

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 GAMBARAN UMUM

PT. Unilever Indonesia merupakan perusahaan swasta yang sangat terkenal di Indonesia dan telah memiliki beragam varian produk yang sebagian besar di jual di dalam negeri. PT. Unilever Indonesia berbasis di Rotterdam, Belanda yang didirikan pada tahun 1930 yang pada awal berdirinya dinamakan Zeepfabrieken N.V. Lever yang kemudian berganti menjadi PT. Unilever Indonesia pada tahun 1980.

Seiring dengan perkembangan serta kepemilikan akta notaris, akhirnya PT. Unilever Indonesia kembali merubah namanya menjadi PT. Unilever Indonesia Tbk., pada tanggal 30 Juni 1997 atas nama pemegang akta notaris Mudofir Hadi. Pada saat ini PT. Unilever Indonesia Tbk., telah meregistrasikan kepemilikan sahamnya sebanyak 15% kepada Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1981 dengan nama saham Unilever. Hingga saat ini, Unilever telah memiliki lebih dari 1000 supplier dan distributor yang memasarkan produk-produknya.

Dalam LQ45, Unilever masuk ke dalam sektor kosmetik, bersama dengan tiga perusahaan lainnya yang bergerak dalam sektor yang sama. Unilever hingga saat ini menjadi salah satu perusahaan swasta dengan kepemilikan *asset* serta keuntungan yang mampu meraup hingga miliaran dollar setiap tahunnya, perusahaan yang memiliki jumlah karyawan lebih dari 171.000 ini juga mengembangkan beberapa perusahaan yang masih berada dibawah manajemennya.

1.1.1 BIDANG USAHA PERUSAHAAN

Produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang kosmetik dan barang konsumsi rumah tangga yang meliputi *personal care*, *beauty care* dan produk keperluan rumah tangga.

1.1.2 MISI DAN VALUE

1. Misi yang dimiliki oleh Unilever adalah Menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
2. *Value* yang dimiliki oleh Unilever adalah :
 - a. Fokus pada pelanggan, konsumen dan masyarakat
 - b. Kerja sama
 - c. Integritas

- d. Mewujudkan sesuatu terjadi
- e. Berbagi kebahagiaan
- f. Kesempurnaan

1.2 LATAR BELAKANG

Dalam kegiatan perekonomian negara, terdapat dua jenis pasar, yaitu pasar uang dan pasar riil. Jenis pasar uang adalah pasar dimana aset-aset keuangan diperdagangkan, dan jenis pasar riil adalah dimana barang dan jasa diperdagangkan. Dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat 45 perusahaan likuid yang tergabung dalam indeks saham LQ45. Pergerakan indeks menjadi indikator penting bagi investor untuk menentukan apakah mereka akan menjual, menahan atau membeli saham, karena harga saham dapat berubah dalam waktu yang singkat.

Adapun indeks saham LQ45 yang mencerminkan kenaikan harga 45 saham unggulan. Indeks LQ45 berisi saham-saham dengan kapitalisasi pasar terbesar dan aktif ditransaksikan di BEI. Ke-45 saham dalam LQ45 di evaluasi tiap enam bulan, dan bisa berubah sesuai kriteria pemilihan saham LQ45 oleh BEI. Sepanjang tahun 2012 lalu, LQ45 mencatat pertumbuhan 9,14%. Sejalan dengan pertumbuhan tersebut, kebutuhan akan informasi yang relevan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal juga semakin meningkat. (<http://economy.okezone.com/read/2013/01/07/226/742262/indeks-dan-transaksi-saham-bursa-efek-indonesia>).

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah Unilever. Dimana Unilever merupakan perusahaan yang masuk ke dalam indeks LQ 45 selama 10 tahun berturut-turut dari empat perusahaan yang bergerak dalam sektor yang sama. Yang artinya Unilever memiliki kinerja perusahaan yang baik selama beberapa tahun dengan mempertahankan posisinya berada dalam perusahaan likuid dan saham perusahaan yang banyak diminati oleh para investor. Selain itu, Unilever merupakan *market leader* dalam sektor kosmetik di Indonesia, ini ditunjukkan dengan meningkatkan penjualan pada produk-produk unggulan dari Unilever ditahun 2012 dengan tingkat pertumbuhan sebesar 14%. (sumber: http://harningsih-ningsihblog.blogspot.com/2010/02/tugas_manajemen-strategik-minggu-ke-2.html). Saham Unilever berkarakter defensif, secara fundamental Unilever juga memiliki jaringan distribusi kuat serta dukungan finansial dari induk usahanya yang semakin membuat saham ini masih prospektif untuk dikoleksi investor meskipun harganya tergolong premium. (sumber: <http://www.indonesiafinancetoday.com/read/45883/ROE-Unilever-Tertinggi-di-Sektor-Barang-Konsumsi>).

TABEL 1.1
Kinerja Keuangan Tahunan Unilever 2006-2012

TAHUN	LABA BERSIH	SALES	ASSET	Harga Saham
2006	1.722	11.335	4.626	6.600
2007	1.965	12.555	5.333	6.750
2008	2.407	15.578	6.505	7.800
2009	4.044	18.247	7.485	11.050
2010	3.387	19.690	8.701	16.500
2011	4.163	23.469	10.482	18.800
2012	4.839	27.303	11.985	20.850

Sumber: Annual Report Unilever 2012

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat perkembangan Unilever pada periode 2006-2012 secara keseluruhan cenderung meningkat walaupun perekonomian sedang melemah terutama pada tahun 2008. Pada tahun 2010 laba bersih yang diperoleh Unilever menurun dari tahun sebelumnya menjadi 6,57 %, namun di tahun yang sama *sales*, *asset* dan harga saham tetap meningkat dengan jumlah saham yang beredar 76.300. Dalam hal ini, saham Unilever mampu menjadi bahan penelitian yang cukup menarik karena ditengah kondisi perekonomian yang tidak stabil, saham Unilever mampu berada dalam daftar saham yang likuid dengan tidak mengalami guncangan yang cukup kuat, ditandai dengan stabilnya harga saham dengan *trend*.

Untuk mengetahui *return* saham Unilever yang didapat oleh pemegang dapat dilihat dari kinerja keuangan sehingga dapat menjelaskan beberapa kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan. Investor memerlukan informasi keuangan dalam rangka penentuan kebijaksanaan penanaman modalnya. Para investor melakukan investasi secara portofolio untuk mendapatkan hasil dari investasi dari *return* saham berupa dividen dengan cara melihat saham yang berkompeten untuk menghasilkan dividen yang tinggi. Indikator yang menunjukkan pergerakan harga saham adalah indeks harga saham, dimana indeks ini berfungsi sebagai indikator *trend* pasar. Yang artinya pergerakan indeks menggambarkan kondisi pasar pada waktu tertentu. Investor harus mempertimbangkan kinerja perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi. Informasi yang berhubungan dengan kinerja atau kondisi perusahaan umumnya ditunjukkan dalam laporan keuangan.

Investor dapat menggunakan beberapa rasio keuangan untuk mengetahui *return* saham suatu perusahaan, yaitu: *Return On Asset* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), *Earning Per Share* (EPS) dan *Price Earning Ratio* (PER). Menurut Penelitian Ratna Priantini (2009):

“*Return On Asset* (ROA) atau *Return On Investment* (ROI) digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Jika *Return On Asset* (ROA) semakin meningkat, maka kinerja perusahaan juga semakin membaik, karena tingkat kembalian semakin meningkat”.

Menurut Rianti (2009): Rasio *Net Profit Margin* (NPM) menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi. Hubungan antara laba bersih sesudah pajak dan penjualan bersih menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengemudikan perusahaan secara cukup berhasil untuk menyisakan margin tertentu sebagai kompensasi yang wajar bagi pemilik yang telah menyediakan modalnya untuk suatu resiko.

Menurut Husaini (2012) : “*Earning per Share* merupakan rasio yang banyak diperhatikan oleh calon investor, karena informasi *Earning per Share* merupakan informasi yang dianggap paling mendasar dan dapat menggambarkan prospek *earning* perusahaan masa depan. Pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham tertarik akan *Earning per Share*, karena hal ini menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa”.

Menurut Firmansyah (2009): “PER memberikan gambaran mengenai penilaian pasar terhadap harga saham suatu emiten dan sekaligus mengindikasikan tingkat kepercayaan pasar terhadap tingkat pertumbuhan laba suatu emiten di masa yang akan datang”.

Menurut teori dari Sudana (2011:12) dari rasio profitabilitas, *Return On Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM) dapat digunakan untuk melihat *return* saham pada perusahaan, karena dari ROA dapat di ketahui laba yang dihasilkan setelah pajak sedangkan dari NPM dapat dilihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih. Dari *Market Rasio* dapat menggunakan *Earning Per Share* (EPS) dan *Price Earning Ratio* (PER). Menurut Jogiyanto (2009:145), EPS menggambarkan tingkat laba (per lembar saham) yang menunjukkan kinerja perusahaan atas kemampuan laba yang dikaitkan dengan pasar. Semakin besar keuntungan per lembar saham, maka akan mempengaruhi *return* saham perusahaan di pasar modal. *Price earning ratio* adalah rasio yang digunakan untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. Sehingga rasio keuangan yang digunakan untuk melihat trend pertumbuhan *return* yaitu *Return On Assets* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM) serta *Market Rasio* yaitu *Earning Per Share* (EPS) dan *Price Earning Ratio* (PER).

Berdasarkan data dan pernyataan-pernyataan yang telah diuraikan maka penulis ini tertarik mengetahui trend pertumbuhan *return* saham khususnya pada Unilever, dengan judul : “**Pengaruh *Return On Assets* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), *Earning Per***

Share (EPS) dan Price Earning Ratio (PER) Terhadap Return Saham (Studi Kasus pada Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk., Periode 2006- 2012)”.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Dari penjabaran latar belakang tersebut menjelaskan variabel ROA, NPM, EPS dan PER memiliki pengaruh yang terhadap *return* saham pada suatu perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka yang akan menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Return On Assets* (ROA) pada *return* Saham Unilever periode 2006-2012?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Net Profit Margin* (NPM) pada *return* Saham Unilever periode 2006-2012?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Earning Per Share* (EPS) pada *return* Saham Unilever periode 2006-2012?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Price Earning Ratio* (PER) pada *return* Saham Unilever periode 2006-2011?
5. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Return On Asset* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), *Earning Per Share* (EPS), dan *Price Earning Ratio* (PER) terhadap *return* saham Unilever periode 2006-2012?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh *Return On Assets* (ROA) pada *return* saham Unilever periode 2006-2012.
2. Mengetahui pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) pada *return* saham Unilever periode 2006-2012.
3. Mengetahui pengaruh *Earning Per Share* (EPS) pada *return* saham Unilever periode 2006-2012.
4. Mengetahui pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) pada *return* saham Unilever periode 2006-2012.
5. Mengetahui pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), *Earning Per Share* (EPS), dan *Price Earning Ratio* (PER) terhadap *return* saham Unilever periode 2006-2012.

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

1. Bagi investor / praktisi adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam pemanfaatan informasi dalam mengambil keputusan informasi untuk berinvestasi.
2. Bagi perusahaan adalah memberikan gambaran mengenai *Return On Asset* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), *Earning Per Share* (EPS), *Price Earning Ratio* (PER) dan Return Saham pada Unilever yang masuk ke dalam indeks LQ 45 periode 2006-2012.
3. Bagi pihak lain diharapkan bermanfaat untuk dipelajari sebagai sumbangsih pengetahuan dan dijadikan dasar penelitian selanjutnya sehingga disiplin ilmu terutama manajemen keuangan.
4. Bagi penulis penelitian ini menambah wawasan dan penambahan mengenai ilmu pengetahuan dibidang manajemen keuangan, khususnya yang berkaitan dengan *Return on Asset*, *Earning Per Share*, *Net Profit Margin*, *Price Earning Ratio* dan tingkat *return* saham.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Return On Asset* (ROA), *Earning Per Share* (EPS), *Net Profit Margin* (NPM), *Price Earning Rasio* (PER) Terhadap Return Saham (Studi Kasus pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode 2006-2012)” terdiri dari lima bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini akan disampaikan gambaran umum objek penelitian, pokok-pokok mengenai latar belakang, pokok permasalahan, tujuan, kegunaan dan sistematika penulian. Bab ini merupakan deskripsi tentang permasalahan-permasalahan yang ada pada objek penelitian sebelum dilakukan analisis pembahasan secara komprehensif.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian. Bab ini menerangkan mengenai Return Saham, yang menjelaskan pengertian *Return On Asset* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), *Earning Per Share* (EPS), *Price Earning Rasio* (PER), penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, jenis penelitian, variabel operasional terhadap penelitian, populasi, dan sampel, pengumpulan data, analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini membahas mengenai analisis dan intepretasi data, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Kesimpulan dan Saran. Bab ini merupakan bab terakhir dari penelitian ini. Dalam bab ini diuraikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari analisis data yang

telah dilakukan serta saran-saran konstruktif yang disarankan perlu bagi perkembangan Unilever pada Bursa Efek Indonesia (BEI)