

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bursa efek Indonesia menjadi instrument yang sangat penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Dimana bursa efek menjadi tempat untuk melakukan transaksi jual beli surat-surat berharga yang diawasi oleh pemerintah. Seiring berjalannya waktu laju ekonomi yang semakin berkembang menyebabkan permintaan produk-produk semakin meningkat. Peningkatan permintaan tersebut menyebabkan industri dalam negeri tidak mampu memenuhi sehingga produk luar negeri semakin meningkat di Indonesia (Paradiba dan Nainggolan, 2015; 113). Masuknya produk-produk luar negeri menyebabkan semakin ketatnya persaingan perkembangan industri manufaktur antar perusahaan dan antar negara. Kenyataannya, konsumen lebih tertarik dengan produk-produk luar negeri dibandingkan produk dalam negeri sehingga hasil penjualan produk dalam negeri semakin tertinggal.

Harga Saham merupakan harga real dan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar ditutup, maka harga pasar adalah harga penutupannya (Musalifah Azis 2015:80). Suatu perusahaan dapat menjual kepemilikannya dalam bentuk saham(stock). Jika perusahaan hanya mengeluarkan satu kelas saham saja, saham ini disebut dengan saham biasa (*commonstock*).

Saham menarik investor karena berbagai alasan. Ada investor yang ingin mendapatkan keuntungan (*capital gain*) yang cepat dari perubahan harga saham dengan cara membeli saham pada saat harga turun dan menjualnya kembali pada saat harga naik. Ada pula investor yang ingin mendapatkan penghasilan dari perolehan deviden yang dibayarkan perusahaan. Dan ada juga investor baik pribadi maupun dalam bentuk suatu badan usaha akan melakukan analisis terhadap saham-saham yang beredar di bursa efek untuk menunjang pengambilan keputusan investasi.

Pengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh perusahaan dengan utang disebut juga dengan *Leverage*. Kemampuan utang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, dan bukan berasal dari pemegang saham perusahaan tersebut maupun investor yang menanamkan modalnya (Prasetyo, 2013).

Current ratio menjadi ukuran untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendek. Semakin tinggi *current ratio* yang dimiliki perusahaan menunjukkan tingkat pemenuhan kebutuhan operasi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. *current ratio* bernilai positif jika perusahaan dianggap liquid untuk memenuhi hutang jangka pendek yang akan berdampak pada permintaan saham sehingga harga saham meningkat (Wardi, 2015;128).

Berdasarkan data yang terdapat www.idx.co.id bahwa perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi mengalami kenaikan pertumbuhan bisnis.

Tabel 1.
Tabel Fenomena

No	Kode	Tahun	LAVARAGE	UKURAN PERUSAHAAN	GPM	CR	HARGA SAHAM
1	BUDI	2016	0,006	1,95	4,55	1,103	63
		2017	0,013	1,52	7,7	3,189	87
		2018	0,015	1,46	9,13	1,003	94
		2019	0,014	1,76	10,68	1,006	96
		2020	0,021	1,33	13,61	1,143	103
2	CINT	2016	0,077	0,21	20,12	1,103	338
		2017	0,060	0,06	19,31	3,189	316
		2018	0,062	0,06	27,66	2,708	334
		2019	0,027	0,02	12,81	2,377	284
		2020	0,013	0,01	7,08	2,493	320
3	UNVR	2016	0,37	2,25	766	0,605	37.000
		2017	0,38	0,38	838	0,633	38.800
		2018	0,37	0,37	918	0,747	55.900
		2019	0,44	0,44	1.190	0,652	45.400
		2020	0,35	0,35	969	0,660	42.000

Sumber: www.idx.com

Pada table diatas dapat kita lihat bahwa perusahaan-perusahaan tersebut terdapat masalah pada laporan keuangannya, dimana terdapat beberapa masalah laporan keuangan. Pada tabel 1.4 pada perusahaan PT.BUDI STARCH & SWEETENER, Tbk. Nilai Ukuran Perusahaan pada tahun 2017–2018 sebesar 1,46 menjadi 1,71. Dan nilai harga sahamnya mengalami peningkatan sebesar 94 menjadi 96. Dimana terjadi fenomena terhadap kedua variabel ketika nilai hutang meningkat. Harga saham juga mengalami peningkatan. Jika nilai hutang meningkat seharusnya harga saham menurun.

Pada tabel I.4 pada perusahaan PT. Chitose Internasional,tbk. Pada tahun 2018 – 2019 nilai GPM mengalami penurunan sebesar 12,81 menjadi 7,08 berbeda dengan nilai harga saham pada tahun yang sama nilai harga sahamnya mengalami kenaikan dari 284 menjadi 320 terjadi fenomena diantara kedua variabel ini, dimana teori mengatakan jika nilai GPM meningkat maka akan diikuti dengan nilai harga saham.

Pada tabel I.4 pada perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk. Pada tahun 2016 sampai 2017 terdapat penurunan terhadap nilai *leverage* dari 0,38 menjadi 37, berbeda dengan nilai harga saham yang terdapat pada tahun yang sama nilai harga mengalami kenaikan sebesar 171.350 menjadi 197.000 diantara kedua variabel diatas terjadi fenoma dimana penurunan nilai *leverage* tidak di ikuti dengan kenaikan harga saham, sementara menurut ahli, jika nilai *leverage* menurun maka harga saham juga mengalami penurunan dan begitu juga sebaliknya

Penelitian terdahulu melakukan penelitian tentang pengaruh *gross profit margin* terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan Rizal dan Sahar (2015:41) serta Batubara (2014:7) menunjukkan bahwa *gross profit margin* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Penelitian dengan hasil yang berbeda dilakukan oleh Sianturi (2014:1) dan Prasetyo (2013:1) yang menunjukkan bahwa *gross profit margin* berpengaruh terhadap harga saham.

Atas dasar perbedaan hasil penelitian terdahulu pada variabel *current ratio*, *operation*

cash flow, dan *gross profit margin* omaka penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan apakah *current ratio*, *operation cash flow*, dan *goss profit margin* berpengaruh terhadap harga saham.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengambil judul “Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, *Gross Profit Margin* dan *Current Ratio* terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi”.

I.2 Teori Pengaruh

I.2.1 Teori Pengaruh *Leverage* terhadap Harga Saham

Berdasarkan penelitian Kasmir (2017:151) *Leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan. Dan *leverage* ini diukur dengan jumlah keseluruhan utang dan dibagi dengan jumlah aset. Peneliti menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap harga saham.

H1 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap harga saham

I.2.2 Teori Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Harga Saham

Menurut Risma dan Regi (2017) menjelaskan bahwa “Ukuran Perusahaan merupakan cerminan dan total asset yang dimiliki suatu perusahaan. Dimana perusahaan besar yang telah *well established* (mapan) akan lebih mudah mendapat modal dipasar modal dari pada perusahaan kecil. Sehingga ukuran perusahaan memberi pengaruh terhadap harga saham.

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap harga saham

I.2.3 Teori Pengaruh *Gross Profit Margin* terhadap Harga Saham

Gross profit margin menurut Werner R. Muhandi (2013 : 63) mengatakan bahwa gambaran persentase laba kotor yang dihasilkan oleh setiap pendapatan perusahaan, sehingga apabila semakin tinggi *gross profit margin* maka semakin baik juga perasional perusahaan.

H3 : *Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap harga saham

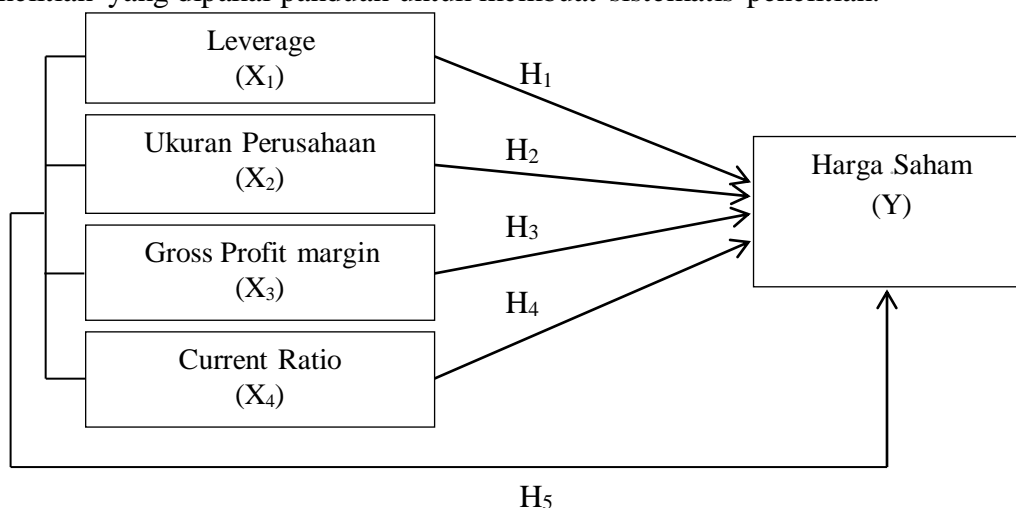
I.2.4 Teori Pengaruh *Current Ratio* terhadap Harga Saham

Horne & Wachowicz (2007) meneliti *current ratio*, yaitu “*Current ratio* diperoleh dengan menghitung total aktiva lancar dibagi dengan kewajiban jangka pendek. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya dan juga ”. Penghitungan yang dilakukan dengan rasio lancar dilakukan dengan cara membandingkan antara total aktiva lancar dengan total utang lancar, Kasmir(2014o:132).

H4 : *Current ratio* berpengaruh signifikan terhadap harga saham

I.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yakni hubungan diantara teori-teori atau konsep yang menunjang pada penelitian yang dipakai panduan untuk membuat sistematis penelitian.



Gambar1.1Kerangka Konseptual Penelitian

I.4 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H1 : *Leverage* memberi pengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2016-2020.
- H2 : Ukuran perusahaan memberi pengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2016-2020.
- H3 : *Gross profit margin* memberi pengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2016-2020.
- H4 : *Current Ratio* memberi pengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2016-2020.
- H5 : *Laverage*, perusahaan, *Gross profit margin* dan *Current Ratio* memberi pengaruh terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2016-2020.