanita, belakangan mulai berinovasi dengan produk-produk pria.

Perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga merupakan bagian dari sektor industri barang konsumsi dinilai memiliki prospek yang baik karena dilihat dari segi peningkatan penjualan hingga adanya permintaan besar dari pasar domestik dan ekspor (KEMENPERIN, 2016). Peningkatan penjualan serta permintaan yang besar seharusnya bisa membuat perusahaan - perusahaan di industri tersebut juga mengalami pertumbuhan yang baik, baik dari segi jumlah konsumen, pendapatan ataupun laba yang diperoleh masing - masing perusahaan tersebut yang kemudian dapat berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan poin

penting bagi perusahaan, dan tingginya nilai perusahaan menjadi tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Banyak cara yang dilakukan direksi untuk meningkatkan nilai perusahaan, salah satunya adalah dengan melakukan akuisisi (Indrayono, 2019).

Perkembangan dunia saat ini terlihat sangatlah pesat. Banyak perusahaan yang memiliki kemampuan kompetitif. Dengan hal ini banyak pesaing bisnis yang membutuhkan tambahan dana untuk mengembangkan perusahaan yang sedang dijalani. Sumber dana yang bisa didapatkan salah satunya yaitu melalui pasar modal. Pasar modal berperan sangat penting karena digunakan sebagai sarana alternatif bagi perusahaan untuk menawarkan sahamnya kepada publik, juga dapat digunakan sebagai sarana mencari modal untuk memperbaiki struktur pemodalannya di suatu perusahaan. Publik sebagai pemilik dana dapat menginvestasikan dananya kepada pihak yang memerlukan dana jangka panjang (perusahaan) dengan mengharapkan adanya imbalan atau return dari investasi tersebut sedangkan pihak yang memerlukan dana jangka panjang (perusahaan) dapat menggunakan dana dari luar untuk mengembangkan usahanya tanpa mengganggu internal perusahaan.

Undang – Undang No. 8 tahun 1995 tentang pasar modal yaitu sebagai sesuatu kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Pasar modal merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang (obligasi), ekuiti (saham), reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi investor dengan perusahaan maupun intitusi lain (misalnya pemerintah), dan

sebagai sarana bagi kegiatan berinvestasi. Dengan demikian, Pasar Modal memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana kegiatan jual beli dan kegiatan terkait lainnya (Alfianti & Andarini, 2017). Dilihat dari definisi pasar modal tersebut maka tidak heran jika perkembangan pasar modal memiliki pengaruh yang cukup penting bagi pembangunan nasional.

Pasar modal didalamnya terdapat banyak instrumen keuangan, yang paling populer adalah saham. Saham merupakan tanda penyertaan modal pada suatu perusahaan perseroan terbatas dengan manfaat yang dapat diperoleh. Setiap investor melakukan investasi pada perusahaan mempunyai tujuan yang sama, yaitu untuk mendapatkan capital gain, yaitu selisih dari harga jual dan harga beli saham dan dividen yang berupa laba atau keuntungan perusahaan yang akan dibagikan kepada investor (Putri, 2015).

Tinggi rendahnya harga saham suatu perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya seperti kinerja keuangan. Suatu kinerja keuangan akan memberikan informasi pemodal mengenai potensi suatu sekuritas dimasa yang akan datang. Kinerja keuangan dapat diukur dengan banyak indikator, salah satunya dengan menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan merupakan suatu angka yang menunjukkan hubungan antara suatu unsur dengan unsur lainnya dalam laporan keuangan (Sari, 2018). Rasio keuangan terdiri dari rasio aktivitas, rasio likuiditas, rasio leverage, rasio profitabilitas. Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan Current Ratio (CR), Debt Equity Ratio (DER), dan Return On Assets (ROA) sebagai ukuran *Likuiditas*, *Leverage*, dan *Profitabilitas* karena rasio ini yang paling sering digunakan.

Pentingnya *current ratio* dalam penelitian ini adalah bagian dari rasio *likuiditas* merupakan rasio yang

menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Arifin & Agustami, 2016). Rasio ini sangat penting karena jika perusahaan gagal dalam memenuhi kewajiban / hutang jangka pendeknya maka akan membawa perusahaan kearah kebangkrutan. *Likuiditas* menggambarkan tentang kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang harus dipenuhi atau pada saat ditagih. Rasio lancar yang tinggi menunjukkan kelebihan aktiva lancar tetapi juga mempunyai pengaruh yang tidak baik terhadap *profitabilitas* perusahaan sehingga dalam hal ini akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

*Leverage* merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan membayar semua kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia (Savitri, 2016). Pentingnya *Debt to equity ratio* menunjukkan bahwa rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan oleh pemegang (kreditor) dengan pemilik perusahaan. *Debt to equity ratio* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjuk oleh berapa bagian dari modal sendiri dan digunakan untuk membayar hutang. *Debt to equity ratio* juga memberikan jaminan tentang seberapa besar hutang-hutang perusahaan dijamin modal sendiri *Debt to equity ratio* akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan menyebabkan apresiasi dan depresiasi harga saham. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas.

Rasio *Profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi (Kasmir, 2018). Penelitian ini menggunakan *Net Profit Margin*

(NPM) yang merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Rasio ini menginterpretasikan tingkat efisiensi perusahaan, yakni sejauh mana kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya operasional perusahaan pada periode tertentu.

Pentingnya ROA dalam penelitian ini yaitu untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih. Karena juga berdampak pada harga saham perusahaan tersebut dipasar modal juga akan semakin meningkat ehingga ROA akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham menunjukkan hasil yang bertentangan. Penelitian tersebut antara lain: penelitian yang dilakukan oleh Indrawati dan Suprihhadi (2016) menunjukkan bahwa secara parsial *Earning Per Share* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan sasongko dan Wulandari (2006) menunjukkan bahwa secara parsial hanya variabel *Return On Equity* tiak berpengaruh terhadap harga saham. Penelitian Meythi, Tan, dan Rusli (2011) mengenai pengaruh *Likuiditas* dan *Profitabilitas* terhadap Harga Saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa secara parsial *Curent Ratio* dan *Earning Per Share* (EPS) tidak berpengaruh signifikan terhadap perusahaan manufaktur. Penelitian Priatnah dan Kusuma (2012) menunjukkan bahwa *Return On Investment* (ROI) dan *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Djazuli (2006) hasilnya secara parsial variabel ROI berpengaruh negatif terhadap harga saham. Berdasarkan penelitian terdahulu yang

menunjukkan ketidak konsistenan pengaruh *Current Ratio*, *Earning Per Share (EPS)*, *Return On Investmen (ROI)*, dan *Return On Equity (ROE)* terhadap harga saham.

Hasil penelitian yang menunjukkan adanya suatu yang bertentangan mengenai *likuiditas*, *laverage*, dan *profitabilitas* terhadap harga saham menjadi menarik untuk dilakukan penelitian kembali, hal ini harapannya adalah didapatkan hasil yang baru dengan data yang baru, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang harga saham di perusahaan *Cosmetics and Houshold*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Likuiditas* berpengaruh terhadap harga saham Perusahaan *Cosmetics and Houshold* (Kosmetik dan barang keperluan rumah tangga) yang terdaftar di BEI ?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap harga saham Perusahaan *Cosmetics and Houshold* (Kosmetik dan barang keperluan rumah tangga) yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap harga saham Perusahaan *Cosmetics and Houshold* (Kosmetik dan barang keperluan rumah tangga) yang terdaftar di BEI?
4. Apakah *Likuiditas*, *Leverage*, dan *Profitabilitas* berpengaruh terhadap harga saham Perusahaan *Cosmetics and Houshold* (Kosmetik dan barang keperluan rumah tangga) yang terdaftar di BEI ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

### 1.3.1 Tujuan Umum

1. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Sebagai realisasi Tri Dharma Perguruan Tinggi bidang penelitian.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui pengaruh *Likuiditas* terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sub sektor *cosmetic and household* periode 2013 - 2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sub sektor *cosmetic and household* periode 2013 - 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Profitabilitas* terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sub sektor *cosmetic and household* periode 2013 - 2019.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Likuiditas*, *Leverage*, dan *profitabilitas* terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sub sektor *cosmetic and household* periode 2013 - 2019.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan dibidang akuntansi khususnya tentang penyusunan pelaporan keuangan dalam menggunakan prinsip konservatisme akuntansi.



#### 1.4.2 Manfaat Praktis

##### 1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan, wawasan dalam bidang akuntansi khususnya tentang prinsip konservatisme akuntansi dalam sebuah perusahaan.

##### 2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini disumbangkan ke Universitas sebagai bahan referensi atau dokumentasi guna menambah perbendaharaan referensi di perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

##### 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan serta sumber informasi, sehingga dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan yang tepat khususnya tentang Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas yang dapat mempengaruhi harga saham.

Halaman ini sengaja dikosongkan