

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Alasan utama para investor melakukan investasi dipasar modal adalah untuk memperoleh keuntungan. Dalam konteks manajemen investasi, tingkat keuntungan investasi disebut sebagai return. Menurut Ang dalam Astuti (2019) menyatakan bahwa pendapatan yang diinginkan oleh para pemegang saham (*return*) adalah pendapatan dividen (*dividend yield*) dan *capital gain*. *Dividend yield* digunakan untuk mengukur jumlah dividen per lembar saham terhadap harga saham dalam bentuk persentase”. Semakin besar *dividend yield*, maka investor akan semakin tertarik untuk membeli saham tersebut.

Harga saham di pasar modal ditentukan oleh mekanisme pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran dari saham itu sendiri dalam pasar modal. Harga saham merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan, dalam hal ini harga saham yang tinggi merupakan wujud apresiasi investor terhadap kinerja suatu perusahaan. Investor menganggap bahwa perusahaan tersebut sukses dalam mengelola bisnisnya (Marvina et al., 2020). Kepercayaan investor atau calon investor sangat berguna bagi perusahaan, karena semakin banyak orang yang menaruh kepercayaan kepada perusahaan, Semakin banyak permintaan terhadap saham suatu perusahaan maka harga saham perusahaan akan naik. Bagi calon investor yang rasional, keputusan investasi dalam suatu saham harus didahului oleh suatu proses analisis terhadap variabel yang diperkirakan akan mempengaruhi harga suatu saham.

Hal ini disebabkan oleh sifat saham yang sangat peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi baik perubahan kondisi pasar uang, kinerja keuangan maupun situasi politik dalam negeri. Investor tidak hanya melihat bagaimana pergerakan saham secara historis, akan tetapi kinerja keseluruhan perusahaan juga harus diukur. Pengukuran kinerja perusahaan secara keseluruhan dapat dijadikan seorang investor sebagai bahan untuk berinvestasi atau tidak menjual sahamnya yang telah ada dalam perusahaan tersebut.

Untuk menilai kinerja keuangan tidak hanya melihat seberapa besar laba yang di hasilkan, akan tetapi untuk lebih meyakinkan dapat menggunakan beberapa metode analisis keuangan. Laporan keuangan bertujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan perusahaan. Analisis yang sering digunakan oleh perusahaan dalam mengukur kinerjanya yaitu dengan analisis rasio keuangan. Analisis rasio keuangan merupakan alat analisis untuk menilai kinerja suatu perusahaan dengan melihat perbandingan data pada laporan keuangan (Wardiyah, 2017). Ansori (2015) mengemukakan bahwa meskipun analisis rasio keuangan digunakan oleh investor sebagai alat ukur kinerja perusahaan, namun rasio keuangan memiliki kelemahan, yaitu tidak mampu mengukur kinerja perusahaan dari sisi nilai perusahaan. Artinya laba yang dilaporkan perusahaan tidak memasukkan unsur biaya modalnya. Oleh karena itu, pada tahun 1989 terdapat konsep baru yang menjadi alat ukur kinerja keuangan dan pasar yang bertujuan untuk mengatasi kelemahan dari rasio keuangan. Konsep baru tersebut yaitu *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) yang diperkenalkan oleh konsultan Stern Steward Management Service di Amerika Serikat (Ferinda, 2019).

Konsep EVA (*Economic Value Added*) dan MVA (*Market Value Added*) merupakan metode alternatif yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan karena fokus penilaiannya pada penciptaan nilai perusahaan. Hal ini merupakan salah satu dari keunggulan EVA dibandingkan dengan metode perhitungan yang lain. Memasukkan unsur biaya modal dalam perhitungannya, pendekatan ini tidak hanya mengukur tingkat pengembalian yang dihasilkan perusahaan, tetapi juga secara eksplisit mempertimbangkan risiko yang dihadapi perusahaan.

Dasar pengukuran pendekatan EVA adalah laba real yang diperoleh perusahaan, sehingga penggunaan pendekatan ini tidak membutuhkan perbandingan dengan perusahaan sejenis. Menurut Wilmar dan Wita (2011: 124), konsep EVA dapat melengkapi analisis rasio keuangan karena dapat mengukur kinerja secara tepat dengan memperhatikan sepenuhnya kepentingan dan harapan penyedia dana (kreditur dan pemegang saham). Penggunaan metode EVA mendorong manajemen perusahaan hati-hati dalam melakukan transaksi dan investasi. Hal ini disebabkan karena investasi membutuhkan dana yang tidak murah, sehingga harus dikalkulasi secara tepat. Jika investasi tidak memberi hasil optimal, maka laba yang diperoleh dari investasi tersebut akan kecil jumlahnya.

Selain *Economic Value Added* (EVA), ada juga *Market Value Added* (MVA) yang berfungsi sebagai pengukur kinerja keuangan. Young dan O'Byrne mengemukakan bahwa *Market Value Added* adalah selisih antara nilai pasar perusahaan (termasuk ekuitas dan utang) dengan modal keseluruhan yang diinvestasikan dalam perusahaan. Hasil dari selisih tersebut harus dimaksimalkan oleh perusahaan agar dapat memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Metode MVA juga memiliki keunggulan seperti metode EVA, apabila EVA difokuskan pada efektivitas manajerial selama satu tahun tertentu maka MVA difokuskan pada pengaruh tindakan manajerial sejak pendirian perusahaan. Pengukuran kinerja menggunakan EVA berfokus pada periode jangka pendek, maka pengukuran kinerja menggunakan MVA berfokus pada periode jangka panjang (Widiati, 2013). Nilai pasar dapat mencerminkan keputusan pasar mengenai bagaimana manajer yang sukses telah menginvestasikan modal yang sudah dipercayakan kepadanya dalam mengubahnya. Dimana konsep MVA sebagai alat untuk menilai kinerja sukses tidaknya perusahaan dalam menciptakan kekayaan bagi pemiliknya.

Sebagian besar perusahaan menggunakan tingkat pertumbuhan penjualan dalam mengukur dan menilai kemampuan managernya, mereka beranggapan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menaikkan keuntungan perusahaan. Karena pertumbuhan penjualan menjadi tolak ukur kinerja keuangan dari sisi marketnya. Investor akan cenderung memilih perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan tinggi karena mengindikasikan keberhasilan perusahaan dalam meraih tingkat kemampuan menghasilkan laba dimasa mendatang.

Rasio profitabilitas merupakan tolak ukur untuk menilai kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Banyak indikator atau alat ukur (analisis fundamental) yang dapat digunakan dalam penilaian seperti, ROA (*Return On Asset*) , ROE (*Return On Equity*), ROI (*Return On Investment*) dan NPM (*Net Profit Margin*).

Perusahaan Retail atau sub sektor perdagangan eceran merupakan perusahaan yang mengelola bisnis penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen

akhir, yaitu masyarakat yang mengonsumsi produk yang dijual. Ada sebanyak 27 perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Sales Growth* dan Rasio Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diuraikan rumusan masalah penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh secara parsial terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020?
2. Apakah *Market Value Added* (MVA) berpengaruh secara parsial terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020?
3. Apakah *Sales Growth* berpengaruh secara parsial terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020?
4. Apakah Rasio Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020?

5. Apakah *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Sales Growth* dan Rasio Profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 - 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Economic Value Added* (EVA) Secara Parsial terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Market Value Added* (MVA) terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Sales Growth* terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.
5. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Sales Growth* dan Rasio Profitabilitas secara simultan terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya terhadap masalah yang sama.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak investor dan Perusahaan sub sektor perdagangan eceran di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia baik berupa masukan ataupun pertimbangan terkait dengan pengaruh *Economic Value Added*, *Market Value Added*, *Sales Growth* dan Rasio Profitabilitas terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran Periode 2018-2020.

1.5 Pembatasan Masalah dan Originalitas

1.5.1 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian agar tidak terlalu memperluas permasalahan, sehingga penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penulis akan membatasi penelitian ini pada:

1. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Sales Growth* dan Rasio Profitabilitas terhadap

Harga Saham Pada Perusahaan sub sektor perdagangan eceran di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

3. Rasio Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan tolak ukur ROE (*Return On Equity*).
4. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *puspositive sampling* dengan ketentuan beberapa kriteria.

1.5.2 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Parhusip, E. et al (2021) Pengaruh EVA, *Sales Growth*, MVA, DER, Laba Bersih terhadap Harga Saham pada Perusahaan perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan analisis dan pembahasan bias dikatakan jika EVA tidak berpengaruh dan tidak signifikan pada harga saham, *sales growth* tidak adanya pengaruh serta tidak adanya signifikan pada harga saham. Dan terdapat pengaruh negatif pada MVA serta memiliki nilai signifikan pada harga saham, DER menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh dan signifikan pada harga saham dan laba bersih memiliki pengaruh positif dan signifikan pada harga saham.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini mengganti variabel independen DER dan Laba bersih dengan variabel rasio profitabilitas dan mengganti sampel penelitian menjadi perusahaan sub sektor perdagangan eceran dengan tahun penelitian 2018-2020.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini diuraikan dalam bab-bab sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan originalitas serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian relevan yang menjadi referensi penulis, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menerangkan tentang objek penelitian, jenis penelitian, Populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan defenisi operasional, teknik analisis data dan jadwal penelitian.

BAB IV : HASIL dan PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan deskripsi hasil penelitian, Pengujian, Pengujian hipotesis dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini hasil dalam penelitian dijelaskan secara ringkas melalui kesimpulan, dan mengemukakan saran- saran untuk pengembangan hasil penelitiain.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 EVA (*Economic Value Added*)

Konsep EVA dikembangkan oleh Joel Stern dan Bennett Stewart, pendiri perusahaan konsultan Stern Stewart & Company pada tahun 1993. *Economic Value Added* mencoba mengukur nilai tambah yang dihasilkan suatu perusahaan dengan cara mengurangi biaya modal yang timbul akibat investasi yang dilakukan perusahaan. Menurut James C. Van Horne EVA adalah laba operasional perusahaan bersih setelah pajak (NOPAT) dikurangi beban nilai biaya modal yang digunakan. Sedangkan menurut Hanif dan Darsono EVA dapat diperoleh dengan mengurangi beban modal (*capital chargers*) dari laba operasi bersih (*net operating profit*).

Berdasarkan dari pendapat beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya EVA merupakan alat untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan terhadap nilai tambah dengan memperhatikan biaya modal yang ditanggung oleh perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa EVA merupakan analisis keuangan untuk menilai profitabilitas dan kinerja manajemen dari operasi perusahaan. EVA juga dapat digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan, baik perusahaan multinasional maupun perusahaan daerah dan sebagainya.

Menurut Gatot Wijayanto dalam Fatimah (2017:14) penilaian EVA dapat dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Apabila $EVA > 0$, berarti nilai EVA positif yang menunjukkan telah terjadi proses nilai tambah pada perusahaan.
- 2) Apabila $EVA = 0$, situasi ini menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam titik impas atau *break even point* (BEP).
- 3) Apabila $EVA < 0$, berarti nilai EVA negatif yang menunjukkan tidak terjadi proses nilai tambah pada perusahaan.

EVA menyajikan suatu ukuran yang baik mengenai sejauh mana perusahaan telah memberikan tambahan nilai kepada pemegang saham. Dalam menghitung EVA diperlukan tiga indikator yaitu laba operasi setelah pajak (NOPAT), biaya modal rata-rata tertimbang (WACC) dan modal yang diinvestasikan (*Invested Capital*). Menurut Hanafi, (2016). Rumus EVA adalah :

$$EVA = NOPAT - (WACC \times IC)$$

Komponen EVA	Rumus
NOPAT	Laba Operasi Bersih Setelah Pajak (1-Tarif pajak)
WACC	$[(D \times rd) (1-Tax) + (E \times re)]$
IC	(Total Hutang+Ekuitas) – Hutang jangka pendek

Keterangan :

NOPAT = Laba Operasi Bersih Setelah Pajak (*Net Operating After Tax*)

WACC = Modal Rata-rata Tertimbang (*Weighted Average Cost of Capital*)

- *The Level of Debt Capital* (D)/ Biaya modal hutang

$$D = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Hutang} + \text{Ekuitas}} \times 100\%$$

- *Cost of Debt* (rd)/ Persentase hutang dalam struktur modal

$$rd = \frac{\text{Biaya Bunga}}{\text{Total Hutang}} \times 100\%$$

- *The Level of Equity Capital (E)*/ Biaya modal ekuitas

$$E = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang + Ekuitas}} \times 100\%$$

- *Cost of Equity (re)*/ Persentase biaya modal pada struktur modal.

$$re = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

- *Tax rate (T)*/ Tarif pajak

$$T = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

IC = Modal yang di investasikan (*Invested Capital*)

2.1.2 MVA (*Market Value Added*)

Market Value Added adalah perbedaan antara nilai pasar saham perusahaan dengan jumlah ekuitas modal investor yang telah diberikan dan digunakan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Brigham dan Houston, 2006). Menurut Warsono MVA adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas perusahaan pada periode tertentu dengan nilai ekuitas yang dipasok para investornya. MVA hanya dapat dihitung pada perusahaan publik atau yang *listed* di pasar modal. Pada dasarnya MVA adalah suatu konsep untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dari sudut pandang eksternal dengan menghitung selisih antara nilai pasar saham dengan nilai buku saham.

MVA digunakan sebagai alat ukur kinerja untuk menilai sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan kekayaan bagi pemegang saham, artinya berapa jumlah yang akan diperoleh investor jika semua investasinya berupa saham dan obligasi dijual kepasar *finacial* dikurangi modal yang diinvestasikan. Nilai tambah

pasar (MVA) dari suatu perusahaan merupakan hasil dari selisih nilai pasar perusahaan dikurangi oleh komponen biaya yang telah dikeluarkan perusahaan untuk modal investasinya.

Tolak Ukur *Market Value Added* (MVA) sebagai berikut:

1. Jika *Market Value Added* (MVA) > 0, bernilai positif artinya perusahaan berhasil meningkatkan nilai modal yang telah diinvestasikan oleh penyandang dana.
2. Jika *Market Value Added* (MVA) < 0, bernilai negatif artinya perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai modal yang telah diinvestasikan oleh penyandang dana.

Menurut Hanafi, (2017). Rumus MVA adalah:

$$\text{MVA} = \text{NILAI PERUSAHAAN} - \text{MODAL YANG DIINVESTASIKAN}$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = (\text{Jumlah saham beredar}) \times (\text{Harga pasar saham})$$

Keterangan:

MVA = *Market Value Added*

IC = *Invested Capital* (Modal yang diinvestasikan)

2.1.3 *Sales Growth* (Pertumbuhan Penjualan)

Pertumbuhan (*Growth*) merupakan indikator maju tidaknya suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Suatu perusahaan dengan pertumbuhan positif (meningkat) adalah indikator majunya perusahaan tersebut. Penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aset

dan bila penjualan ditingkatkan maka aset pun harus ditambah (Weston dan Brigham, 1991). Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) dihitung dengan selisih tingkat penjualan pada akhir periode dengan penjualan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik.

$$\text{Sales Growth} = \frac{(\text{Sales } t - \text{Sales } t-1)}{\text{Sales } t-1}$$

2.1.4 Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016 : 196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Menurut Hery (2016 : 192) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal.

Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah (Kasmir, 2016 : 199) :

1. Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

Profit Margin on Sales atau *Ratio Profit Margin* atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama *profit margin*. Terdapat dua rumus untuk mencari profit margin, yaitu sebagai berikut (Kasmir, 2016 : 199) :

a. Untuk margin laba kotor dengan rumus :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Sales}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

b. Untuk margin laba bersih dengan rumus :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest ang Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

2. Hasil Pengembalian Investasi (*Return on Investment/ROI*)

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment (ROI)* atau *Return on Total Assets* merupakan rasio yang menunjukkan

hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran rentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Di samping itu hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Rumus untuk mencari *Return on Investment* dapat digunakan sebagai berikut (Kasmir, 2016) :

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total assets}}$$

3. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* 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. Rumus untuk mencari *Return on Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

4. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share of Common Stock*)

Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share of Common Stock*) Rasio laba per saham biasa atau biasa disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang

saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi. Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas. Rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut (Kasmir, 2016 : 207) :

$$\text{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa Yang Beredar}}$$

2.1.5 Harga Saham

Saham adalah surat berharga yang merupakan instrumen bukti kepemilikan dari individu atau institusi dalam suatu perusahaan. Saham terbagi menjadi dua jenis yaitu, saham biasa (*common stock*) dan saham prioritas (*preffered stock*) yang terdiri lagi atas saham preferen kumulatif dan tidak kumulatif serta saham preferen berpartisipasi penuh dan saham preferen berpartisipasi sebagian. Saham merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang, sedangkan wujud saham adalah selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan penerbit surat berharga. Porsi kepemilikan saham ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan pada perusahaan tersebut (Darmadji, 2001 dalam Ponggohong et al., 2016). Nilai-nilai yang terkandung dalam harga saham menurut Honne dan Wachowics, (2007) dalam Sonia R., (2014) dapat dibedakan menjadi empat golongan, yaitu nilai dasar (*base price*), nilai nominal (*par value*), nilai buku (*book value*), nilai pasar (*market value*).

Menurut Tendelilin, (2010) dalam Alam & Oetomo, (2017), harga saham merupakan cerminan dari ekspektasi investor terhadap faktor-faktor produktif, aliran kas, dan tingkat pengembalian yang disyaratkan investor, dimana ketiga faktor tersebut dipengaruhi oleh kondisi ekonomi makro suatu Negara serta kondisi ekonomi global. Brealey, Myers, dan Marcus, (2008) dalam Sonia R., (2014) menyatakan bahwa terdapat dua teknik analisis saham, yaitu analisis fundamental dan analisis teknikal. Tolak ukur harga saham dalam penelitian ini adalah:

Harga saham = harga pada saat harga penutupan (*Closing Price*).

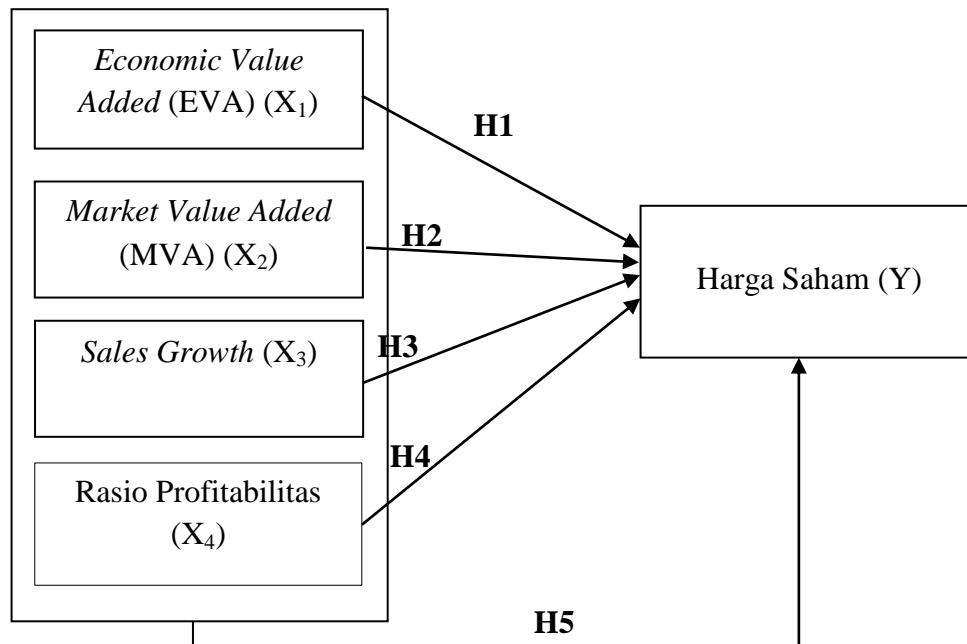
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian yang relevan dapat dilihat sebagai berikut:

No	Nama Peneliti dan Judul	Variabel	Hasil
1	Wilsa Oktaviany et al (2021) Pengaruh <i>Economic Value Added</i> (EVA), <i>Market Value Added</i> (MVA), Likuiditas dan ukuran perusahaan Terhadap Harga Saham	<u>Variabel Independen:</u> <i>Economic Value Added</i> (EVA) dan <i>Market Value Added</i> (MVA), Likuiditas, Ukuran Perusahaan <u>Variabel Dependen:</u> Harga Saham	Secara parsial <i>Economic Value Added</i> (EVA) dan Likuiditas tidak berpengaruh terhadap harga saham dan <i>Market Value Added</i> (MVA) dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap harga saham.
2	Venni Agnatia dan	<u>Variabel</u>	Secara parsial variable ROA,

	Diah Amalia (2018) Pengaruh Economic Value Edded (EVA) dan Rasio Profitabilitas terhadap Harga Saham.	<u>Independen:</u> <i>Economic Value Added</i> (EVA) dan Rasio Profitabilitas <u>Variabel Dependen:</u> Harga Saham	ROI berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham sedangkan EVA, ROE dan NPM tidak mempengaruhi harga saham. Dan secara simultan semua variabel mempengaruhi harga saham.
3	Parhusip, E. et al (2021) Pengaruh EVA, Sales Growth, MVA, DER, Laba Bersih terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia.	<u>Variabel Independen:</u> EVA, Sales Growth, MVA, DER, Laba Bersih. <u>Variabel Dependen:</u> Harga Saham	EVA, Sales Growth, DER tidak berpengaruh terhadap harga saham dan MVA berpengaruh negative terhadap harga saham

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan Kerangka Berfikir yang dijabarkan, maka Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: Diduga *Economic Value Added (EVA)* secara parsial Berpengaruh Terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.

H2: Diduga *Market Value Added (MVA)* secara parsial Berpengaruh Terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.

- H3: Diduga *Sales Growth* secara parsial Berpengaruh Terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.
- H4: Diduga Rasio Profitabilitas secara parsial Berpengaruh Terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.
- H5: Diduga *Economic Value Added (EVA)*, *Market Value Added (MVA)*, *Sales Growth* dan Rasio Profitabilitas secara simultan Berpengaruh Terhadap Harga Saham pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020. Perusahaan sub sektor perdagangan eceran adalah perusahaan yang mengelola bisnis penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir, yaitu masyarakat yang mengonsumsi produk yang dijual (www.idx.co.id).

3.2 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dimana penelitian ini akan menggambarkan serta menginterpretasikan suatu objek penelitian sesuai dengan kenyataan yang ada dan menggunakan angka-angka dalam laporan keuangan perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020 (Sugiyono, 2017).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub sektor perdagangan eceran.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel tersebut antara lain:

1. Perusahaan Subsektor Perdagangan Eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun pengamatan penelitian.
2. Perusahaan Subsektor Perdagangan Eceran yang Mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut selama periode penelitian dengan menggunakan mata uang rupiah dalam penyajian laporan keuangannya.
3. Perusahaan Subsektor Perdagangan Eceran yang Tidak mengalami kerugian selama waktu periode penelitian.
4. Perusahaan yang datanya tersedia untuk kebutuhan analisis penelitian.

Tabel 3.1
Daftar Perusahaan Sub sektor Perdagangan Eceran

No.	Nama Perusahaan	Kriteria				Ket.
		1	2	3	4	
1	ACES (PT Ace Hardware Indonesia Tbk)	√	√	√	√	1
2	AMRT (PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk)	√	√	√	√	2
3	CENT (PT Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk)	√	√	×	×	-
4	CSAP (PT Catur Sentosa Adiprana Tbk)	√	√	√	×	-
5	DAYA (PT Duta Intidaya Tbk)	√	√	×	×	-
6	DIVA (PT Distribusi Voucher NusantaraTbk)	√	√	√	√	3

7	ECII (PT Electronic City Indonesia Tbk)	√	√	×	×	-
8	ERAA (PT Erajaya Swasembada Tbk)	√	√	√	√	4
9	GLOB (PT Global Teleshop Tbk)	√	√	×	×	-
10	HERO (PT Hero Supermarket Tbk)	√	√	×	×	-
11	KIOS (PT Kiosan Komersial Indonesia Tbk)	√	√	×	×	-
12	KOIN (PT Kokoh Inti Arebama Tbk)	√	√	×	×	-
13	LPPF (PT Matahari Department Store Tbk)	√	√	√	×	-
14	MAPA (PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk)	√	√	×	×	-
15	MAPI (PT Mitra Adiperkasa Tbk)	√	√	√	×	-
16	MCAS (PT M Cash Integrasi Tbk)	√	√	√	√	5
17	MIDI (PT Midi Utama Indonesia Tbk)	√	√	√	√	6
18	MKNT (PT Mitra Komunikasi Nusantara Tbk)	√	√	×	×	-
19	MPPA (PT Matahari Putra Prima Tbk)	√	√	×	×	-
20	NFCX (PT NFC Indonesia Tbk)	√	√	√	√	7
21	RALS (PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk)	√	√	√	×	-
22	RANC (PT Supra Boga Lestari Tbk)	√	√	√	×	-
23	RIMO (PT Rimo International Lestari Tbk)	√	×	×	×	-
24	SKYB (Pt Skybee Tbk)	√	√	×	×	-
25	SONA (PT Sona Topas Tourism Industry Tbk)	√	√	√	×	-
26	TELE (PT Tiphone Mobile Indonesia Tbk)	√	×	×	×	-
27	TRIO (PT Trikonsel Oke Tbk)	√	×	×	×	-

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan Kriteria yang telah ditentukan maka sampel yang dipilih berjumlah 7 perusahaan dengan 3 tahun pengamatan sehingga jumlah sampel 21.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan adalah data Sekunder yaitu data yang di peroleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data yang digunakan yaitu berupa laporan keuangan perusahaan sub sektor perdagangan eceran dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (<https://www.idx.co.id/>).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian berupa dokumentasi yaitu dengan mengambil data-data keuangan yang sudah ada terkait dengan permasalahan penelitian berupa laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan catatan atas laporan keuangan pada laporan tahunan yang tercatat pada perusahaan sub sektor perdagangan eceran di Bursa Efek Indonesia.

3.6 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

3.6.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen adalah:

1. EVA (*Economic Value Added*)

EVA merupakan alat untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan terhadap nilai tambah dengan memperhatikan biaya modal yang ditanggung oleh perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa EVA merupakan analisis keuangan untuk menilai profitabilitas dan kinerja manajemen dari operasi perusahaan. EVA juga dapat digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan, baik perusahaan multinasional maupun perusahaan daerah dan sebagainya.

Dalam menghitung EVA diperlukan tiga indikator yaitu laba operasi setelah pajak (NOPAT), biaya modal rata-rata tertimbang (WACC) dan modal yang diinvestasikan (*Invested Capital*). Menurut Hanafi, (2016). Rumus EVA adalah :

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - (\text{WACC} \times \text{IC})$$

Komponen EVA	Rumus
NOPAT	Laba Operasi Bersih Setelah Pajak (1-Tarif pajak)
WACC	$[(D \times rd) (1-\text{Tax}) + (E \times re)]$
IC	(Total Hutang+Ekuitas) – Hutang jangka pendek

Keterangan :

NOPAT = Laba Operasi Bersih Setelah Pajak (*Net Operating After Tax*)

WACC = Modal Rata-rata Tertimbang (*Weighted Average Cost of Capital*)

- *The Level of Debt Capital (D)*/ Biaya modal hutang

$$D = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Hutang} + \text{Ekuitas}} \times 100\%$$

- *Cost of Debt (rd)*/ Persentase hutang dalam struktur modal

$$rd = \frac{\text{Biaya Bunga}}{\text{Total Hutang}} \times 100\%$$

- *The Level of Equity Capital (E)*/ Biaya modal ekuitas

$$E = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang + Ekuitas}} \times 100\%$$

- *Cost of Equity* (re)/ Persentase biaya modal pada struktur modal.

$$re = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

- *Tax rate* (T)/ Tarif pajak

$$T = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

IC = Modal yang di investasikan (*Invested Capital*)

2. MVA (*Market Value Added*)

Market Value Added adalah perbedaan antara nilai pasar saham perusahaan dengan jumlah ekuitas modal investor yang telah diberikan dan digunakan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham.

Menurut Hanafi, (2017). Rumus MVA adalah:

$$\text{MVA} = \text{NILAI PERUSAHAAN} - \text{MODAL YANG DIINVESTASIKAN}$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = (\text{Jumlah saham beredar}) \times (\text{Harga pasar saham})$$

Keterangan:

MVA = *Market Value Added*

IC = *Invested Capital* (Modal yang diinvestasikan)

3. Sales Growth

Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) dihitung dengan selisih tingkat penjualan pada akhir periode dengan penjualan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik.

$$\text{Sales Growth} = \frac{(\text{Sales } t - \text{Sales } t-1)}{\text{Sales } t-1}$$

4. Rasio Profitabilitass

a. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

Rumus untuk mencari *Return on Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

3.6.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2017). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen adalah:

1. Harga Saham

Menurut Tendelilin, (2010) dalam Alam & Oetomo, (2017), harga saham merupakan cerminan dari ekspektasi investor terhadap faktor-faktor produktif, aliran kas, dan tingkat pengembalian yang disyaratkan investor, dimana ketiga faktor tersebut dipengaruhi oleh kondisi ekonomi makro suatu Negara serta kondisi ekonomi global. Tolak ukur harga saham dalam penelitian ini adalah:

Harga saham = harga pada saat harga penutupan (*Closing Price*).

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh EVA, MVA, *Sales Growth* dan Rasio Profitabilitas terhadap Harga Saham. Adapun persamaan untuk analisis linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Harga Saham

X₁ = EVA

X₂ = MVA

X₃ = *Sales Growth*

X₄ = Rasio Profitabilitas

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Standar error

3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketetapan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi. Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variansi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai (R²) mendekati 1, maka ketepatannya dikatakan semakin baik, dan jika besarnya koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2018).

3.7.3 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Kriteria uji t:

- $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, sig. 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, sig. 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Kriteria uji F:

- $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$, sig. 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, sig. 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak