

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Investor di pasar modal umumnya membutuhkan banyak informasi untuk menentukan keputusan yang paling tepat dalam rangka membeli atau menjual saham perusahaan yang tercatat di pasar modal. Bila seorang investor ingin mendapatkan *capital gain* yang besar, tentu saja investor membutuhkan informasi yang berguna sebagai prediksi bagaimana harga saham suatu perusahaan di masa mendatang.

Harga saham umumnya dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran saham suatu perusahaan yang terjadi di pasar modal. Sesuai dengan hukum permintaan bila volume permintaan makin tinggi, maka harga juga makin tinggi demikian pula sebaliknya bila volume permintaan menurun maka harga juga turun. Investor akan melakukan permintaan terhadap saham apabila memandang emitenya memiliki kinerja yang baik, sehingga dalam kondisi tersebut informasi tentang ukuran kinerja menjadi kebutuhan penting bagi investor di pasar modal.

Selama ini banyak pendekatan tradisional yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan seperti ROI (*return on investment*), ROE (*return on equity*), NPM (*net profit margin*), dan sebagainya. Dwitayanti (2005:60) menyatakan bahwa pendekatan tradisional yang ada untuk mengukur kinerja memiliki focus terhadap : (1) maksimalisasi rasio laba daripada jumlah laba absolute, (2) kurang mendorong manajer divisi untuk menambah investasi, dan (3) sifatnya hanya jangka

pendek sehingga akan mendatangkan kemungkinan pertentangan dengan kepentingan perusahaan di masa mendatang. Fokus dari investor untuk dasar pengukuran kinerja karena tidak memperhitungkan biaya modal. Investor membutuhkan pendekatan lain yang lebih akurat untuk dasar pengambilan keputusan investasi saham terutama mengenai pembelian saham yang ditawarkan atau penjualan saham yang dimiliki di pasar modal. Octora, dkk (2003:439) menyatakan bahwa semakin banyak perusahaan yang *go public* menyebabkan ada kritikan yang makin banyak dari investor di pasar modal terhadap sistem penilaian kinerja tradisional yang hanya menggunkan pengukuran akuntansi.

Dalam kondisi keterbatasan yang ada, muncul konsep *economic value added* (EVA) dan *market value added* (MVA) sebagai alternatif. EVA dan MVA adalah indikator yang dapat mengukur kinerja perusahaan. EVA dalam penggunaan sebagai alat pengukuran kinerja dengan mempertimbangkan biaya modal yang diinvestasikan, sedangkan MVA adalah nilai yang akan diterima investor di pasar modal. Besar kecilnya nilai yang diciptakan oleh perusahaan berdampak pada respon investor yang dicerminkan dalam naik turunnya harga saham di pasar modal. Berdasarkan pernyataan tersebut, ada dugaan bahwa EVA dan MVA memiliki pengaruh terhadap respon investor di pasar modal yang berpengaruh terhadap harga saham di pasar modal.

Harga saham meningkat apabila mendapatkan respon positif dari investor, respon positif membuat banyak investor mencari dan membeli saham perusahaan sehingga harga saham perusahaan tersebut meningkat, sedangkan respon negatif

membuat banyak investor melepas saham perusahaan dan menghindari pembelian saham suatu perusahaan tersebut, harga saham menjadi turun karena permintaan bertambah sedikit dan penawaran bertambah banyak. Maka dari itu, penelitian ini sangat penting untuk dilakukan untuk mengetahui pengaruh *economic value added* (EVA) dan *market value added* (MVA) terhadap harga saham. Perusahaan makanan dan minuman dipilih karena pada periode tahun 2010-2012 perusahaan makanan dan minuman memiliki laporan keuangan yang meningkat. Dan perusahaan makanan dan minuman merupakan kebutuhan sehari-hari para konsumen, jadi selama ada konsumen perusahaan makanan dan minuman sangat dibutuhkan.

Dalam penelitian Wahyudi, (2009), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Menggunakan Pendekatan *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) (Studi: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pada 3 tahun berturut-turut, yaitu tahun 2005,2006,2007 nilai EVA positif, yang artinya menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan kinerja keuangan yang efektif dan efisien. Sedangkan nilai MVA yang dihasilkan tahun 2005,2006,2007 menunjukkan bahwa nilai MVA positif, perusahaan menghasilkan kekayaan bagi para investor dan perusahaan.

Vitasari, (2010), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) Pada Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia”. Hasil dari penelitian ini bahwa secara parsial, *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh signifikan terhadap *Market Value Added*

(MVA), disimpulkan bahwa kenaikan atau penurunan EVA akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan MVA.

Berdasarkan uraian di atas maka pada penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh EVA (*Economic Value Added*) dan MVA (*Market Value Added*) terhadap harga saham pada perusahaan makanan dan minuman yang *go public*. Dengan judul penelitian **“PENGARUH *ECONOMIC VALUE ADDED* (EVA) DAN *MARKET VALUE ADDED* (MVA) TERHADAP HARGA SAHAM (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang *Go Public* di BEI Tahun 2010-2012)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, maka terdapat masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *economic value added* dan *market value added* secara parsial terhadap harga saham pada perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *economic value added* dan *market value added* secara simultan terhadap harga saham pada perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di Bursa Efek Indonesia?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui nilai *economic value added* (EVA) dan *market value added* (MVA) secara parsial terhadap harga saham pada perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui nilai *economic value added* (EVA) dan *market value added* (MVA) secara simultan terhadap harga saham pada perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di Bursa Efek Indonesia.

### 1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang sudah *go public* di Bursa Efek Indonesia pada tahun periode 2010-2012.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan
  - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan dibidang keuangan berdasar metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA).
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi perusahaan.

## 2. Bagi Penulis

- a. Sebagai pembelajaran atas teori-teori yang didapatkan di bangku kuliah dengan kenyataan yang terjadi
- b. Membantu peneliti dalam memahami dan mendalami masalah *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) dalam menilai kinerja keuangan perusahaan.

## 3. Bagi Universitas

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.
- b. Sebagai bahan yang bermanfaat bagi yang memerlukan sehingga dapat menambah pengetahuan.