

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah negara yang berkembang yang saat ini melaksanakan pembangunan di beberapa bidang, terlebih di bidang usaha. Pasar modal mempunyai fungsi ekonomi yakni pasar modal yang memberikan sarana untuk mengadakan pertemuan kedua belah pihak yang mempunyai kepentingan yakni pihak yang mempunyai uang atau dana serta juga pihak yang membutuhkan uang ataupun dana. Fungsi dari pasar modal ini bertujuan agar para investor menjadi lebih mudah untuk menyimpan atau menginvestasikan dana miliknya kepada perusahaan yang ada di pasar modal.

Pada negara Indonesia, dunia usaha cukup dekat hubungannya dengan ekonomi dunia, karena negara Indonesia tidak hanya menghadapi persaingan dalam negeri, akan tetapi juga persaingan dengan negara-negara luar. Ditambah pada masa Covid-19 seperti saat ini dapat membuat perusahaan mengalami gulung tikar (kebangkrutan). Oleh sebab ini perusahaan mempunyai kesempatan yang cukup luas guna menentukan jalan alternatif pembiayaan untuk terus mengembangkan perusahaannya. Perusahaan membutuhkan modal kerja akan lebih memilih sumber pendanaan jangka pendek yang diproduksi oleh perbankan. Adapun perusahaan yang membutuhkan modal guna berinvestasi cenderung

memilih sumber pendanaan jangka panjang seperti yang disediakan pasar modal.

Salah satu cara yang cukup efektif untuk menghimpun dana dari masyarakat adalah pasar modal. Ini diakibatkan karena pasar modal adalah wadah yang bisa mengarahkan dana investasi jangka panjang dari masyarakat yang kemudian dialokasikan ke sektor usaha. Saat melaksanakan investasi selayaknya para investor diharuskan untuk mempertimbangkan kondisi perusahaan yang akan di investasikan tersebut.

Pada Undang-Undang Pasar Modal No. 8 Tahun 1995, pasar modal diartikan yaitu kegiatan yang berkaitan dengan penawaran umum serta perdagangan efek. Perusahaan besar yang berhubungan dengan efek yang dibuatnya, lembaga serta profesi yang berhubungan dengan efek. Pasar modal pada dasarnya merupakan pasar yang hampir mirip dengan pasar tradisional, dimana terdapat penjual, pembeli kemudian ada tawar-menawar harga. (Fatoni, 2014)

Pasar modal diartikan sebagai pasar untuk berbagai macam instrument keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik itu dalam bentuk hutang ataupun modal sendiri. Instrumen keuangan yang diperjualbelikan di pasar modal antara lain obligasi, *warrant*, *right*, obligasi konversi, saham dan berbagai produk turunan seperti opsi (*put* atau *call*). Berdasarkan definisi pasar modal diatas, dapat disimpulkan pengertian pasar modal konvensional yaitu secara umum dikarenakan belum tercantum

pada aspek transaksi yang dilaksanakan maupun efek yang diperdagangkan baik halal maupun haramnya.

Berinvestasi saham di pasar modal tentu memiliki profit, dengan berinvestasi di pasar modal para investor mendapatkan keuntungan berupa *dividen* serta *capital gain*, pemilihan jenis saham untuk berinvestasi berhubungan dengan tipe investor. Pada pasar modal, surat berharga disebut dengan “efek”. Pasar modal Indonesia sebagai salah satu negara yang menghimpun dan mengatur dana masyarakat dengan menyediakan wadah untuk mempertemukan para penjual dan para pembeli dana jangka panjang yang biasa disebut dengan efek. (Gisymar, 1998)

Investasi dalam bentuk saham mempunyai risiko yang cukup tinggi, sebab itu guna memperoleh modal secara efektif, investasi saham menawarkan tingkat keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan investasi yang lain yang mempunyai risiko yang lebih rendah. Secara literatur investasi, risiko investasi pada pasar modal (termasuk investasi saham) dijelaskan sebagai penyimpanan dari penghasilan yang diharapkan. (Widoatmojo, 2009)

Di negara Indonesia masyarakat yang mayoritas penduduknya beragama islam, secara perlahan mengharapakan juga ivestasi-investasi yang berbasis Syari’ah. Oleh sebab itu pasar modal melaksanakan pengembangan instrument pasar modal dibidang syari’ah. Dengan hadirnya pasar modal syari’ah diharapkan akan mendapatkan kesempatan pada masyarakat luas, baik yang beragama islam maupun non-islam yang ingin menginvestasikan

danannya sesuai dengan prinsip-prinsip Syari'ah yang memberikan keyakinan serta ketenangan bertransaksi.

Kegiatan pada pasar modal syari'ah berhubungan dengan perdagangan surat berharga (efek syari'ah) yang sudah dipasarkan kepada masyarakat Indonesia dalam bentuk penyertaan kepemilikan saham atau penerbitan obligasi syari'ah. Menurut Fatwa No. 40/DSN-MUI 2003, pengertian efek syariah merupakan efek sebagaimana yang dijelaskan dalam perundang-undangan di bidang pasar modal ialah surat berharga yang akad, pengelolaan perusahaannya, serta cara penerbitannya terdapat prinsip syari'ah. Aktivitas didalam pasar modal dapat diklasifikasikan ekonomi yaitu termasuk dalam kegiatan muamalah, yakni kegiatan yang mengatur hubungan barang berharga. Menurut kaidah fiqh, hukum asal dari aktivitas muamalah ialah mubah (boleh), kecuali ada dalil yang melarangnya. (Khaerul, 2013)

Dengan adanya pasar modal syari'ah, diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi kaum muslimin serta non-muslim yang ingin menginvestasikan dananya sesuai prinsip syariah yang dapat memberikan ketenangan serta keyakinan akan transaksi yang halal. Di dunia internasional indeks saham syari'ah telah tumbuh dan berkembang pesat terutama di negara bagian barat serta timur tengah sehubungan dengan perkembangan ekonomi islam secara menyeluruh. Didirikannya Jakarta *Islamic Index* (JII) pada tahun 2000 sebagai pasar modal syari'ah

memberikan peluang pada investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan yang sesuai dengan prinsip syari'ah. (Editor, 2021)

Jakarta *Islamic Index* (JII) adalah indeks saham syari'ah yang didalamnya terdiri dari 30 saham dengan investasi sesuai kriteria syari'ah islam. JII telah berkembang mulai tanggal 3 juli 2000. Pendirian instrumen syari'ah ini guna membantu pembentukan pasar modal syari'ah yang kemudian diresmikan di Jakarta pada tanggal 14 Maret 2003. 30 saham ini dipilih berlandaskan tahap-tahap tertentu. Saham yang tercantum pada Jakarta *Islamic Index* (JII) merupakan saham yang telah memenuhi kriteria yang sudah ditentukan. Berbagai produk ditawarkan dalam indeks syari'ah dalam Jakarta *Islamic Index* (JII) serta Indeks Saham Syari'ah Indonesia (ISSI) seperti saham, sukuk, obligasi, reksadana syari'ah dan lainnya. Salah satu perusahaan yang terdaftar di Jakarta *Islamic Index* (JII) ialah PT. Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur, pemasaran dan distribusi barang konsumen.

Para investor tentu akan sangat tertarik dengan *Earning Per Share* (EPS) yang ada pada satu perusahaan tertentu. *Earning Per Share* (EPS) merupakan bentuk pemberian keuntungan yang akan dibagikan kepada para pemegang saham (investor) berdasarkan setiap lembar saham yang dipunya. (Hery, 2015) Dengan melihat dan mengetahui angka *Earning Per Share* (EPS), para investor dapat menilai perusahaan itu baik atau tidaknya. Keuntungan dari *Earning Per Share* (EPS) dapat berupa deviden atau pendapatan dari selisih harga jual dan harga beli saham (capital gain). Nilai

*Earning Per Share* (EPS) pada perusahaan tertentu dapat diketahui berdasarkan informasi yang tersedia pada laporan keuangan perusahaan serta dapat dihitung dengan laporan neraca dan laporan laba rugi. Semakin tinggi nilai *Earning Per Share* (EPS) maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan itu. (Walsh, 2004)

Adapun naik dan turunnya nilai *Earning Per Share* (EPS) dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Adapun faktor internal antara lain variabel *Net Sales*, *Current Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Return On Asset*, *Total Asset Turnover* dan ukuran perusahaan, untuk faktor eksternal dapat berupa pengaruh sosial, politik, ekonomi dan fluktuasi kurs dolar terhadap rupiah. Adapun rasio yang cukup mendekati adalah *Net Sales* dan *Current Ratio* (CR).

Jumingan (2019) mendefinisikan bahwa *Net Sales* merupakan penghasilan utama dari suatu perusahaan baik perusahaan dagang maupun perusahaan jasa. Menurut Kasmir (2016) penjualan merupakan jumlah omset barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit maupun dalam rupiah. Adapun Soemarso berpendapat bahwa pada saat perusahaan menjual barang dagangannya, diperoleh pula pendapatan. *Net Sales* ialah sumber pendapatan perusahaan yang akan digunakan untuk menutupi biaya perusahaan. Jika *Net Sales* lebih besar daripada biaya perusahaan, maka dapat diperoleh profit atau laba, begitupun sebaliknya. Apabila *Net Sales* semakin berkembang menjadi besar, maka perusahaan tersebut akan memperoleh kesempatan yang diberikan oleh pasar, karena *Net Sales*

menggambarkan kesanggupan perusahaan untuk mendapatkan daya Tarik konsumen. Semakin besar tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan per lembar saham maka semakin banyak keuntungan dan menarik investor dalam untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga perusahaan harus meningkatkan *Net Sales* agar perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi. (Megawati, 2022)

Kasmir (2016) menjelaskan bahwa *Current Ratio* (CR) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya atau hutang yang akan jatuh tempo pada saat ditagih secara bersamaan. Sedangkan menurut Toto Prihadi (2010) mendefinisikan bahwa *Current Ratio* (CR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh aset lancar mampu digunakan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya suatu perusahaan. Menurut Ali Hanifah (2014) *Current Ratio* (CR) adalah perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini menunjukkan bahwa aset lancar (yang segera dijadikan uang) ada sekian kalinya hutang jangka pendek. *Current Ratio* (CR) dapat dihitung dengan membagi aset lancar dengan kewajiban lancar. Bagi manajer perusahaan yang memiliki *Current Ratio* (CR) tinggi dianggap baik dan bagi kreditur perusahaan tersebut dipandang dalam keadaan kuat. Maka apabila perusahaan mampu meningkatkan nilai *Current Ratio* (CR) maka dapat dianggap perusahaan sedang dalam keadaan yang baik. Hal ini mempengaruhi keuntungan per

lembar saham (*Earning Per Share*) yang diterima oleh perusahaan, karena jika keuntungan perusahaan tinggi secara tidak langsung *Earning Per Share* (EPS) perusahaan pun ikut meningkat. (Megawati, 2022)

Menurut teori diatas, dapat diasumsikan bahwa *Net Sales* dan *Current Ratio* (CR) secara simultan akan berbanding lurus (mempengaruhi) *Earning Per Share* (EPS). Berikut data *Net Sales*, *Current Ratio*, dan *Earning Per Share* (EPS) pada PT. Unilever Indonesia Tbk. periode 2011 – 2020.

**Tabel 1.1**

***Net Sales, Current Ratio (CR) dan Earning Per Share (EPS) pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011 – 2020***

<b>Tahun</b>	<b><i>Net Sales</i> (Miliar)</b>		<b><i>Current Ratio</i> (%)</b>		<b>EPS (Rupiah)</b>	
2010	19,690		83,8		444	
2011	23,469	↑	65,2	↓	546	↑
2012	27,303	↑	63,7	↓	634	↑
2013	30,757	↑	67,1	↑	701	↑
2014	34,511	↑	71,5	↑	752	↑
2015	36,484	↑	65,4	↓	766	↑
2016	40,054	↑	60,6	↓	838	↑
2017	41,205	↑	63,4	↑	918	↑
2018	41,802	↑	73,2	↑	1,190	↑
2019	42,923	↑	65,3	↓	969	↓
2020	42,972	↑	66,1	↑	940	↓

Sumber: Laporan Keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk, diolah oleh peneliti

↑ = Mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya

↓ = Mengalami penurunan dari tahun sebelumnya

■ = Bermasalah dikarenakan tidak sesuai dengan teori yang ada



Berdasarkan data pada tabel di atas, *Net Sales* pada tahun 2010 menginjak angka Rp. 19,690. Pada tahun 2011, *Net Sales* mengalami peningkatan menjadi Rp. 23,469. Tahun 2012, *Net Sales* mengalami peningkatan kembali menjadi sebesar Rp. 27,303. Pada tahun 2013 *Net Sales* mengalami peningkatan kembali yaitu sebesar Rp. 30,757. *Net Sales* mengalami peningkatan pada tahun 2014 yaitu dari Rp. 30,757 menjadi Rp. 34,511. Pada tahun 2015 hingga 2019 *Net Sales* mengalami kenaikan yang cukup tipis yaitu 35,484 kemudian naik menjadi 40,054 kemudian pada tahun 2017 naik menjadi 41,205. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi Rp. 41,802. Tahun 2019 kembali mengalami kenaikan menjadi Rp. 42,923. Terakhir pada tahun 2020 mengalami kenaikan yaitu menjadi Rp. 42,972

*Current Ratio* pada tahun 2010 yaitu sebesar 83,8%. Pada tahun 2011, *Current Ratio* mengalami penurunan yaitu menjadi 65,2%. Pada tahun 2012 kembali mengalami penurunan yaitu sebesar 63,7%. Kemudian pada tahun 2013 kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 67,1%%. Pada tahun 2014 *Current Ratio* kembali mengalami peningkatan dari 67,1% menjadi 71,5%. Pada tahun 2015 mengalami penurunan dari 71,5% menjadi 65,4%. Pada tahun 2016, *Current Ratio* mengalami penurunan dari 65,4% menjadi 60,6%. Pada tahun 2017 mengalami peningkatan kembali dari 60,6% menjadi 63,4%. Pada tahun 2018 *Current Ratio* kembali mengalami peningkatan dari 63,4% menjadi 73,2%. Pada tahun 2019 *Current Ratio* mengalami penurunan dari 73,2% menjadi 65,3%. Akan tetapi pada tahun terakhir yaitu tahun 2020 *Current Ratio*

mengalami kenaikan dari 65,3% menjadi 66,1%.

Selanjutnya, *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2010 berada di angka Rp. 444. Pada tahun 2011, *Earning Per Share* (EPS) mengalami peningkatan yaitu menjadi Rp. 546. Kemudian pada tahun 2012 pun, *Earning Per Share* (EPS) mengalami peningkatan kembali yaitu sebesar Rp. 634. Kemudian, dari tahun 2013 hingga tahun 2018 *Earning per Share* (EPS) terus mengalami kenaikan yaitu Rp. 701 dan di tahun 2014 menjadi Rp. 752, kemudian di tahun 2015 menjadi Rp. 766 dan pada tahun 2016 naik menjadi Rp. 838, kemudian pada tahun 2017 kembali mengalami peningkatan menjadi Rp. 918 dan pada tahun 2018 meningkat menjadi Rp. 1,190. Pada tahun 2019 *Earning Per Share* (EPS) mengalami penurunan menjadi Rp. 969. Sedangkan pada tahun terakhir yaitu tahun 2020 *Earning Per Share* (EPS) kembali mengalami penurunan menjadi Rp. 940 rupiah.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diperhatikan bahwa perkembangan *Net Sales* mengalami peningkatan setiap tahunnya dari 2010 hingga tahun 2020. Sedangkan *Current Ratio* mengalami peningkatan hanya pada tahun 2013, 2014, 2017, 2018 dan 2020. Sedangkan pada tahun 2011, 2012, 2015, 2016 dan 2019 mengalami penurunan atau fluktuatif.

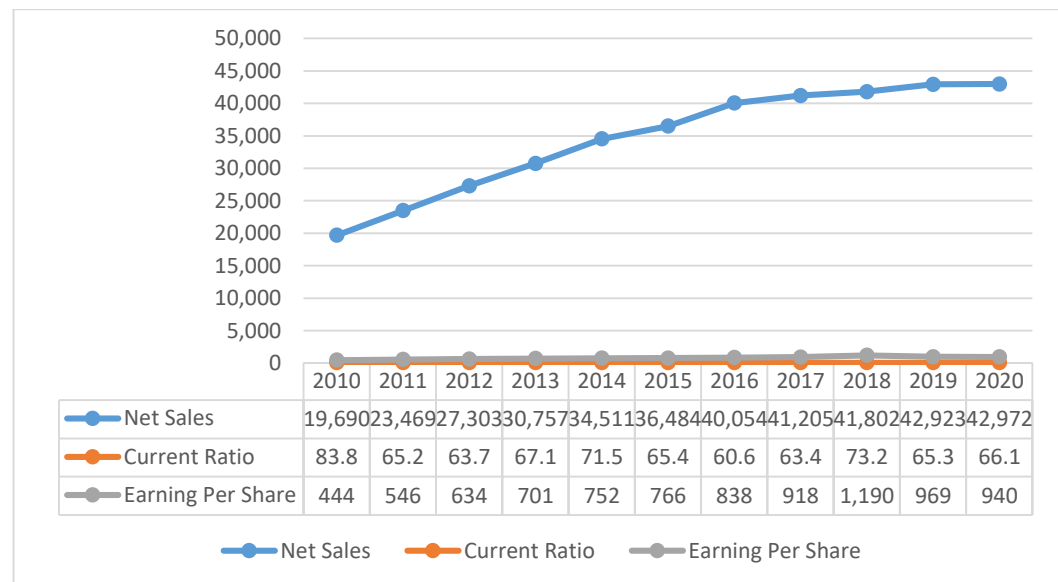
Berdasarkan teori dari para ahli, yang kemudian di dukung oleh penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa *Net Sales* berpengaruh positif terhadap *Earning Per Share* (EPS). Jadi, jika *Net Sales* naik maka *Earning Per Share* (EPS) pun akan naik, dan sebaliknya jika *Net Sales* turun

makan *Earning Per Share* (EPS) pun akan mengalami penurunan. Tetapi pada PT. Unilever Indonesia Tbk berdasarkan data di atas yang sudah diolah peneliti, terdapat beberapa permasalahan secara parsial *Net Sales* terhadap *Earning Per Share* (EPS) yang tidak sesuai dengan teori yang ada, beberapa permasalahan terdapat pada tahun 2019 dan 2020. Dimana pada tahun 2019, *Net Sales* mengalami kenaikan, tetapi *Earning Per Share* (EPS) mengalami penurunan begitu pun pada tahun 2020. (Izzani, 2018)

Selain *Net Sales*, terlihat bahwa permasalahan terdapat juga pada *Current Ratio*. Menurut teori para ahli dan penelitian terdahulu yang ada, bahwa ketika *Current Ratio* naik maka *Earning Per Share* (EPS) akan naik dan sebaliknya ketika *Current Ratio* turun maka *Earning Per Share* (EPS) akan turun. (Ramadhan, 2019) Tetapi berdasarkan data PT. Unilever Indonesia. Tbk di atas yang sudah diolah peneliti, terdapat beberapa permasalahan secara parsial *Current Ratio* terhadap *Earning Per Share* (EPS) yang tidak sesuai dengan teori yang ada. Beberapa permasalahan terdapat pada tahun 2011, 2012, 2015, 2016 dan 2020. Dimana *Current Ratio* pada tahun 2011, 2012, 2015, 2016 mengalami penurunan, tetapi *Earning Per Share* (EPS) mengalami peningkatan. Sedangkan pada tahun 2020 *Current Ratio* mengalami kenaikan, tetapi *Earning Per Share* (EPS) mengalami penurunan.

Setelah dipaparkan dalam bentuk tabel untuk lebih memperjelas lagi penjelasannya, berikut adalah grafik yang dapat menggambarkan fluktuasi

kenaikan dan penurunan *Net Sales*, *Current Ratio* (CR) dan *Earning Per Share* (EPS).



Sumber: diolah oleh peneliti

**Grafik 1.1**

***Net Sales, Current Ratio (CR) dan Earning Per Share (EPS) PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2020***

Grafik 1.1 menggambarkan fluktuasi antara nilai *Net Sales*, *Current Ratio* (CR) dan *Earning Per Share* (EPS) pada PT, Unilever Indonesia yang cenderung tidak stabil dari tahun ke tahun seperti yang dapat dilihat mengalami penurunan dan kenaikan. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Net Sales dan Current Ratio (CR) terhadap Earning Per Share (EPS) pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) (Studi di PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2020)*.

## B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis mengidentifikasi adanya pengaruh hubungan antara *Net Sales* dan *Current Ratio* dimana keduanya diduga memiliki pengaruh terhadap *Earning Per Share* (EPS). Maka penulis merumuskannya ke dalam beberapa pertanyaan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh *Net Sales* secara parsial terhadap *Earning Per Share* (EPS) PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2020?
2. Bagaimana pengaruh *Current Ratio* secara parsial terhadap *Earning Per Share* (EPS) PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2020?
3. Bagaimana pengaruh *Net Sales* dan *Current Ratio* secara simultan terhadap *Earning Per Share* (EPS) PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2020?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas. Maka tujuan penulisan Penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Sales* secara parsial terhadap *Earning Per Share* (EPS) PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011- 2020.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Current Ratio* secara parsial terhadap *Earning Per Share* (EPS) PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2020.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Sales* dan *Current Ratio* secara simultan terhadap *Earning Per Share* (EPS) PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2011-2020.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan Penelitian ini baik secara akademik maupun secara praktik diuraikan sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan masukan dan referensi bagi penelitian berikutnya yang tertarik untuk melakukan kajian pada bidang yang sama. Serta dapat berkontribusi bagi mahasiswa dan mahasiswi khususnya bagi yang berada di jurusan Manajemen Keuangan Syariah sebagai bahan perbandingan dan masukan untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian juga diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan meningkatkan wawasan mengenai mekanisme pengambilan keputusan di bidang keuangan yang dilakukan oleh para pelaku penanaman modal (investor) yang berkaitan dengan investasi dan pendanaan. Selain itu, penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui bagaimana implementasi dilapangan terhadap teori yang telah didapatkan dimasa perkuliahan dan dapat digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi guna memenuhi syarat untuk

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Keuangan Syariah.

- b. Bagi investor, hasil penelitian ini semoga akan menjadi informasi yang berguna bagi investor sebagai pertimbangan serta referensi dalam mengambil keputusan. Dengan menganalisis laporan keuangan perusahaan Unilever Indonesia harapannya dapat menjadikan investor semakin yakin untuk berinvestasi pada saham syari'ah. Selain itu dengan mempelajari laporan keuangan suatu perusahaan juga dapat memberikan gambaran kinerja, manajemen keuangan dan sistem sebuah perusahaan, bahkan dari laporan keuangan tersebut, seorang investor bisa melihat prospek kedepan suatu perusahaan.
- c. Bagi pihak lain (PT. Unilever Indonesia), penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi pihak-pihak yang berkaitan dan berkepentingan, baik digunakan untuk referensi atau sebagai bahan dari teori bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel yang lebih bervariasi.