

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Ritel merupakan kegiatan perniagaan produk maupun jasa yang mana kegiatan pemasarannya dalam bentuk eceran atau satuan. Saat ini perusahaan ritel semakin pesat karena persaingan dengan *e-commerce* makin memanas, tak kalah usaha ritel kini ikut trend usaha masa kini yang semakin canggih. Menurut Indriyo Gitosudarmo dan Basri (2008:5) dalam Sopiati dan Novianti (2018) “perusahaan merupakan organisasi yang mencari untung, maka tujuan dari perusahaan biasanya dinyatakan dalam bentuk uang. Dalam hal ini dua tujuan utama yang dikemukakan yaitu memaksimalkan keuntungan (*profit*) dan memaksimalkan kemakmuran (*wealth*).” (Sopiati et al, 2018). Maka dari itu setiap perusahaan tentu akan ada di situasi yang sama yaitu mencari keuntungan. Agar tujuan tersebut terwujud tentu setiap perusahaan harus dapat berinovasi dan mengekspansi usaha ke area yang lebih besar dan luas. Untuk mengekspansi usahanya, perusahaan dapat mendapatkan dana dari pihak eksternal dengan cara menjual saham dan obligasi melalui pasar modal.

Pasar modal berperan bagi para pengusaha untuk mengembangkan usahanya dengan mengambil kesempatan untuk mendapat tambahan dana dari pihak eksternal. Maka dari itu masyarakat ikut andil dan diharapkan dapat berpartisipasi dan membantu pergerakan ekonomi melalui jual beli saham di pasar modal. Menurut Novianti dan Romansyah (2013) “Saham merupakan

bukti kepemilikan atas suatu perusahaan yang berbentuk perseroen terbatas (PT). Pemilik saham perusahaan disebut juga sebagai pemegang saham merupakan pemilik perusahaan” (Novianti et al, 2013). Masyarakat dapat ikut serta dengan menanamkan modal atau berinvestasi saham pada sektor yang dirasa menguntungkan. Seseorang berinvestasi atau juga yang disebut sebagai investor menanamkan modalnya tidak hanya untuk tujuan jangka pendek, tetapi juga tujuan jangka panjang. Perusahaan akan dapat bantuan dana dari pihak eksternal dengan menjual sahamnya kepada masyarakat, dengan begitu perusahaan mengharapkan *return* dari hasil penjualan saham yang dilakukannya yang disebut juga dengan *return* saham.

Return yang dihasilkan dapat berupa keuntungan (*capital gain*) atau bahkan kerugian (*capital loss*) Menurut Zahroh et.all, 2014 pada penelitian yang dilakukan oleh Rachdian dan Achadiyah (2019) yang menyatakan bahwa:

*Return* saham adalah pendapatan yang dinyatakan dalam persentase dari modal awal investasi. Secara garis besar informasi yang diperlukan terbagi menjadi dua yaitu informasi yang bersifat teknikal dan fundamental. Analisis fundamental dalam memperkirakan harga saham dengan mengestimasi faktor faktor fundamental yang diperkirakan mempengaruhi harga saham dimasa yang akan datang, tentu saja menggunakan data keuangan perusahaan digunakan sebagai sumber informasi. (Rachdian et al., 2019)

Pada perdagangan saham untuk dapat menghasilkan return yang diharapkan (*expected return*) informasi merupakan hal yang *crucial*. Menurut Tanjung (2014) “Sebuah pasar modal dikategorikan efisien jika harga sekuritasnya telah mencerminkan semua informasi yang relevan. Semakin cepat

informasi terefleksikan pada harga sekuritas maka pasar modal tersebut semakin efisien”(Tanjung, 2014).

Menurut Novianti dan Hakim (2015) “Investor dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi besar atau kecilnya jumlah nilai return dari suatu saham. Salah satu faktor yang dapat diidentifikasi pengaruhnya terhadap return saham adalah faktor kinerja keuangan perusahaan” (Novianti et al, 2015). Penilaian kinerja agar mendapatkan return yang diharapkan dapat ditinjau dengan melihat dan menelaah mengenai rasio-rasio keuangan seperti rasio profitabilitas dan ekonomi makro. Selain daripada data keuangan yang ada, baiknya dilihat dari lingkungan bisnis secara meluas, karena kelemahan daripada melihat laporan keuangan adalah laporan laba tidak dimasukkan unsur biaya modal. Untuk mengatasi hal tersebut dapat dianalisa melalui faktor-faktor yang mempengaruhi return saham seperti dengan model *Economic Value Added* (EVA) untuk mendapatkan informasi biaya modal, Market Value Added (MVA) sebagai penambah nilai pasar dan Daya Laba Dasar atau Basic Earning Power (BEP).

Economic Value Added disampaikan oleh Octavianti (2018) “EVA atau *Economic Value Added* merupakan suatu konsep baru yang dikembangkan dalam menjelaskan hubungan antara nilai perusahaan dengan return saham”. Menurutnya EVA yang positif menandakan perusahaan mampu menghasilkan memberikan nilai bagi pemodal dan pasar karena tingkat pengembalian perusahaan jauh lebih tinggi daripada biaya modalnya sehingga menciptakan nilai tambah bagi perusahaan tersebut. Namun teori lain mengatakan hal

sebaliknya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Octavera, dan Abdilla (2016) yang menyatakan bahwa EVA berpengaruh tidak signifikan terhadap return saham. Menurutnya EVA belum menjadi alternatif yang banyak dipilih oleh pelaku bisnis karena perhitungan EVA lebih rumit dibandingkan dengan rasio lainnya. Adapun cara pandang lain untuk menganalisis kinerja perusahaan dengan melihat pengukuran jual-beli saham pada pasar modal, yaitu kinerja *Market Value Added*.

*Market Value Added* (MVA) menurut Srinivasaan et.all (2012) adalah “Mengukur perbedaan antara nilai pasar perusahaan (Utang dan Ekuitas) dan jumlah modal yang diinvestasikan. Jika MVA positif, perusahaan memiliki nilai tambah. Jika negatif, perusahaan mengalami penurunan nilai.” (Srinivasan, Veerakumar, & Balachandran, 2012). Ukuran kumulatif kinerja keuangan dengan menunjukkan besarnya modal yang diinvestasikan oleh investor akan mensejahterakan para pemegang saham karena modal yang besar akan meningkatkan usaha sehingga laba meningkat dan akan mempengaruhi tingkat pengembalian. Dari terciptanya perusahaan dengan profitabilitasnya yang stabil maka perusahaan tentu dapat menjaga kelangsungan usaha dan nilai perusahaannya. Menurut Rachdian dan Achadiyah (2019) *Market Value Added* (MVA) berpengaruh positif signifikan terhadap *Return Saham*, ia mengatakan bahwa setiap kenaikan MVA maka akan diikuti dengan kenaikan *Return Saham*. Lain hal dengan teori yang dikemukakan oleh Wayan dan Anom (2020) yang menyatakan bahwa MVA berpengaruh tidak signifikan terhadap return saham dikarenakan investor yang ingin berinvestasi modal diperusahaan tidak

menjadikan MVA sebagai dasar penilaian utama investasi saham atau dapat dikatakan atau bahwa investor tidak mendasarkan keputusan jual-beli. Namun dibalik melihat kinerja perusahaan melalui nilai jual-beli saham yang terdapat pada pasar modal, untuk menganalisis Tingkat pengembalian Saham dapat dilakukan dengan melihat laba suatu perusahaan. Rasio tersebut dapat diukur dengan Rasio *Basic Earning Power*.

Rasio *Basic Earning Power* atau disebut juga rasio rentabilitas merupakan rasio dalam kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari asset perusahaan, sebelum pengaruh pajak dan *leverage*. Menurut Fatmawati dan Simanungkalit (2017) “rentabilitas ekonomi adalah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut yang dinyatakan dalam bentuk persentase” (Fatmawati & Simanungkalit, 2017). *Basic Earning Power* dihitung dengan membagi laba usaha/operasi dengan total aktiva. Ketika pendapatan atau laba tinggi maka akan mempengaruhi harga saham, saat pendapatan atau laba meningkat maka ini akan menjadi semua apresiasi dari investor bahwa perusahaan dapat memberikan keuntungan yang optimal bagi pemegang saham. Teori yang dikemukakan oleh oleh Rachdian dan Achadiyah (2019) bahwa *Basic Earning Power* (BEP) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *return* saham, kenaikan yang terjadi pada BEP akan memicu kenaikan *return* saham pula. Namun teori mengatakan lain, seperti yang dikemukakan oleh Achmad (2012) yang menyatakan bahwa *Basic Earning Power* (BEP) berpengaruh tidak signifikan terhadap *return* saham.

Penjelasan ringkas diatas rata-rata menunjukkan bahwa indikator EVA, MVA dan BEP jika ketiganya positif terhadap return saham maka akan menempatkan posisi perusahaan yang bagus dan stabil. Pegangan teori yang telah dikaji diatas telah memberi gambaran bagaimana pengaruh antar varibaelnya, berikut data perkembangan dilapangan mengenai Nilai Tambah Ekonomi (EVA), Nilai Tambah Pasar (MVA), Daya Laba Dasar (BEP) dan Tingkat Pengembalian Saham :

**Tabel 1.1**  
**Data Variabel Subsektor Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**

| No | Nama Perusahaan                     | Tahun | EVA<br>(jutaan rupiah) | MVA<br>(jutaan rupiah) | BEP<br>(X) | Tahun | Return Saham<br>(%) |
|----|-------------------------------------|-------|------------------------|------------------------|------------|-------|---------------------|
| 1  | Ace Hardware<br>Indonesia Tbk       | 2014  | 173.462                | 10.913.524             | 0,24       | 2015  | 0,05                |
|    |                                     | 2015  | 217.709                | 11.257.934             | 0,23       | 2016  | 0,01                |
|    |                                     | 2016  | 224.189                | 10.930.777             | 0,23       | 2017  | 0,4                 |
|    |                                     | 2017  | 258.790                | 15.822.240             | 0,22       | 2018  | 0,29                |
|    |                                     | 2018  | 315.532                | 20.863.413             | 0,23       | 2019  | 0,003               |
| 2  | Hero Supermarket<br>Tbk             | 2014  | -391.598               | 4.449.539              | 0,005      | 2015  | -0,52               |
|    |                                     | 2015  | -13.716                | -623.395               | -0,01      | 2016  | 0,1                 |
|    |                                     | 2016  | -94.719                | -244.713               | 0,03       | 2017  | -0,27               |
|    |                                     | 2017  | -162.622               | -1.491.821             | -0,03      | 2018  | -0,15               |
|    |                                     | 2018  | -467.571               | -799.628               | -0,20      | 2019  | 0,13                |
| 3  | Matahari<br>Department Store<br>Tbk | 2014  | 1.456.625              | 42.878.920             | 0,54       | 2015  | 0,17                |
|    |                                     | 2015  | 1.514.886              | 49.905.080             | 0,58       | 2016  | -0,14               |
|    |                                     | 2016  | 1.502.627              | 41.862.986             | 0,52       | 2017  | -0,34               |
|    |                                     | 2017  | 1.312.850              | 26.362.578             | 0,44       | 2018  | -0,44               |

|   |                                 |      |         |            |       |      |       |
|---|---------------------------------|------|---------|------------|-------|------|-------|
|   |                                 | 2018 | 988.719 | 14.043.756 | 0,31  | 2019 | -0,25 |
| 4 | Midi Utama<br>Indonesia Tbk     | 2014 | 109.894 | 1.798.126  | 0,07  | 2015 | 0,25  |
|   |                                 | 2015 | 113.451 | 2.134.884  | 0,06  | 2016 | 0,04  |
|   |                                 | 2016 | 154.433 | 2.108.751  | 0,06  | 2017 | 0,23  |
|   |                                 | 2017 | 75.322  | 2.726.310  | 0,03  | 2018 | 0,02  |
|   |                                 | 2018 | 131.912 | 3.245.487  | 0,04  | 2019 | 0,07  |
| 5 | Ramayana Lestari<br>Sentosa Tbk | 2014 | 36.433  | 2.089.677  | 0,09  | 2015 | -0,19 |
|   |                                 | 2015 | 30.545  | 962.906    | 0,08  | 2016 | 0,85  |
|   |                                 | 2016 | 73.985  | 4.841.692. | 0,1   | 2017 | 0,004 |
|   |                                 | 2017 | 82.898  | 4.671.918  | 0,1   | 2018 | -0,52 |
|   |                                 | 2018 | 190.008 | -69.752    | 0,14  | 2019 | 0,85  |
| 6 | Supra Boga<br>Lestari Tbk       | 2014 | 7.709   | 224.761    | 0,02  | 2015 | -0,24 |
|   |                                 | 2015 | -17.786 | 106.954    | -0,03 | 2016 | 0,56  |
|   |                                 | 2016 | 16.074  | 362.336    | 0,07  | 2017 | -0,38 |
|   |                                 | 2017 | 15.938  | 14.474     | 0,06  | 2018 | -0,05 |
|   |                                 | 2018 | 21.054  | -64.087    | 0,07  | 2019 | 0,06  |

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Keterangan :

 : Gap Empiris, Fenomena X1 ke Y

 : Gap Empiris, Fenomena X2 ke Y

 : Gap Empiris, Fenomena X3 ke Y

 : Return Saham

 : Penurunan Kinerja Perusahaan, Fenomena

Berdasarkan data diatas, fenomena atau kesenjangan teori dan fakta dilapangan untuk Nilai Tambah Ekonomi (EVA), Nilai Tambah Pasar (MVA), Daya Laba Dasar (BEP) dan Tingkat Pengembalian Saham rata-rata berada ditahun 2015, 2016, 2017 dan 2018.

Penurunan pada tahun tahun 2015 menjadi tahun perlambatan ekonomi yang efeknya dirasakan perusahaan sektor ritel, ini terjadi karena berkurangnya Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK) selain itu nilai tukar rupiah terhadap US Dollar melemah sehingga biaya operasional dan upah minimum meningkat ([katadata.co.id](http://katadata.co.id)). Ini berimbas kepada Nilai EVA karena meningkatnya biaya operational dan penurunan nilai laba. Nilai *Economic Value Added* (EVA) rata-rata tahun 2015, 2016 dan 2017 memiliki penurunan. Dampak ini pun berimbas terhadap nilai laba sehingga hal ini mempengaruhi komponen-komponen yang mempengaruhi EVA, seperti *Net Operating After Tax* (NOPAT) dan *Cost of Capital*. Peningkatan biaya bunga yang tidak diimbangi dengan meningkatnya laba bersih perusahaan, ini menurunkan nilai *Net Operating After Tax* (NOPAT) yang akan mempengaruhi penurunan nilai EVA, ketika nilai EVA negatif maka nilai perusahaan berkurang karena laba operasi setelah pajak lebih kecil daripada biaya modal dan rendahnya tingkat pengembalian saham yang diharapkan. Hal ini menyebabkan investor ragu untuk berinvestasi karena dikhawatir return yang dihasilkan bernilai kecil.

Pada tahun 2016 masih dirasakan dari dampak yang terjadi di tahun 2015, penurunan kinerja perusahaan karena merembaknya e-commerce atau toko online yang menurunkan daya beli masyarakat terhadap bisnis ritel sehingga

dampaknya terjadi penurunan omzet ([market.bisnis.com](http://market.bisnis.com)). Berkurangnya penjualan ritel yang terjadi berkisar tahun 2016 2017 dan 2018 membuat berkurangnya nilai laba. Kurangnya minat beli masyarakat terhadap sektor ritel karena munculnya *e-commerce* mengakibatkan turunnya pendapatan yang lebih kecil sehingga nilai laba yang dihasilkan menjadi rendah, ini berdampak pada nilai BEP yang berindikator laba operasi/usaha. Investor akan beranggapan bahwa perusahaan yang tidak mampu menghasilkan laba dari asetnya memiliki prospek yang kurang baik sehingga dampaknya kepada harga saham menurun.

Penjualan sektor ritel tahun 2017 turun 12-14% ditahun yang sebelumnya hingga kini hanya naik 3% karena inflasi hingga juli 2017 masih di 4%, meningkatnya inflasi menurunkan nilai saham yang berdampak akan menurunkan pula return yang dihasilkan perusahaan ([pinterpolitik.com](http://pinterpolitik.com)). Sehingga untuk berinvestasi tahun ini dikhawatirkan memiliki risiko yang tinggi karena inflasi. Ini akan mempengaruhi permintaan-penawaran saham dan harga saham, indikator ini dapat mempengaruhi nilai *Market Value Added* (MVA) yang mana mempunyai indikator jumlah saham beredar dan harga saham. Perhitungan *Market Value Added* (MVA) mengalami penurunan yang fluktuatif di karenakan harga saham yang tidak stabil dan menurunkan nilai modal yang ditanamkan investor sehingga kepercayaan investor untuk menanamkan modal baru berkurang. Hal ini juga disebabkan dengan nilai pasar jauh lebih rendah dari nilai ekuitas, sehingga terjadi penurunan nilai MVA.

Efek inflasi yang tinggi akan menyebabkan return saham perusahaan berkurang karena investor akan menahan modal investasinya karena

dikhawatirkan inflasi akan melonjak di kemudian hari. Desember 2018 sektor ritel mulai pulih perkiraan tumbuh hingga 10% salah faktornya adalah penyambutan pemilu yang menganggarkan belanja sejak semester II-2018 hingga semester awal 2019 mencapai 300 Triliun, ini pertanda meningkatnya penjualan sehingga investor mulai percaya untuk berinvestasi yang berdampak peningkatan return yang diterima perusahaan. Namun ada beberapa perusahaan ritel yang masih merasakan efek ditahun sebelumnya ([cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com)).

Akibat dari pada yang sudah di jalan diatas, rata-rata mempengaruhi laba bersih perusahaan, laba yang rendah dampaknya besar bagi harga saham. Harga saham yang rendah akan menghasilkan pengembalian yang lebih kecil kepada investor. Besarnya indikasi risiko atas pengembalian dan kewajiban terhadap investor akan menyurutkan minat investor untuk berinvestasi yang akan berimbas kepada pengembalian return yang diterima perusahaan.

Data empiris diatas menunjukkan fenomena yang terjadi antara teori dan fakta dilapangan. Ini berpengaruh pada indikator-indikator *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Basic Earning Power* (BEP) dan Return Saham. *Economic Value Added* (EVA) pengaruhnya terhadap return saham secara teori jika EVA positif maka akan menambah nilai perusahaan berdasarkan laba yang ditambahkan dari biaya modal sehingga return yang dihasilkan tinggi. Nilai tambah yang didasarkan pasar atau *Market Value Added* (MVA) yang tinggi akan menciptakan ekspektasi investor untuk berinvestasi dengan melihat nilai perusahaan dikurangi biaya yang diinvestasikan. Begitu pula dengan teori tentang *Basic Earning Power* (BEP), nilai BEP yang tinggi

akan mempengaruhi investor karena menunjukkan pendapatan yang meningkat maka dari itu para investor percaya bahwa perusahaan dapat memakmurkan pemegang saham sehingga mereka akan tetap berinvestasi atau bahkan investor baru yang tentunya akan menghasilkan return yang menguntungkan (*capital gain*).

Keterkaitan tersebut menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi mengenai *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), *Basic Earning Power* (BEP) dan *Return Saham*, begitu pun dengan keterkaitannya satu sama lain. Maka dari itu penulis menarik benang merah diantara variabel tersebut dengan judul :

**“Analisis Nilai Tambah Ekonomi (EVA), Nilai Tambah Pasar (MVA) Dan Daya Laba Dasar (BEP) Terhadap Tingkat Pengembalian Saham pada Perusahaan subsektor Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019”**

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka indentifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Penurunan kinerja Nilai Tambah Ekonomi (EVA) dan Nilai Tambah Pasar (MVA) di perusahaan PT Ace Hardware Tbk, PT Hero Supermarket Tbk, PT Matahari *Department Store* Tbk, PT Midi Utama Indonesia Tbk, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk dan PT Supra Boga

Lestari Tbk pada tahun 2015, 2016, 2017 dan 2018 dikarenakan perlambatan ekonomi, nilai tukar rupiah dan tingkat inflasi yang fluktuatif

2. Berkurangnya nilai laba tahun 2016 dan penurunan harga saham yang fluktuatif karena dikarenakan penjualan sektor ritel yang terus merosot dan rendahnya minat beli masyarakat terhadap sektor ritel.
3. Tahun 2016 dan 2017 rata-rata *return* saham pada perusahaan ritel mengalami penurunan.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan Nilai Tambah Ekonomi (EVA) pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019
2. Bagaimana perkembangan Nilai Tambah Pasar (MVA) pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019
3. Bagaimana perkembangan Daya Laba Dasar (BEP) pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019
4. Bagaimana perkembangan Tingkat Pengembalian Saham pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019

5. Seberapa besar pengaruh Nilai Tambah Ekonomi (EVA), Nilai Tambah Pasar (MVA) dan Daya Laba Dasar (BEP) terhadap Tingkat Pengembalian Saham baik secara parsial ataupun simultan pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk memperoleh data dan informasi serta mengetahui seberapa besar pengaruh Nilai Tambah Ekonomi (EVA), Nilai Tambah Pasar (MVA) dan Daya Laba Dasar (BEP) baik secara parsial maupun simultan terhadap Tingkat Pengembalian Saham pada 6 perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **1.3.2 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk Mengetahui perkembangan Nilai Tambah Ekonomi (EVA) pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019
2. Untuk Mengetahui perkembangan Nilai Tambah Pasar (MVA) pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019

3. Untuk Mengetahui perkembangan Daya Laba Dasar (BEP) pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019
4. Untuk Mengetahui perkembangan Tingkat Pengembalian Saham pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019
5. Untuk Mengetahui besarnya pengaruh Nilai Tambah Ekonomi (EVA), Nilai Tambah Pasar (MVA) dan Daya Laba Dasar (BEP) terhadap Tingkat Pengembalian Saham baik secara parsial ataupun simultan pada perusahaan subsektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan dan berguna untuk perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

##### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

Hasil penelitian diharapkan akan dapat acuan penelitian selanjutnya, terutama pada bidang keuangan tentang Nilai Tambah Ekonomi (EVA), Nilai Tambah Pasar (MVA), Daya Laba Dasar (BEP) dan Tingkat Pengembalian Saham

## **1.5 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, data penelitian diambil dari Bursa Efek Indonesia melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan unit yang diteliti yaitu 6 perusahaan ritel yang terdaftar di BEI. Untuk mendapatkan data serta informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan penelitian yang terkait dengan data laporan keuangan perusahaan subsektor Ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019.

Lokasi yang dipilih antara lain sebagai berikut :

1. PT Ace Hardware Indonesia Tbk. (ACE)
2. PT Hero Supermarket Tbk. (HERO)
3. PT Matahari *Department Store* Tbk. (LPPF)
4. PT Midi Utama Indonesia Tbk. (MIDI)
5. PT Ramayana Sentosa Tbk (RALS)
6. PT Supra Boga Lestari Tbk. (RANC)

Pengambilan data melalui *Indonesian Stock Exchange* (IDX) Kota Bandung yang beralamat di Jalan PH. H. Mustofa No.33 telepon (022) 20524208 Email: [kantorperwakilan.bandung@idx.co.id](mailto:kantorperwakilan.bandung@idx.co.id). Data juga didapat melalui situs resmi *Indonesian Stock Exchange* (IDX) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Waktu yang diperlukan sekiranya untuk menyelesaikan penelitian ini selama kurun waktu 6 (enam) bulan. Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Waktu Pelaksanaan Penelitian**

| No | Kegiatan                                  | Waktu Kegiatan |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
|----|---|----------------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|
|    |   | Februari       |   |   |   | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   | Juni |   |   |   | Juli |   |   |   |
|    |   | 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. | ACC Judul                                 | ■              | ■ | ■ | ■ |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 2. | Bimbingan Usulan Penelitian (UP)          |                |   |   |   | ■     | ■ | ■ | ■ |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 3. | ACC Usulan Penelitian                     |                |   |   |   |       |   |   |   | ■     | ■ | ■ | ■ |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 4. | Seminar Usulan Penelitian (UP)            |                |   |   |   |       |   |   |   | ■     | ■ | ■ | ■ |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |
| 5. | Bimbingan Setelah UP                      |                |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   | ■   | ■ | ■ | ■ | ■    | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |
| 6. | Pengolahan Data                           |                |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   | ■   | ■ | ■ | ■ | ■    | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |
| 7. | Penyusunan Kelengkapan Laporan Penelitian |                |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   | ■   | ■ | ■ | ■ | ■    | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |
| 8. | Pelaksanaan Sidang Akhir                  |                |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   | ■    | ■ | ■ | ■ |