

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, dengan latar belakang globalisasi dan pertumbuhan teknologi informasi, perekonomian dunia sedang mengalami perubahan dinamis yang signifikan. Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi yang kuat didorong oleh pesatnya perkembangan sektor industri, serta upaya pemerintah dalam memperbaiki iklim investasi dan mendukung pertumbuhan sektor perekonomian. Namun, di era perdagangan global yang semakin terbuka, perusahaan-perusahaan menghadapi tekanan yang semakin besar untuk mempertahankan daya saingannya. Dalam pasar yang kompetitif. Pada tahun 2024, dunia bisnis menghadapi era baru perdagangan global baru yang sebagian besar didorong oleh globalisasi. Kemajuan pesat dalam teknologi dan liberalisasi perdagangan merupakan salah satu faktor pendorong globalisasi. Pendapat konsumen terhadap produk menjadi lebih sensitif karena kemajuan teknologi informasi dan pemikiran konsumen. (Rizky et al., 2022). Kuatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia sebagian besar disebabkan oleh banyaknya pengusaha yang membantu negara berkembang di berbagai sektor industri. Dari segi interaksi sosial, politik, dan ekonomi, penggunaan media sosial sangat bermanfaat. Dunia usaha harus menemukan cara yang lebih baik untuk menyeimbangkan keuntungan finansial dengan dampak sosial karena kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial dan politik.

Salah satu jenis respon sosial yang semakin mendapatkan perhatian adalah kampanye boikot konflik antara Israel dan Palestina. Boikot dalam istilah umum mempunyai arti menghentikan pertukaran jasa maupun barang, baik itu separuh atau dengan keseluruhan, dengan pihak yang terkait atau yang diboikot. Adanya cara tersebut disesuaikan dengan kepentingan dan tujuan pihak yang memiliki aksi pemboikotan, dengan cara memboikot transaksi ekonomi dan jasa dalam segala bentuknya hingga melakukan pemutusan hubungan kerja secara massal. Adapun inti dari tujuan boikot tidak lain memberikan tekanan dan pengaruh secara ekonomi dan politik terhadap negara yang diboikot. patuh terhadap adanya hukum internasional. Pada awalnya pemboikotan dapat dilakukan sebagai bentuk protes atau ketidakpuasan terhadap seseorang yang dianggap melakukan tindakan yang tidak pantas. Tindakan penolakan ini adalah cara untuk menyampaikan ketidakpuasan tersebut.

Konflik Israel-Palestina berakar dari akhir abad ke-19, ketika gerakan Zionisme muncul dengan tujuan mendirikan tanah air bagi orang Yahudi di Palestina, yang saat itu dikuasai oleh Kesultanan Utsmaniyah. Ketegangan semakin meningkat setelah Deklarasi Balfour pada tahun 1917, di mana Inggris menjanjikan dukungan untuk pembentukan rumah nasional bagi orang Yahudi di Palestina. Hal ini memicu gelombang imigrasi Yahudi yang besar, yang ditentang oleh penduduk Arab Palestina yang khawatir akan kehilangan tanah dan identitas mereka.

Pembentukan negara Israel pada tahun 1948, yang diikuti oleh pembersihan etnis Palestina (dikenal sebagai Nakba), menyebabkan ratusan ribu

warga Palestina mengungsi dan memperdalam konflik yang telah berlangsung selama puluhan tahun. Sejak saat itu, berbagai aksi boikot terhadap produk Israel muncul sebagai bentuk protes terhadap pendudukan dan kebijakan Israel di wilayah Palestina.

Boikot dapat memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan kembali praktik bisnis mereka dan memiliki dampak ekonomi yang signifikan. Isu Israel-Palestina telah menjadi perhatian utama dalam konteks konflik global, semakin banyak masyarakat internasional, termasuk kelompok aktivis, menyuarakan dukungan atau protes terhadap pihak-pihak yang dianggap terlibat dalam konflik ini. Berdasarkan adanya kampanye boikot merupakan strategi yang sangat penting untuk menekan dan mempengaruhi situasi konflik antara Israel dan Palestina. Menurut Niken Savitri Primasari (2023) boikot tidak hanya sebagai bentuk solidaritas, tetapi juga sebagai strategi ekonomi untuk mengurangi pengaruh entitas atau produk yang terlibat dalam konflik. Dengan menarik dukungan ekonomi dan politik, boikot bertujuan mempengaruhi kebijakan atau tindakan negara atau perusahaan yang diincar, mempengaruhi perilaku mereka melalui pengaruh di pasar dan opini publik global. Serangan Israel terhadap Palestina menarik perhatian dunia. Untuk mendukung Palestina, negara-negara internasional, termasuk Indonesia, akhirnya menyerukan boikot barang-barang yang dianggap berhubungan atau mendukung Israel.

Menurut Yohanes Mega H (2023), tekanan serangan Israel ke Palestina mendorong tindakan solidaritas global. Salah satu tindakan yang sangat signifikan adalah pemboikotan barang-barang yang dianggap mendukung Israel.

Salah satunya PT. Unilever perusahaan yang diboikot selama bertahun-tahun, PT. Unilever telah mendukung serangan Israel ke Palestina.

PT Unilever mulai terlibat dalam kontroversi mengenai dukungan terhadap Israel setelah anak perusahaannya, Ben & Jerry's, memutuskan untuk menghentikan penjualan es krim di wilayah Tepi Barat pada tahun 2021 sebagai bentuk protes terhadap pendudukan Israel. Namun, CEO Unilever saat itu, Alan Jope, menyatakan bahwa Ben & Jerry's sedang menjajaki kemungkinan kerja sama baru dengan Israel, yang menimbulkan kontroversi dan tuduhan bahwa Unilever mendukung Israel.

Kontroversi ini semakin berkembang pada tahun 2022 ketika Unilever mengumumkan kebijakan baru yang memungkinkan produk Ben & Jerry's dijual kembali di permukiman Israel, yang dianggap ilegal oleh banyak komunitas internasional. Keputusan ini memicu reaksi negatif dan seruan boikot dari berbagai pihak, termasuk gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) yang berusaha memberikan tekanan ekonomi kepada Israel.

Serta puncaknya isu ini kembali mencuat tepatnya pada 7 Oktober 2023 setelah Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa yang menyerukan umat Islam untuk menghindari produk yang terafiliasi dengan Israel, termasuk produk-produk Unilever.

Hal tersebut didasari oleh beberapa bukti bahwa Unilever dianggap "pro-Israel" dapat dilihat dari beberapa pernyataan dan tindakan perusahaan, terutama terkait dengan hubungan mereka dengan Israel dan keputusan yang diambil oleh merek mereka, Ben & Jerry's. Berikut adalah beberapa poin

penting:

- 1) Komitmen Terhadap Israel: CEO Unilever, Alan Jope, menyatakan bahwa perusahaan tetap "sepenuhnya berkomitmen" untuk melakukan bisnis di Israel, meskipun Ben & Jerry's mengumumkan akan menghentikan penjualan es krim di pemukiman Israel yang dianggap ilegal. Jope menegaskan bahwa keputusan Ben & Jerry's adalah independen dan tidak mencerminkan kebijakan Unilever secara keseluruhan.
- 2) Investasi di Israel: Unilever telah melakukan investasi signifikan di Israel, termasuk pembangunan pabrik baru senilai 35 juta euro dan fasilitas yang mempekerjakan sekitar 2.000 orang. Ini menunjukkan komitmen jangka panjang perusahaan terhadap pasar Israel.
- 3) Reaksi terhadap Boikot: Unilever menjadi sasaran boikot oleh beberapa kelompok yang menentang kebijakan Israel terhadap Palestina. Penelitian menunjukkan bahwa Unilever terdaftar sebagai perusahaan yang dianggap pro-Israel, sehingga produk mereka menjadi target boikot di berbagai negara, termasuk Indonesia.
- 4) Tindakan Hukum oleh Ben & Jerry's: Ben & Jerry's menggugat Unilever karena merasa bahwa perusahaan induknya berusaha membungkam suara mereka terkait isu-isu hak asasi manusia yang berkaitan dengan konflik Israel-Palestina. Gugatan ini mencerminkan ketegangan antara komitmen sosial Ben & Jerry's dan kebijakan korporat Unilever.
- 5) Dukungan terhadap Pemukiman: Meskipun Ben & Jerry's mengambil

langkah untuk menghentikan penjualan di wilayah pendudukan, Unilever tidak mendukung keputusan tersebut dan sebaliknya berusaha mempertahankan hubungan bisnisnya dengan Israel, yang sering kali dipandang sebagai dukungan terhadap pemukiman Israel.

Dari bukti-bukti ini, dapat disimpulkan bahwa Unilever memiliki hubungan bisnis yang kuat dengan Israel dan sering kali dianggap mendukung kebijakan negara tersebut, meskipun ada perbedaan pendapat internal dalam perusahaan terkait isu-isu ini.

Proses pemboikotan sedang berjalan di Indonesia sendiri. Ini ditunjukkan oleh kolom komentar Instagram Unilever Indonesia yang penuh dengan komentar warganet yang menyatakan bahwa mereka akan meninggalkan produk yang dibawah oleh perusahaan tersebut. PT. Unilever, sebagai perusahaan multinasional terkemuka dalam industri barang konsumen global, tidak terkecuali dari dampak isu-isu global. Keterlibatan suatu perusahaan dalam konflik politik dapat membawa perubahan sosial yang sangat penting dan berpengaruh. Maka dari itu, sangat penting untuk memahami bagaimana PT Unilever harga saham dipengaruhi oleh kampanye boikot yang terkait dengan konflik Israel-Palestina. Unilever termasuk dalam daftar boikot yang tersebar di berbagai platform media sosial, termasuk di Indonesia, karena dianggap cenderung mendukung Israel dan telah terlibat secara tak langsung dalam serangan di Gaza.

Dalam konteks ini, isu-isu geopolitik seperti konflik Israel-Palestina memiliki potensi untuk mempengaruhi stabilitas ekonomi Indonesia. Dampak

dari konflik geopolitik tersebut tidak terbatas pada aspek politik dan sosial, tetapi juga dapat merembet ke sektor ekonomi, termasuk pasar keuangan. Terlebih lagi, kampanye boikot terhadap produk-produk tertentu yang terkait dengan konflik tersebut dapat memengaruhi kinerja perusahaan-perusahaan di Indonesia, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi harga saham mereka di pasar modal.

Pemicu adanya konflik Israel dan Palestina dalam beberapa tahun terakhir hal tersebut merupakan suatu peristiwa global. Dimana adanya kampanye pemboikotan harga saham dapat berpengaruh terhadap perusahaan-perusahaan. Perlu kita ketahui bahwa harga saham mencerminkan ekspektasi pasar, pandangan investor, dan perubahan ekonomi, dan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan. Perubahan dalam persepsi masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan konsekuensi politiknya dapat mempengaruhi harga saham selama kampanye boikot. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam analisis harga saham melibatkan perubahan di pasar keuangan, perasaan investor, dan bagaimana pelaku pasar melihat perusahaan yang diboikot. Adanya demikian, analisis harga saham PT Unilever sebelum dan sesudah boikot penting untuk dilakukan guna dapat memberikan gambaran mendalam tentang respons pasar terhadap situasi tersebut.

Aksi genosida yang dilakukan israel kepada palestina mempengaruhi sektor perekonomian dunia, termasuk pada modal (Andriansyah & Irwandi 2023) Pasar modal merupakan tempat jual beli efek yang yang menjebatani seseorang atau perusahaan yang mempunyai danalebih dan perusahaan yang memerlukan modal (Elfiyana & Rizal, 2023). PT. Unilever merupakan

perusahaan asal inggris yang bergerak pada industri *food and beverage*, industri rumah tangga, hingga perawatan tubuh.

Dalam konteks ini, konflik politik seperti konflik Israel-Palestina memiliki potensi untuk mempengaruhi kondisi makro ekonomi dan pasar keuangan secara signifikan.

Penelitian Terdahulu, Seperti Yang Dilakukan Oleh (Syifa Auliya Rachma,2024) Yang Berjudul “Analisis Perbandingan Harga Saham PT. Unilever Indonesia Tbk (Unvr) Sebelum Dan Sesudah Puncak Konflik Palestina-Israel” Menunjukkan Bahwa Terdapat Perbedaan Signifikan Antara Harga Saham Unvr Di 3 Bulan Sebelum Dan 3 Bulan Sesudah Puncak Konflik Palestina-Israel Pada Tanggal 7 Oktober 2023. Hasil Ini Membuktikan Dampak Sentimen Negatif Dari Konflik Palestina-Israel Bagi PT. Unilever Indonesia. Namun Masih Terdapat Gap Penelitian Yaitu Penelitian Sebelumnya Hanya Meneliti 3 Bulan Sebelum Dan Sesudah Puncak Konflik Palestina-Israel.

Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan perkembangan lanjutan yang dilakukan (Syifa Auliya Rachma,2024) dengan menambah waktu penelitian yaitu 1 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah konflik Israel dengan judul penelitian “Studi Komparasi Harga Saham PT.Unilever Indonesia Sebelum Dan Sesudah Aksi Boikot Produk Israel”.

1.2 Rumusan Malah

Berdasarkan latar yang telah dijelaskan maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

Apakah terdapat perbedaan harga saham PT.Unilever Indonesia sebelum

dan sesudah aksi boikot produk Israel.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan masalah yang sudah di jelaskan sebelumnya, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan harga saham PT.Unilever Indonesia sebelum dan sesudah aksi boikot produk Israel.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Riset ini diharapkan mampu menyumbangkan ide dan perspektif sebagai upaya mendukung perkembangan teori yang sebelumnya telah ada. Selain itu, studi ini akan menjadi sumber referensi untuk penelitian sejenis dan pengembangan penelitian mengenai dampak kondisi politik terhadap kemajuan dunia pendidikan.

1.4.2 Manfaat Praktik

a. Bagi Mahasiswa

Untuk manfaat praktik terhadap mahasiswa yakni diantaranya sebagai berikut:

1. Mahasiswa mampu memahami secara utuh berbagai metode yang digunakan dalam penelitian, mulai dari pemecahan masalah hingga pengembangan teori, pengumpulan data, dan analisis data. Hal ini dapat membantu mereka memahami metodologi akademik dengan baik.
2. Studi ini memungkinkan siswa untuk menerapkan konsep yang mereka temukan dalam konteks bisnis dunia nyata.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya.

Untuk manfaat praktik bagi pembaca dan penelitian selanjutnya yakni diantaranya sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil penelitian dapat berguna bagi peneliti selanjutnya terutama dalam bidang *event study*.
2. Temuan dari riset ini berpotensi digunakan oleh peneliti berikutnya sebagai titik awal untuk melakukan pengujian perbandingan dengan industri atau bisnis yang berbeda.

1.5 Keterbatasan Penelitian Dan Originalitas

1.5.1 Keterbatasan Penelitian

Agar penelitian ini tidak meluas maka penelitian ini memiliki batasan masalah yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan objek yaitu perusahaan PT.Unilever Indonesia
2. Penelitian ini menggunakan variabel harga saham.
3. Waktu penelitian yang digunakan adalah 1tahun sebelum dan 1 tahun sesudah aksi boikot produk israel.

1.5.2 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan (Syfa Auliya Rachma,2024) dengan judul “Analisis Perbandingan Harga Saham Pt. Unilever Indonesia Tbk (Unvr) Sebelum Dan Sesudah Puncak Konflik Palestina-Israel Pada 7 Oktober 2023” sedangkan penelitian ini mengangkat judul “Studi Komparasi Harga Saham PT.Unilever Indonesia Sebelum Dan Sesudah Aksi Boikot Produk Israel”.

Penelitian sebelumnya melakukan analisis perbandingan harga saham PT.Unilever Indonesia 3 bulan sebelum dan 3 bulan Puncak Konflik Palestina-Israel sedangkan pada penelitian ini melakukan analisis perbandingan harga saham PT.Unilever Indonesia 1 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah Puncak Konflik Palestina-Israel.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merujuk pada struktur dan urutan terencana yang digunakan dalam menyusun karya ilmiah. Ini adalah panduan penting yang membantu penulis dalam mengorganisir ide dan informasi secara sistematis, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami alur logika dan argumen yang disajikan. Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I pendahuluan ini Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan originalitas serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab II kajian pustaka ini membahas grand theory yang digunakan, teori-teori yang relevan dengan judul dalam penelitian, penelitian yang relevan yang menjadi referensi penulis, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab III metode penelitian ini berisi objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi hasil, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang didapat dan berisi saran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II KAJIAN PUSATAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 *Signalling Theory* (Teori Signal)

Signalling Theory (Teori Sinyal) pertamakali dikemukakan oleh Michael Spence pada tahun 1973, yang mengatakan dengan memberikan suatu sinyal, pihak pemilik informasi berusaha memberikan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima informasi. *Signalling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pihak pengguna laporan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Menurut (Santoso & Junaeni, 2022) teori sinyal merupakan suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal.

Dorongan perusahaan memberikan informasi adalah karena terdapat informasi asimetris antara perusahaan dengan pihak eksternal. Pihak eksternal dapat menilai nilai perusahaan sebagai fungsi dari mekanisme signaling yang berbeda-beda. Teori sinyal adalah salah satu metode yang digunakan manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Teori sinyal akan memberikan instruksi

atau informasi kepada investor tentang suatu perusahaan, hal itu memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan dan terkait dengan nilai perusahaan.

Signalling Theory yaitu sinyal positif kepada investor melalui laporan keuangan, kinerja manajemen yang baik akan tersampaikan melalui laporan keuangan sehingga menimbulkan sinyal positif. Suatu perusahaan akan meningkatkan kinerjanya agar investor tertarik dan menanamkan modalnya. *Signalling Theory* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik dengan sengaja atau tidak akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. (Rosnani, 2019) menyatakan perusahaan-perusahaan yang go public akan memiliki kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan guna mendapatkan laporan yang berkualitas.

Teori sinyal juga dapat membantu pihak perusahaan (agent), pemilik (principal) dan pihak luar perusahaan mengurangi asimetri informasi dengan menghasilkan kualitas atau integritas informasi laporan keuangan. (Rosnani, 2019) untuk memastikan pihak-pihak yang berkepentingan meyakini keandalan informasi keuangan yang disampaikan pihak perusahaan (agent). Menurut (Lestari dan Sapitri, 2016) Teori sinyal menyatakan bahwa suatu perusahaan akan terus berusaha untuk menunjukkan sinyal yang dapat berupa informasi positif kepada pihak investor yang potensial melalui pengungkapan didalam sebuah laporan

keuangan perusahaan, sinyal yang berisi informasi positif dari sebuah perusahaan diharapkan akan mendapat respon yang positif pula dari pasar, hal demikian memberikan sebuah keuntungan yang kompetitif bagi sebuah perusahaan serta dapat memberikan nilai yang cukup tinggi bagi perusahaan tersebut.

Perubahan harga saham di pasar dan dampaknya terhadap keputusan investor adalah subjek dari Signaling Theory. Keadaan pasar sangat dipengaruhi oleh respons investor terhadap sinyal positif dan negatif investor dapat mengadopsi metode yang berbeda, seperti membeli saham yang ditawarkan atau memilih untuk tidak melakukan apa pun dan mengamati situasi yang terjadi sebelum bertindak. Perilaku seperti ini bukanlah kesalahan, melainkan upaya investor untuk mengurangi potensi risiko yang lebih tinggi yang disebabkan oleh ketidakpastian kondisi pasar (Fahmi, 2015).

Menurut Karewur (2016) *Signaling Theory* adalah teori yang menitikberatkan pada rujukan atau sinyal atau pun tanda-tanda dari adanya laporan keuangan. Keadaan finansial suatu perusahaan dapat diperoleh dengan mengadakan interpretasi atau analisis terhadap data finansial yang ada. Data finansial tersebut tercermin dalam laporan finansialnya. Laporan finansial memberikan ikhtisar mengenai keadaan finansial perusahaan, dimana neraca mencerminkan nilai aktiva, hutang, modal sendiri dan modal asing pada saat tertentu. Signaling Theory menjelaskan terkait bagaimana suatu pihak dapat menyediakan informasi yang kredibel tentang dirinya sendiri kepada pihak lain, sehingga asimetris informasi dapat diredam. Asumsinya bahwa berbagai informasi yang diungkapkan tersebut akan diterima sebagai sinyal oleh para

pelaku pasar (Budastra, 2023).

2.1.2 Investasi

2.1.2.1 Pengertian Investasi

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2008), semakin maju dan berkembangnya suatu peradapan masyarakat, maka objek-objek investasi dalam hal jenis maupun kecanggihannya semakin berkembang. Oleh karena itu dibutuhkan pengetahuan dan keterampilan tertentu agar aktivitas investasi dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Di era tradisional, aktivitas “investasi” lebih identik dengan menyimpan uang di bawah bantal, membeli perhiasan, atau membeli tanah. Seiring dengan majunya peradapan masyarakat, obyek investasi pun bertambah dan berkembang sehingga masyarakat mulai familiar dengan menabung di bank (Tabanas, Taska), deposito berjangka, dan lain-lain. Masyarakat yang telah maju dan berkembang, tidak hanya berhubungan dengan bank, namun mulai mengenal berbagai instrumen pasar modal seperti saham, obligasi, reksa dana, dan berbagai bentuk reksa dana lainnya. Pasar modal merupakan pasar yang memfasilitasi perdagangan surat berharga jangka panjang, baik bentuk utang (obligasi), maupun modal sendiri (saham) (Darmadji dan Fakhruddin 2008).

2.1.2.2 Tujuan Investasi

Menurut (Darmadji Tjiptono, 2008), pada dasarnya tujuan investasi pada saham adalah untuk memperoleh capital gain (yaitu apresiasi dari nilai aset yang dibeli) dan dividen. Jika capital gain menjadi tujuan investasi, biasanya investor akan cenderung menjadi agresif dengan mengambil posisi jual atau beli yang

cukup sering di pasar. Di lain , jika dividen menjadi tujuan utama, investor akan cenderung menjadi pasif dan sangat berhati-hati dalam membeli saham yang dapat memberikan dividen yang paling besar.

2.1.3 Saham

2.1.3.1 Pengertian Saham

Saham (*stock* atau *share*) dapat didefinisikan sebagai tandapenyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham berwujud selembor kertas yang menerangkan bahwa pemilik perusahaan yang menerangkan bahwa pemilik kertas adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan di perusahaan tersebut (Darmadji dan Fakhrudin, 2008).

2.1.3.2 Jenis-jenis Saham

Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2008) saham merupakan surat berharga yang paling populer dan dikenal luas di masyarakat. Ada beberapasadut pandang untuk membedakan saham, yaitu :

1. Ditinjau dari segi kemampuan dalam hak tagih atau klaim, maka saham terbagi atas :
 - a) Saham Biasa (*Common Stock*), yaitu saham yang menempatkan pemiliknya pada posisi paling junior dalam pembagian deviden dan hak atas harta kekayaan perusahaan apabila perusahaan tersebut dilikuidasi. Saham biasa mempunyai beberapa karakteristik, antara lain :
 - a. Deviden dibayarkan sepanjang perusahaan memperoleh laba.

- b. Memiliki hak suara dalam rapat umum pemegang saham (satu saham satu suara atau *one share one vote*).
 - c. Memiliki hak terakhir (junior) dalam hal pembagian kekayaan perusahaan jika perusahaan tersebut dilikuidasi (dibubarkan) setelah semua kewajiban perusahaan dilunasi.
 - d. Memiliki tanggungjawab terbatas terhadap klaim pihak lain sebesar proporsi sahamnya.
 - e. Hak untuk memiliki saham baru yang diterbitkan oleh perusahaan terlebih dahulu (*preemptive right*).
- b) Saham Preferen (*Preferred stock*), yaitu saham yang memiliki karakteristik gabungan antara obligasi dan saham biasa, karena bisa menghasilkan pendapatan tetap (seperti bunga obligasi), tetapi juga bisa tidak mendatangkan hasil seperti yang dikehendaki investor. Saham preferen mempunyai beberapa karakteristik antara lain :
- a. Memiliki hak lebih dahulu memperoleh deviden.
 - b. Memiliki hak pembayaran maksimum sebesar nilai nominal saham lebih dahulu setelah kreditor, apabila perusahaan tersebut dilikuidasi (dibubarkan).
 - c. Kemungkinan dapat memperoleh tambahan dari pembagian laba perusahaan disamping penghasilan yang diterima secara tetap.
 - d. Dalam hal perusahaan dilikuidasi, memiliki hak memperoleh pembagian kekayaan perusahaan diatas pemegang saham biasa setelah semua kewajiban perusahaan dilunasi.

2. Dilihat dari cara peralihannya, saham dapat dibedakan atas :
 - a) Saham atas unjuk (*bearer stock*), artinya pada saham tersebut tidak tertulis nama pemiliknya, agar mudah dipindahtangankan dari satu investor ke investor lain. Secara hukum, siapa yang memegang saham tersebut, maka dialah yang diakui sebagai pemiliknya dan berhak untuk ikut hadir dalam RUPS.
 - b) Saham atas nama (*registered stock*), merupakan saham dengan nama pemilik yang ditulis secara jelas dan cara peralihannya harus melalui prosedur tertentu.

2.1.3.3 Keuntungan dan Resiko Membeli Saham

Pada dasarnya, ada empat keuntungan yang diperoleh investor dengan membeli atau memiliki saham:

- a. Dividen

Dividen merupakan pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dividen diberikan setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham dalam RUPS. Jika seorang pemodal ingin mendapatkan dividen, maka pemodal tersebut harus memegang saham tersebut dalam kurun waktu yang relatif lama yaitu hingga kepemilikan saham tersebut berada dalam periode dimana diakui sebagai pemegang saham yang berhak mendapatkan dividen. Dividen yang dibagikan perusahaan dapat berupa dividen tunai, artinya kepada setiap pemegang saham diberikan dividen berupa uang tunai dalam jumlah rupiah tertentu untuk setiap saham - atau dapat pula berupa dividen saham yang berarti kepada setiap pemegang saham diberikan

dividen sejumlah saham sehingga jumlah saham yang dimiliki seorang pemodal akan bertambah dengan adanya pembagian dividen saham tersebut.

b. *Capital gain*

Capital Gain merupakan selisih antara harga beli dan harga jual. *Capital gain* terbentuk dengan adanya aktivitas perdagangan saham di pasar sekunder.

Sebagai instrument investasi, saham beberapa memiliki risiko, antara lain:

c. *Capital loss*

Merupakan kebalikan dari *capital gain*, yaitu suatu kondisi dimana investor menjual saham lebih rendah dari harga beli.

d. Risiko Likuiditas

Perusahaan yang sahamnya dimiliki, dinyatakan bangkrut oleh Pengadilan, atau perusahaan tersebut dibubarkan. Dalam hal ini hak klaim dari pemegang saham mendapat prioritas terakhir setelah seluruh kewajiban perusahaan dapat dilunasi (dari hasil penjualan kekayaan perusahaan). Jika masih terdapat sisa dari hasil penjualan kekayaan perusahaan tersebut, maka sisa tersebut dibagi secara proporsional kepada seluruh pemegang saham. Namun jika tidak terdapat sisa kekayaan perusahaan, maka pemegang saham tidak akan memperoleh hasil dari likuidasi tersebut. Kondisi ini merupakan risiko yang terberat dari pemegang saham. Untuk itu seorang pemegang saham dituntut untuk secara terus menerus mengikuti perkembangan perusahaan.

2.1.4 Harga Saham

2.1.4.1 Pengertian Harga Saham

Menurut Shofa dan Utiyati (2019) Harga saham adalah harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan mereka terhadap profit perusahaan. Untuk itu investor memerlukan informasi yang berkaitan dengan pembentukan harga saham tersebut dalam mengambil keputusan untuk menjual ataupun membeli saham. Menurut Ang dalam (Fortuna, 2010) nilai dari suatu saham berdasarkan fungsinya dapat dibagi menjadi tiga jenis:

1. Nilai Nominal (*Par Value*)
2. Harga Dasar (*Base Price*)
3. Nilai Pasar (*Market Price*)

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum pada saham, yang berfungsi untuk tujuan akuntansi. Ketentuan nilai nominal saham sesuai dengan UUPT No.1/1995 harus dalam mata uang rupiah, jika tanpa nilai nominal maka saham itu tidak dapat diperdagangkan. Nilai nominal ini merupakan modal per lembar saham yang secara hukum harus ditahan di perusahaan untuk proteksi pada kreditor yang tidak dapat diambil pemegang saham.

Harga dasar adalah harga yang berfungsi dalam perhitungan indeks harga saham. Harga ini akan berubah sesuai dengan aksi emiten yang dilakukan, seperti *right issue*, *stock split*, dan lain-lain. Untuk saham baru harga dasar adalah harga saham pada pasar perdana.

Harga pasar adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat

tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar. Harga pasar merupakan harga yang paling mudah diketahui. Harga pasar ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar bursa. Jika pasar bursa sudah tutup, maka harga pasar adalah harga penutupannya (*closing price*). Jadi harga pasar inilah yang menyatakan naik turunnya suatu saham.

2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perubahan Harga Saham

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perubahan harga saham menurut Satria dan Adnan (2018) yaitu :

1. Harapan investor terhadap tingkat pendapatan deviden di masa yang akan datang. Apabila tingkat pendapatan dan deviden stabil, maka harga saham juga akan cenderung stabil. Sebaliknya jika tingkat pendapatan dan deviden berfluktuasi karena faktor internal, maka harga saham tersebut cenderung berfluktuasi juga.
2. Tingkat pendapatan perusahaan apabila tingkat pendapatan perusahaan besar, maka akan semakin meningkat pula harga saham karena para investor bersikap optimis.
3. Kondisi perekonomian di masa yang akan datang selalu dipengaruhi oleh kondisi perekonomian saat ini. Apabila kondisi perekonomian saat ini stabil, maka para investor juga akan optimis terhadap kondisi perekonomian yang akan datang, sehingga harga saham akan cenderung stabil demikian pula sebaliknya (Sakti, 2013) dalam Satria dan Adnan (2018).

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Tabel 2. 1.
Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Judul	Nama Peneliti	Variabel	Teori	Metode	Variabel	Hasil	Saran	Keterbatasan
1.	Analisis Pengaruh Aksi Boikot Akibat Konflik Palestina-Israel terhadap Harga Saham Unilever di USA,	Inda Hamida (2024)	Harga Saham	<i>Signaling Theory</i> (Teori Signal)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan	Harga Saham	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan boikot berpengaruh negatif dan signifikan di negara USA dan UK, sedangkan di Indonesia	Penelitian selanjutnya dengan topik boikot terhadap harga saham, disarankan untuk menggunakan emiten lain yang juga masuk kedalam daftar	Menggunakan uji yang berbeda kiranya berpengaruh terhadap harga saham

No	Judul	Nama Peneliti	Variabel	Teori	Metode	Variabel I	Hasil	Saran	Keterbatasan
	UK, dan Indonesia yang Tercatat ISSI dan JII				kan purposive sampling.		gerakan boikot tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap harga saham Unilever. Hal itu ditunjukkan pada perbedaan rata-rata harga saham, dimana rata-	produk boikot dengan rentang waktu yang lebih lama agar memberikan hasil maksimal.	

No	Judul	Nama Peneliti	Variabel	Teori	Metode	Variabel	Hasil	Saran	Keterbatasan
							rata harga saham Unilever UK dan USA terjadi penurunan setelah adanya gerakan boikot.		
2.	Analisis Perbandingan Harga Saham Pt. Unilever	Syifa Auliya Rachma (2024)	Harga Saham	<i>Signaling Theory</i> (Teori Signal)	Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan	Harga Saham	Hasil penelitian menunjukkan perbedaan signifikan harga saham UNVR	Akademisi disarankan terus meneliti model analisis dampak geopolitik terhadap pasar	Keterbatasan penelitian ini ada hanya meneliti tiga nulan sebelum dan sesudah Puncak Konflik Palestina-

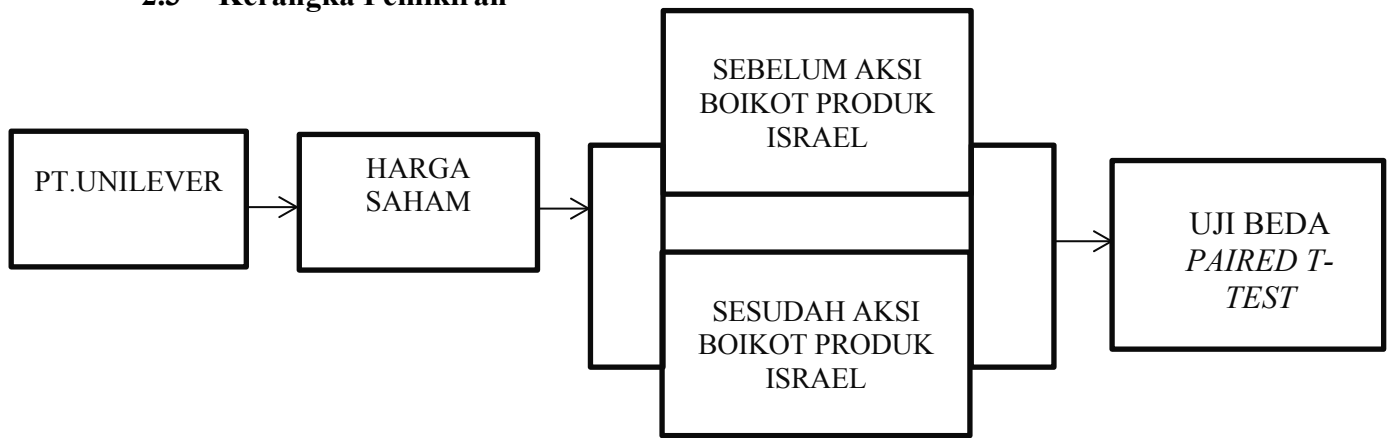
No	Judul	Nama Peneliti	Variabel	Teori	Metode	Variabel	Hasil	Saran	Keterbatasan
	Indonesia Tbk (Unvr) Sebelum Dan Sesudah Puncak Konflik Palestina -Israel Pada 7 Oktober 2023				n komparatif dan Event Study, serta data sekunder dari Yahoo Finance.		antara periode sebelum dan sesudah konflik	saham, melakukan penelitian lanjutan tentang imbas aksi pemboikotan, dan menganalisis interaksi antara konflik global dan pasar keuangan untuk memberikan wawasan bagi investor dan	Israel Pada 7 Oktober 2023. Hendaknya penelitian selanjutnya memperpanjang waktu penelitian.

No	Judul	Nama Peneliti	Variabel	Teori	Metode	Variabel	Hasil	Saran	Keterbatasan
								pembuat kebijakan serta mengajarkan pentingnya faktor eksternal dalam analisis pasar dan pengambilan keputusan investasi.	
3.	DAMPAK AKSI BOIKOT TERHADAP HARGA	Retnowati Jasa (2024)	Harga Saham	<i>Signaling Theory</i> (Teori Signal)	Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif komparati		Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan	Peneliti selanjutnya hendaknya menggunakan analisis data yang berbeda	Penelitian ini memiliki batasan yakni : • Sampel data yang memenuhi kriteria hanya 2 bursa di

No	Judul	Nama Peneliti	Variabel	Teori	Metode	Variabel	Hasil	Saran	Keterbatasan
	SAHAM PERUSAHAAN YANG BERAFILIASI DENGAN ISRAEL: STUDI KASUS PASCA AGRESI GENOSIDA DI PALESTINA				f yang bertujuan untuk membandingkan harga saham (Stock Price) produk terafiliasi dengan Israel periode 30 hari sebelum aksi		harga saham penutupan sebelum dan setelah aksi Boycott secara signifikan pada Berjaya Food (Starbucks) Malaysia dan PT. MAP Boga Adiperkasa, Tbk (Starbucks)	serta peristiwa lain yang kiranya mempengaruhi pasar modal	kawasan ASEAN. <ul style="list-style-type: none"> • Periode penelitian hanya 30 hari sebelum aksi boycott dan 30 hari setelah aksi boycott.

No	Judul	Nama Peneliti	Variabel	Teori	Metode	Variabel	Hasil	Saran	Keterbatasan
					boycott		Indonesia.		

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran

2.4 Perumusan Hipotesis

Saham (*stock* atau *share*) dapat didefinisikan sebagai tandapenyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham berwujud selembor kertas yang menerangkan bahwa pemilik perusahaan yang menerangkan bahwa pemilik kertas adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut.

Aksi boikot terhadap produk Israel yang dilakukan oleh masyarakat dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku investor terhadap perusahaan-perusahaan yang dianggap terafiliasi dengan Israel, termasuk PT. Unilever Indonesia. Dalam konteks ini, perubahan harga saham dapat terjadi akibat reaksi pasar terhadap isu sosial dan politik yang berkembang.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian Syifa Auliya Rachma (2024) yang mana hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan signifikan harga saham UNVR antara periode sebelum dan sesudah konflik. Dengan demikian, hipotesis

yang diajukan adalah:

H₁ : Terdapat perbedaan harga saham PT.Unilever Indonesia sebelum dan sesudah aksi boikot produk Israel.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek Harga Saham PT.Unilever Indonesia satu tahun sebelum dan 1 tahun sesudah aksi boikot produk pro israel yang diperoleh melalui website yahoo.id.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian studi kasus kuantitatif. Penelitian studi kasus adalah metode penelitian yang menggabungkan pendekatan studi kasus dengan analisis data kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk menyelidiki fenomena tertentu dengan cara yang mendalam dan terstruktur, menggunakan data numerik untuk menghasilkan kesimpulan yang lebih objektif dan generalisasi teoritis. merupakan penelitian yang menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis data yang dapat diukur.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan Indeks Harga Saham PT.Unilever Indonesia.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari objeknya

namun diperoleh melalui sumber lain, baik lisan maupun tulisan. Sumber data didalam penelitian ini diperoleh melalui yahoo.id .berupa laporan keuangan tahunan Indeks Harga Saham PT.Unilever Indonesia.

3.4 Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang diterapkan untuk memperoleh informasi adalah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi merupakan metode yang efektif untuk mengumpulkan data dan informasi yang tersedia dalam berbagai bentuk, seperti buku, arsip, dokumen, serta tulisan angka dan gambar, yang mencakup laporan-laporan dan keterangan-keterangan yang relevan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan (Sugiyono, 2018:476). Dalam konteks penelitian ini, data diperoleh dengan cara menganalisis laporan keuangan tahunan Indeks Harga Saham PT. Unilever Indonesia. Laporan tersebut dipublikasikan oleh perusahaan melalui situs resmi mereka di yahoo.id. Peneliti kemudian mengakses laporan keuangan tahunan tersebut dan mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk analisis lebih lanjut. Dengan demikian, teknik dokumentasi ini menjadi langkah penting dalam memastikan bahwa informasi yang diperoleh adalah akurat dan relevan untuk tujuan penelitian.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian merupakan adalah atribut, nilai, atau sifat seseorang, objek, atau aktivitas yang telah dipilih peneliti untuk ditelaah dan ditarik kesimpulannya (P & Cahyaningrum, 2019). Penelitian ini adalah penelitian

komparasi yakni penelitian yang tujuannya untuk mencari perbedaan atau persamaan antara satu variabel atau lebih yang dilihat dari karakteristik yang dimiliki, penyebab dan timbulnya, maupun yang lain (Riyanto & Mohyi, 2020). Di dalam penelitian ini, penulis melakukan pengujian hipotesis komparasi dengan variabel serta populasi dan sampel yang sama akan tetapi dalam waktu yang. Adapun variabel penelitian ini adalah harga saham.

Definisi operasional variabel dalam sebuah penelitian adalah hal yang sangat penting digunakan untuk menghindari penyimpangan atau kesalahpahaman pada saat pengumpulan data.

Harga saham merupakan harga saham yang sedang berlangsung di pasar saham dan ditentukan oleh pelaku pasar pada jangka waktu tertentu serta dipengaruhi permintaan serta penawaran saham oleh para pelaku pasar di pasar modal (Fahlevi et al., 2018). Harga saham yang dimaksudkan di sini ialah harga saham penutupan pada hari tertentu. Yakni harga saham penutupan PT. Unilever Indonesia pada 6 bulan sebelum dan 6 bulan sesudah aksi boikot produk pro Israel.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara cermat, data hasil wawancara, catatan lapangan, dan sumber lain sehingga mudah dipahami dan hasilnya dapat dipahami orang lain (Fajar Irvangi & Hani Fitria Rahmani, 2022). Teknik analisis data yang digunakan antara lain :

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang dipergunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mengilustrasikan atau

mendeskripsikan data yang dikumpulkan sesuai dengan keadaan saat ini tanpa berusaha menarik kesimpulan umum (P & Cahyaningrum, 2019).

3.6.2 Uji Normalitas

Uji normalitas ialah pengujian yang digunakan untuk mengukur nilai distribusi data pada sebuah kelompok data atau variabel, terlepas dari apakah sebaran data tersebut sifatnya berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan ialah Uji *Shapiro-Wilk* karena jumlah saham yang dianalisis sebanyak 21 saham perusahaan (<50 sampel). Berikut ini adalah dasar untuk menentukan apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak :

- a. Apabila probabilitas $< 0,05$ artinya data tidak berdistribusi normal,
- b. Apabila probabilitas $> 0,05$ artinya data terdistribusi normal.

3.6.3 Uji Hipotesis

Dalam menentukan alat untuk uji hipotesis yang akan dipakai di dalam penelitian ini bergantung pada hasil dari uji normalitas. Jika hasil dari uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal, maka digunakan *paired sample t-test* untuk menguji hipotesis. Sementara, apabila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji *wilcoxon signed rank test*.

a. *Paired Sample T-Test*

Paired sample t-test adalah uji parametrik yang dipergunakan untuk menguji hipotesis dari suatu variabel, apakah hasil penelitian ini menunjukkan adanya persamaan atau tidak berbeda (H_0) di antara dua variabel (Esomar, 2021). Adapun dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan dari *paired sample t-test* ini adalah :

- 1) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ artinya hipotesis diterima.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ artinya hipotesis ditolak.

b. *Wilcoxon Signed Rank Tes*

Wilcoxon signed rank test merupakan uji non parametrik yang digunakan untuk menguji hipotesis dari suatu variabel apabila data yang digunakan tidak berdistribusi normal. Adapun dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusandari *paired sample t-test* ini adalah :

- 1) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ artinya hipotesis diterima.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ artinya hipotesis ditolak.