

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perusahaan sektor telekomunikasi saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat, banyak sekali faktor faktor yang membuat perusahaan di sektor telekomunikasi berkembang dengan sangat pesat, salah satu faktornya adalah dikarenakan meningkatnya jumlah pengguna internet pada saat ini. Seperti yang dikatakan oleh (Efrian & Salim, 2024) Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per januari 2022. Hal itu juga membuat persaingan yang sangat kuat di Industri telekomunikasi, dengan masuknya banyak perusahaan baru serta inovasi-inovasi seperti peluncuran paket layanan baru oleh operator lama membuat industri di sektor telekomunikasi semakin naik. Beberapa perkembangan dalam industri telekomunikasi di Indonesia seperti peluncuran layanan 5G, peningkatan investasi dalam infrastruktur, konvergensi layanan dan juga perkembangan layanan digital. Prospek pertumbuhan industri telekomunikasi di Indonesia sangat cerah, dengan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat dan penggunaan internet yang semakin meluas, perusahaan dari berbagai sektor telekomunikasi akan terus meningkat.

Dengan meningkatnya sektor telekomunikasi di Indonesia saat ini memberikan keuntungan terkait dengan harga saham. Ketika sebuah perusahaan menghasilkan laba yang lebih tinggi, investor biasanya akan yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Hal inilah yang akan mendorong para

investor untuk membeli saham perusahaan yang berdampak dengan peningkatan harga saham di perusahaan itu nantinya. Investor biasanya bersedia untuk membayarkan lebih bagi saham perusahaan yang memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Dan ketika seorang investor memiliki kepercayaan yang tinggi untuk suatu perusahaan, biasa mereka akan membeli saham perusahaan tersebut dan meningkatkan permintaan saham yang nantinya hal tersebut akan mendorong harga saham itu untuk naik. Hal tersebut juga yang akan menghasilkan *return* saham yang lebih tinggi untuk para investor.

Return saham biasanya didapatkan dari dua bentuk, yaitu dividen dan juga *capital gain* (kenaikan harga jual saham atas harga belinya), dengan begitu biasanya investor dapat memilih, mana saham Perusahaan yang dapat memberikan *return* tinggi. *Return* saham merupakan sebuah hasil yang didapatkan dari sebuah investasi yang dilakukan oleh investor. Menurut (Erik & Lailatul, 2016) Banyak faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya *return* saham suatu perusahaan seperti kinerja keuangan, resiko, deviden, tingkat suku bunga, ukuran perusahaan, penawaran, permintaan, laju inflasi, dan kondisi perekonomian. Untuk Tingkat pengembalian (*return*) dari suatu saham perusahaan yang besar, akan lebih besar dibandingkan dengan *return* saham Perusahaan yang kecil. Maka dari itu biasanya para investor akan lebih memilih untuk berinvestasi pada Perusahaan besar dengan harapan agar mereka mendapatkan keuntungan (*return*) yang lebih besar juga. Meskipun telah berinvestasi, investor pasti akan menghadapi banyak sekali resiko dari uang yang mereka investasikan ke perusahaan yang sudah mereka percayai, pilihan yang akan mereka hadapi adalah apakah mereka akan mendapatkan *return* jumlah yang

mereka inginkan atau mungkin mereka malah mendapatkan kerugian. Seperti yang dikatakan oleh Syofria et al., (2021) *Return* merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung resiko atas investasi yang dilakukannya.

Sebelum berinvestasi, investor tentu harus mengetahui terkait kondisi dari Perusahaan. Banyak metode untuk mengetahui terkait dengan pengelolaan perusahaan yang baik dan prediksi terhadap laba yang tinggi di perusahaan kedepannya. Adanya *Economic Value Added* (EVA) di suatu Perusahaan biasanya dapat membuat Perusahaan lebih fokus pada nilai dalam Perusahaan. Dengan begitu EVA biasanya merupakan sebuah tolak ukur dari kinerja keuangan dengan pengukuran perbedaan dari pengembalian atas modal perusahaan dengan biaya modal di Perusahaan. *Economic Value Added* (EVA) Muncul dikarenakan laba bersih akuntansi yang dilebih-lebihkan dari yang sebenarnya. *Economic Value Added* (EVA) juga merupakan sebuah tujuan dari Perusahaan agar Perusahaan dapat meningkatkan *value added* dari modal yang ditanam pemegang saham. Kelebihan dari EVA yaitu mampu untuk menyediakan informasi terkait laba ekonomi dari Perusahaan dengan benar disbanding dengan pendekatan lain yang menggunakan laba akuntansi (*Accounting Net Income*). EVA yang positif biasanya menjadi tolak ukur dari investor ataupun calon investor untuk pengambilan Keputusan saat akan berinvestasi, biasanya EVA yang positif menandakan bahwa manajemen memiliki kemampuan dalam pertumbuhan nilai kekayaan Perusahaan ataupun pemilik modal. Ketika EVA perusahaan tinggi, investor akan lebih yakin bahwa perusahaan tersebut dikelola dengan baik dan mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi di masa yang pada akhirnya dapat meningkatkan harga saham. Hal ini juga dijelaskan

oleh (Esli & Meiyanti, 2021) Perusahaan yang memiliki *Economic Value Added* (EVA) yang tinggi cenderung dapat lebih menarik investor, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka permintaan investor akan saham perusahaan yang bersangkutan akan semakin meningkat, sehingga bisa menaikkan harga saham yang kemudian menaikkan return saham. Penelitian yang dilakukan oleh Felicia Angelica, Mokhlas dan Nurul Latifah (2022) yang menyatakan bahwa EVA berpengaruh dan signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan Manufaktur di BEI periode 2017-2019. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sabam Simbolon (2016) yang menyatakan bahwa *Economic Value Added* (EVA) tidak berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan.

Selain *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) juga memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai alat untuk mengukur kinerja keuangan. MVA dapat dikatakan sebagai cerminan dari EVA, dengan kata lain bahwa harga pasar saham di pasar modal biasanya cerminan dari kinerja internal Perusahaan.

Pengukuran EVA dan MVA sangat penting untuk mengukur nilai suatu perusahaan. EVA adalah cuplikan waktu singkat, biasanya satu tahun, sementara MVA adalah pengharapan pasar terhadap perusahaan untuk waktu yang lebih lama. Biasanya MVA yang positif merupakan tanda bahwa pihak manajemen dari Perusahaan telah berhasil meningkatkan kekayaan dari pemegang saham, sedangkan nilai MVA yang negatif berakibat berkurangnya nilai modal dari para investor. Seperti yang dijelaskan juga oleh (Abdul, 2022) Kekayaan pemegang saham akan dimaksimalkan dengan memaksimalkan nilai MVA. MVA yang positif menandakan bahwa Perusahaan telah berhasil dalam memberikan *return* seperti

yang diharapkan oleh para investor. Penelitian yang dilakukan oleh Rizka Ayu Kusuma (2018) Topowijono menyatakan bahwa variabel *Market Value Added* (MVA) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap return saham perusahaan yang termasuk dalam indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Sedangkan penelitian dari Hari Cahyadi Akhmad Darmawan (2016) menyatakan bahwa MVA secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap *return* yang diterima oleh pemegang saham.

Selain *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA), *Price Earning Ratio* juga merupakan sebuah rasio keuangan untuk mengevaluasi penilaian harga saham suatu Perusahaan di pasar modal. Rasio ini biasanya mengukur berapa kali laba bersih per lembar saham dibanding harga per lembar saham. *Price Earning Ratio* (PER) sama halnya seperti EVA dan MVA, Semakin tinggi rasio maka terindikasi bahwa Perusahaan juga semakin baik. *Price Earning Ratio* dipandang oleh para investor sebagai ukuran kekuatan perusahaan untuk memperoleh laba dimasa yang akan datang (*future earning power*). Perusahaan dengan *Price earning ratio* yang tinggi menunjukkan Perusahaan mempunyai tingkat pertumbuhan yang tinggi yang berarti pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang, sebaliknya Perusahaan dengan *Price earning ratio* rendah memiliki tingkat pertumbuhan yang rendah (Sayekti & Saputra, 2013). Penelitian yang telah dilakukan oleh Moh. Zainuddin Arif Budi dan Wahono M Agus Salim (2016) menyatakan PER berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan penelitian dari Ade Ghofir menyatakan bahwa secara parsial PER tidakberpengaruh

signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2013-2017.

Berikut ini table yang menunjukkan data terkait *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) dan *Price Earning Ratio* (PER) terhadap *Return Saham* di Perusahaan Sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia:

Tabel 1. 1
Data Perhitungan EVA, MVA dan PER terhadap Return Saham

Perusahaan	Tahun	EVA (Dalam Jutaan Rp)		MVA (Dalam Rp)		PER (Kali)	Return Saham (%)		
PT Telkom Indonesia Tbk	2018	7.028	-	360.469.163.240	-	20.00	-	- 0.18	-
	2019	9.281	↑	393.159.747.520	↑	21.07	↑	0.09	↑
	2020	11.173	↑	327.775,045.960	↓	15.76	↓	- 0.17	↓
	2021	10.786	↓	400.065.953.640	↑	16.16	↑	0.22	↑
	2022	8.394	↓	371.334.048.000	↓	17.90	↑	- 0.07	↓
	2023	7.786	↓	391.139.191.200	↑	15.93	↓	0.05	↑
PT XL Axiata Tbk	2018	231.605	-	31.618.018.502	-	-9.61	-	0.00	-
	2019	701.159	↑	33.647.952.034	↑	47.01	↑	0.06	↑
	2020	-987.322	↓	29.158.993.434	↓	78.00	↑	- 0.13	↓
	2021	905.064	↑	33.860.744.455	↑	26.20	↓	0.16	↑
	2022	1.047.950	↑	28.069.065.974	↓	20.38	↓	- 0.32	↓
	2023	800.106	↓	26.230.355.224	↓	20.41	↑	- 0.07	↑
PT Indosat Tbk	2018	463.802	-	9.144.040.858	-	-3.81	-	- 0.65	-
	2019	1.507.524	↑	15.799.037.837	↑	10.08	↑	- 0.73	↓
	2020	925.240	↓	27.428.448.254	↑	-38.29	↓	0.74	↑
	2021	4.359.245	↑	33.680.081.798	↑	4.99	↑	0.23	↓
	2022	2.799.142	↓	49.755.816.260	↑	10.51	↑	0.00	↓

Perusahaan	Tahun	EVA (Dalam Jutaan Rp)		MVA (Dalam Rp)		PER (Kali)	Return Saham (%)		
	2023	2.534.142	↓	75.554.122.458	↑	26.77	↑	0.52	↑
PT First Media Tbk	2018	- 2.357.852	-	1.218.248.930	-	-348,6	-	0.64	-
	2019	-272.538	↓	476.408.017	↓	-1,86	↑	- 0.61	↓
	2020	201.845	↑	713.362.649	↑	-	↓	0.50	↑
	2021	- 1.282.537	↓	993.004.798	↑	-0.71	↓	0.39	↓
	2022	-295.008	↑	172.880.789	↓	-0.63	↑	- 0.83	↓
	2023	-129.154	↑	124.280.236	↓	-1.54	↓	- 0.28	↑
PT Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk	2018	92.339	-	2.678.739.480	-	75.44	-	0.08	-
	2019	198.877	↑	2.737.377.980	↑	251.72	↑	- 0.15	↓
	2020	24.569	↓	4.425.580.149	↑	-8.70	↓	0.95	↑
	2021	65.883	↑	7.232.342.472	↑	-23.02	↓	0.63	↓
	2022	-207.290	↓	3.493.140.395	↓	1.63	↑	- 0.52	↓
	2023	248.656	↑	1.716.556.479	↓	2.03	↑	- 0.51	↑

Keterangan:

↑ = Mengalami kenaikan

↓ = Mengalami Penurunan

■ = Fenomena dan GAP Teori *Economic Value Added* (EVA) Terhadap *Return Saham*

■ = Fenomena dan GAP Teori *Market Value Added* (MVA) Terhadap *Return Saham*

■ = Fenomena dan GAP Teori *Price Earning Ratio* (PER) Terhadap *Return Saham*

■ = Fenomena pada *Return Saham*

Pada tahun 2020, PT Telkom Indonesia Tbk mengalami penurunan dari MVA, EVA serta PER, dibandingkan dengan tahun 2019, dilihat dari data diatas pada tahun 2019 *Return* saham dari PT Telkom Indonesia Tbk mengalami penurunan yang cukup besar, dari 0,09% menurun hingga -0,17%, Hal ini disebabkan oleh pembatasan mobilitas dan aktivitas ekonomi yang berdampak pada penurunan trafik telekomunikasi dan penjualan produk. Dan yang terakhir adalah dikarenakan dari efisiensi biaya. Telkom Indonesia melakukan efisiensi biaya di tahun 2020 untuk mengatasi penurunan pendapatan dan laba. Namun, efisiensi ini dapat berdampak pada kualitas layanan dan prospek pertumbuhan di masa depan.

Harga saham PT Telekomunikasi Indonesia Tbk melorot sebesar 11,8 persen selama pandemi virus corona berlangsung. Direktur Utama Telkom Ririek Adriansyah menyebutkan kondisi penurunan harga saham emiten berkode TLKM itu telah terjadi sejak awal tahun (Tempo.com).

Hal tersebut dirasakan juga oleh PT Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk, terlihat dari data bahwa perusahaan tersebut mengalami penurunan pada *return* saham, yang sebelumnya 0,95% di tahun 2020, turun menjadi 0,63% pada tahun 2021. Penurunan saham yang terjadi pada PT Centratama Telekomunikasi Tbk dikarenakan Edge Point yang membeli saham CENT dengan nominal yang cukup besar. Tujuan pengambilalihan CENT oleh EP ID untuk menambahkan investasi di CENT sebagai bagian dari perluasan EP ID ke Indonesia yang sejalan dengan strategi investasi untuk melakukan investasi pada penyelenggara menara telekomunikasi dan infrastruktur (Investasi.kontan.co.id).

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang yang telah di jelaskan, maka dari itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Nilai Tambah Ekonomi (EVA), Nilai Tambah Pasar (MVA) dan Rasio Harga Pendapatan (PER) Terhadap Pengembalian Saham di Perusahaan Sektor Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2023”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan salah satu poin penting dalam sebuah penelitian. Adapun permasalahan yang teridentifikasi dari penelitian ini yaitu

1. Berdasarkan latar belakang dan juga fenomena yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat fenomena pada 5 (lima) perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2023. Hal ini dapat terlihat dari data-data EVA, MVA, PER dan *Return Saham* di lima perusahaan tersebut. Dapat dikatakan dalam teori bahwa apabila EVA, MVA dan PER mengalami kenaikan maka *Return Saham* juga akan mengalami peningkatan, begitupun sebaliknya.
2. Berdasarkan dari fenomena di perusahaan sektor telekomunikasi yang diteliti diantaranya perusahaan PT Telkom Indonesia Tbk, PT XL Axiata Tbk, PT Indosat Tbk, PT First Media Tbk dan PT Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk, mengalami kenaikan serta penurunan dari EVA, MVA, PER dan *Return Saham* setiap tahunnya.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian diatas maka peneliti memberikan rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan *Economic Value Added* (EVA) pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
2. Bagaimana perkembangan *Market Value Added* (MVA) pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
3. Bagaimana perkembangan *Price Earning Ratio* (PER) pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
4. Bagaimana perkembangan *Return Saham* pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
5. Seberapa besar Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap *Market Value Added* (MVA) pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
6. Seberapa besar pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) dan *Price Earning Ratio* (PER) secara parsial dan simultan pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat dicapai dalam melakukan penelitian ini berdasar dari latar belakang, identifikasi dan rumusan yang telah dikemukakan yaitu:

1. Untuk mengetahui perkembangan *Economic Value Added* (EVA) pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
2. Untuk mengetahui perkembangan *Market Value Added* (MVA) pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
3. Untuk mengetahui perkembangan *Price Earning Ratio* (PER) pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
4. Untuk mengetahui perkembangan *Return Saham* terhadap pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
5. Untuk mengetahui Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap *Market Value Added* (MVA) pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023
6. Untuk mengetahui pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) dan *Price Earning Ratio* (PER) secara parsial dan simultan pada Perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2023.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Untuk menambah pengetahuan terkait ilmu manajemen keuangan mengenai *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), dan *Price Earning Ratio* (PER) yang mempengaruhi *return* saham.

1.5.2 Kegunaan Akademis

Adapun kegunaan penelitian ini adalah dapat bermanfaat secara akademis sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi nilai tambah seperti pengetahuan serta wawasan mengenai *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), dan *Price Earning Ratio* (PER) yang terhadap *return* saham.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil ini diharapkan agar dapat memberikan tambahan pengetahuan untuk kemajuan akademis dan dijadikan bahan pertimbangan ataupun referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai kajian yang sama, yaitu pengaruh *Economic Value Added*, *Market Value Added* dan *Price Earning Ratio* terhadap *return* saham.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 5 perusahaan Sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2023. Lokasi penelitian

diantaranya sebagai berikut :

Nama Perusahaan	Lokasi Perusahaan
PT Telkom Indonesia Tbk	Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 52 RT.6/RW.1, Kuningan Barat, Mampang Prapatan Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12710
PT XL Axiata Tbk	Jl. H.R. Rasuna Said Blok X5 Kav. 11-12, Kuningan Timur, South Jakarta, DKI Jakarta, 12950
PT Indosat Tbk	Jl. Medan Merdeka Barat No. 21 (Jln Budi Kemulyaan), Jakarta Pusat, Jakarta 10110
PT First Media Tbk	2nd Floor, Wisma Bakrie I Jl. H.R. Rasuna Said Kav. B1 Jakarta Selatan- 12920.
PT Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk	Jl. H. Agus Salim No. 45 Menteng Jakarta Pusat 10340

1.6.2 Waktu Penelitian

Berikut ini merupakan rincian jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan penelitian	feb				mar				apr				mei				juni				juli				ags	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Persiapan Judul																										
2	Pengajuan Judul																										
3	Melakukan Penelitian																										
4	Mencari Data																										
5	Membuat Proposal																										
6	Seminar																										
7	Revisi Proposan Penelitian																										
8	Pengolahan Data																										
9	Penyusunan Draft Hasil Penelitian																										
10	Sidang																										

Sumber: Data Pribadi