

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Terpenuhinya kebutuhan semua orang termasuk dalam bagian sistem ekonomi Islam yang diinginkan, yaitu pembagian pendapatan dan kekayaan yang adil, serta pemberian kesempatan kerja sehingga setiap individu mendapatkan haknya sesuai dengan peranannya masing - masing. Investasi sebagai salah satu bagian dari aktivitas perekonomian yang juga diatur dalam konsep Islam. Di dalam Al-Qur'an, Allah SWT secara tegas menyatakan bahwa tidak ada seorang pun di alam semesta ini yang dapat mengetahui apa yang akan diperbuat, diusahakan serta kejadian apa yang akan terjadi di hari esok sehingga dengan ajaran tersebut seluruh manusia diperintahkan untuk melakukan investasi sebagai bekal dunia dan akhirat.¹

Indonesia memiliki sebuah pasar yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan efek perusahaan yang disebut dengan bursa efek atau bursa saham.² Bursa efek bersama dengan pasar uang tersebut yang merupakan salah satu sumber utama pemodal eksternal bagi perusahaan dan pemerintah. Bursa efek merupakan tolak ukur maju dan mundurnya sebuah sistem perekonomian Indonesia. Harga di bursa efek merupakan indikator yang menunjukkan pergerakan dan gejolak perekonomian suatu negara, khususnya dari segi sektor keuangan.

¹ Nurul Huda dan Mustafa Edwin, *Investasi pada Pasar Modal Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hal 18.

² Muhammad Alfito, *Bursa Efek*, dalam https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bursa_Efek, Diakses tanggal 12 Oktober 2018.

Sektor ini menjanjikan *return* dan likuiditas yang tinggi bagi investornya. Bursa efek akan mengambil peranan untuk mengarahkan dana dan wahana investasi bagi masyarakat.

Hadirnya bursa efek Indonesia mengakibatkan terjadinya pergeseran peranan perbankan yang hingga saat ini masih dominan. Oleh karena itu, bursa efek kini gencar mensosialisasikan tren menabung saham dengan judul sosialisasi ‘Yuk Nabung Saham’ yang bertujuan untuk merubah kebiasaan masyarakat dari menabung menjadi berinvestasi. Dengan berinvestasi secara rutin dan berkala akan mengembangkan industri pasar modal di Indonesia. Pasar modal adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran surat - surat berharga atau pasar yang memperdagangkan surat - surat berharga jangka panjang (seperti saham dan obligasi) sebagai bukti kepemilikan suatu perusahaan.³ Tujuan dari hasil penjualan tersebut nantinya akan dipergunakan sebagai tambahan atau untuk memperkuat modal perusahaan. Sedangkan pasar modal syariah adalah pasar modal yang seluruh mekanisme kegiatannya terutama mengenai emiten, jenis efek yang diperdagangkan dan mekanisme perdagangannya telah sesuai prinsip - prinsip syariah.

Indeks saham syariah di Indonesia yang ada di pasar modal syariah yaitu *Indeks Saham Syariah Indonesia* dan *Jakarta Islamic Index*. *Index Saham Syariah Indonesia* merupakan keseluruhan dari saham – saham syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan saham syariah yang ada di *Jakarta Islamic*

³ Herlan Firmansyah dan Dadang Husen Sobana, *Bank dan Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah*, (Jakarta: PT Nagakusuma Media Kreatif, 2014), hal 80.

Index merupakan bagian atau subset dari saham syariah *Indeks Saham Syariah Indonesia*.⁴

Reksa Dana Syariah pada pasar modal syariah pertama kali diterbitkan oleh PT Danareksa *Investment Management* tanggal 3 Juli 1997. Selanjutnya, Bursa Efek Indonesia (Bursa Efek Jakarta) bekerja sama dengan PT Danareksa *Investment Managemen* meluncurkan *Indeks Saham Syariah Indonesia* pada tanggal 12 Mei 2011 sebagai indikator dari kinerja pasar saham syariah Indonesia. Dengan hadirnya *index* tersebut, para pemodal telah disediakan saham – saham yang dapat dijadikan sarana berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah. Pada tanggal 18 April 2001, untuk pertama kalinya Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa yang berkaitan langsung dengan pasar modal, yaitu Fatwa Nomor 20/DSN-MUI/IV/2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi untuk Reksa Dana Syariah.⁵

Umumnya perusahaan penerbit saham berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Perusahaan perseroan merupakan perwujudan dan bentuk kombinasi antara mudharabah dan musyarakah yang tertutup (terbatas) dan terbuka.⁶ Pada sistem mudharabah, pihak yang menyetorkan dana tidak terlibat dalam pengelolaan perusahaan. Sementara pada sistem musyarakah, dua atau beberapa pihak bekerja sama saling menyetorkan modalnya. Bagi hasil dari kerja sama tersebut disesuaikan secara proporsional dengan dana yang disetorkan. Pihak - pihak yang

⁴Edison Sutan Kayo, *Beda Saham Syraiah ISSI dan JII*, <https://www.sahamok.com/saham-syariah/beda-saham-syariah-issi-dan-jii/> , Diakses tanggal 16 Oktober 2018.

⁵ Khairul Umam, *Pasar Modal Syariah dan Praktik Pasar Modal Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013) hal 94-95.

⁶ Muhamad Nafik, *Bursa Efek dan Investasi Syariah*, (Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2009), hal 244.

terlibat dalam musyarakah boleh menjadi mitra diam (tidak ikut mengelola) atau menjadi mitra yang aktif (ikut mengelola perusahaan).

PT *SMART Agribusiness and Food* adalah salah satu perusahaan yang terdaftar di *Indeks Saham Syariah Indonesia*. PT *SMART Agribusiness and Food* merupakan salah satu perusahaan publik produk konsumen berbasis kelapa sawit yang terintegrasi dan terkemuka di Indonesia yang berkomitmen pada produksi minyak sawit yang berkelanjutan. Perkebunan kelapa sawit SMART mencakup lebih dari 138.000 hektar. Aktivitas utama perusahaan SMART adalah penanaman dan pemanenan pohon kelapa sawit, pengolahan tandan buah segar (TBS) menjadi minyak sawit (CPO) dan inti sawit, dan pemrosesan CPO menjadi produk bernilai tambah seperti minyak goreng, margarin, *shortening*, *biodiesel* dan *oleokimia*, serta perdagangan produk berbasis kelapa sawit ke seluruh dunia. SMART juga mengoperasikan 16 pabrik kelapa sawit, 5 pabrik pengolahan inti sawit dan 4 pabrik rafinasi di Indonesia.⁷

Pasar modal dan investasi tidak lepas dari produk sekuritas yaitu saham. Saham adalah tanda bukti kepemilikan modal atau dana pada suatu perusahaan. Dengan memiliki saham berarti investor secara langsung telah memiliki sebagian dari perusahaan dan menjadi salah satu pemilik dari perusahaan yang di investasikannya tersebut. Investor yang akan melakukan investasi dengan membeli saham dipasar modal akan menganalisa kondisi perusahaan terlebih dahulu agar investasi yang dilakukan dapat memberikan keuntungan (*Return*). Memperoleh *return* atau keuntungan merupakan tujuan utama dari para investor

⁷ PT *Smart Agribusiness and Food*, *Tentang Kami*, <http://www.smart-tbk.com/tentang/>, Diakses tanggal 17 Oktober 2018.

di pasar modal. Para investor menggunakan berbagai cara untuk memperoleh *return* yang diinginkan, baik melalui analisis sendiri terhadap perilaku perdagangan saham, maupun dengan memanfaatkan sarana yang diberikan oleh para analisis pasar modal, seperti *broker*, *dealer* dan manajer investasi.

Laporan keuangan secara umum mempunyai tujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu. Laporan keuangan juga dapat disusun secara seketika sesuai kebutuhan perusahaan maupun secara periodik. Oleh karena itu, laporan keuangan mampu memberikan informasi keuangan kepada pihak internal dan pihak eksternal perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.⁸ Surat berharga berkewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangan pada periode tertentu. Untuk mengukur kinerja pada keuangan dapat dilakukan dengan menganalisis rasio keuangan.

Sales Growth termasuk dalam salah satu alat ukur dalam menilai kinerja perusahaan. Perusahaan yang baik dapat juga dinilai dari tingkat penjualan perusahaannya. Naik turunnya *Sales Growth* pada suatu perusahaan akan berdampak pada meningkatnya keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut sehingga pendanaan internal perusahaan juga ikut meningkat.

Alat ukur kinerja pada keuangan bisa di lihat dari rasio profitabilitasnya. Rasio profitabilitas adalah suatu rasio yang kemampuannya menghasilkan laba perusahaan. Dalam analisis rasio ini, kemampuan menghasilkan laba dapat

⁸ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group, 2010), hal 66.

dikaitkan dengan penjualan, aset atau modal suatu perusahaan.⁹ Profitabilitas mendapat tempat tersendiri dalam penilaian perusahaan karena secara sadar perusahaan didirikan untuk memperoleh laba. Salah satu rasio yang termasuk ke dalam rasio profitabilitas adalah *Gross Profit Margin*. Rasio ini sangat penting dalam penilaian perusahaan karena jika semakin besar nilai rasio maka akan semakin bagus manajemen penjualan perusahaan tersebut.

Merujuk kepada penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk menetapkan *Return Saham* sebagai variabel dependen, *Sales Growth* dan *Gross Profit Margin* sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Dan tempat penelitian tersebut di PT *SMART Agribusiness and Food*. Dibawah ini penulis akan menampilkan data *Sales Growth*, *Gross Profit Margin* dan *Return Saham* yang terdapat dalam Laporan Tahunan PT *SMART Agribusiness and Food* selama sepuluh tahun dari tahun 2008 sampai tahun 2017 dalam tampilan tabel dan grafik.

Tabel 1.1
Data Tahunan *Sales Growth* (X_1), *Gross Profit Margin* (X_2) dan *Return Saham* (Y) pada PT *SMART Agribusiness and Food* Tbk. Periode 2008-2017¹⁰

Tahun	Sales Growth (%)		GPM (%)		Return Saham (%)		Ket
2008	99.3		23.4		-71.6		
2009	-11.8	↓	12.1	↓	50	↑	
2010	42.7	↑	15.5	↑	96	↑	
2011	56.3	↑	23.7	↑	28	↓	
2012	-13.1	↓	23.7	↑	2.3	↓	
2013	-13	↓	17.2	↓	19.8	↑	
2014	35.1	↑	14.5	↓	3.1	↓	

⁹ Toto Prihadi, *Analisa Laporan Keuangan : Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PPM, 2010), hal 258.

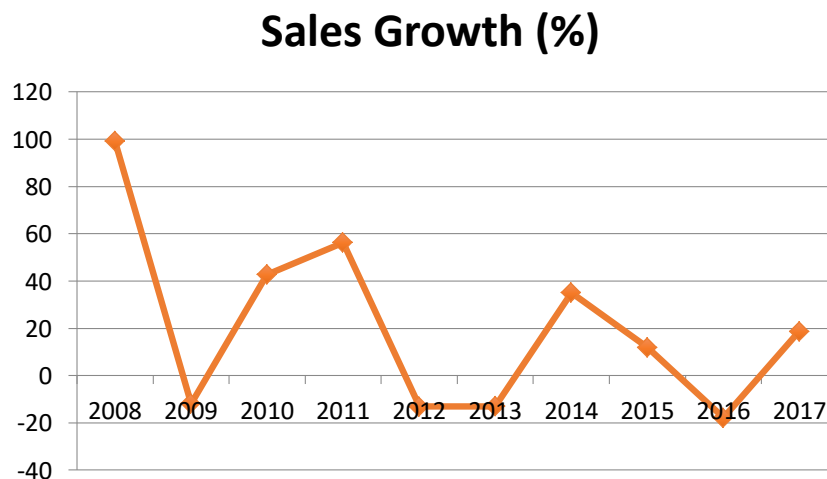
¹⁰ Editor, <https://www.smart-tbk.com/>, data diolah dari *Annual Report*, diakses pada tanggal 31 September 2018.

2015	12	↓	10.9	↓	-48.1	↓	
2016	-17.8	↓	14.2	↑	3.5	↑	
2017	18.7	↑	12.2	↓	-21.3	↓	

Teori menyatakan semakin besar *Sales Growth*, maka laba yang akan diperoleh perusahaan akan semakin meningkat. Namun, melihat pada tabel diatas variabel *Sales Growth* tahun 2009 mengalami penurunan dari 99.3% menjadi (11.8%). Selanjutnya pada tahun 2012 dan 2013 *Sales Growth* mengalami penurunan yang sangat drastis dan berturut-turut selama dua tahun, pada tahun 2012 menurun menjadi (13.1%) dan pada tahun 2013 menjadi (13.1%). Penurunan tersebut terjadi juga pada dua tahun terakhir ini yaitu pada tahun 2015 dan 2016, tahun 2015 menurun menjadi 12% dan tahun 2016 menurun menjadi (17.8%).

Berikut perkembangan *Sales Growth* di PT SMART Agribusiness and Food selama sebelas tahun yang diilustrasikan pada grafik dibawah ini.

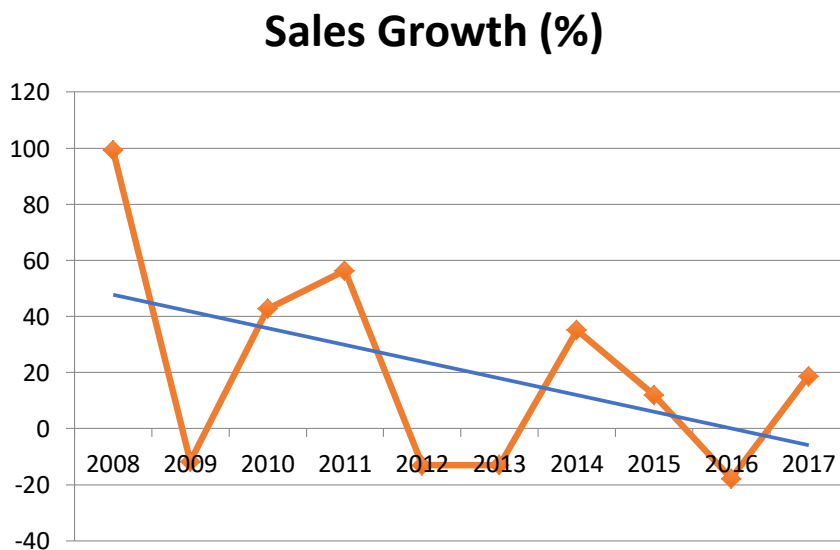
Grafik 1.1
Perkembangan *Sales Growth* PT SMART Agribusiness and Food Tbk.
Periode 2008-2017¹¹



¹¹ Editor, <https://www.smart-tbk.com/>, data diolah dari *Annual Report*, diakses pada tanggal 01 Oktober 2018.

Mengacu pada grafik diatas pergerakan *Sales Growth* dari tahun 2008 ini *Sales Growth* mengalami titik tertinggi selama sepuluh tahun ini sebesar 99,3%. Pada tahun 2009 *Sales Growth* mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar (11,8%). Namun pada tujuh tahun selanjutnya dari tahun 2010 sampai tahun 2016 mengalami trend yang menurun. Pada tahun 2016 merupakan titik terendah *Sales Growth* yaitu (17,6%), namun hal tersebut tidak berlangsung lama karena pada tahun 2017 perusahaan mampu bangkit dan menstabilkan kembali.

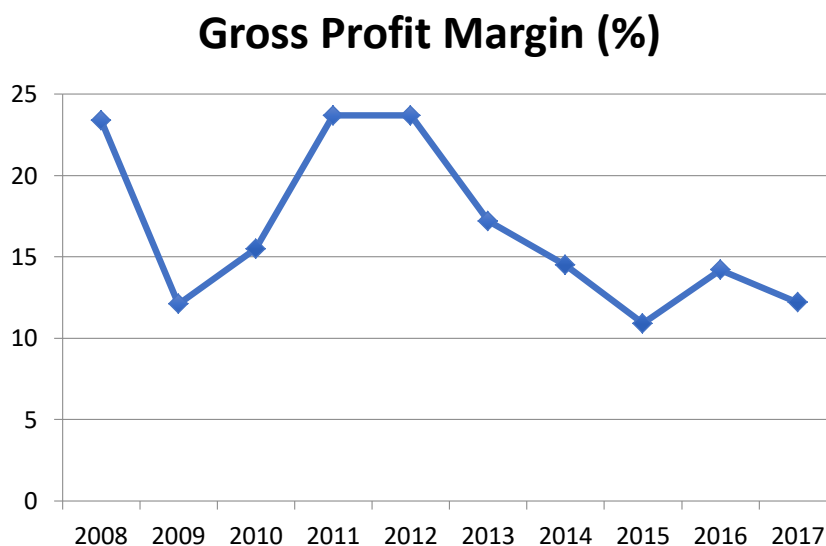
Grafik 1.2
Trendline Sales Growth PT SMART Agribusiness and Food Tbk.
Periode 2008-2017¹²



Berdasarkan pada grafik *trendline* diatas pergerakan *Sales Growth* dari tahun ke tahun selama sepuluh tahun tersebut mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dirumuskan bahwa *trendline Sales Growth* pada PT *SMART Agribusiness and Food* selama sepuluh tahun ini mengalami *trendline* menurun sebagaimana yang digambarkan pada grafik tersebut.

¹² *Idem*

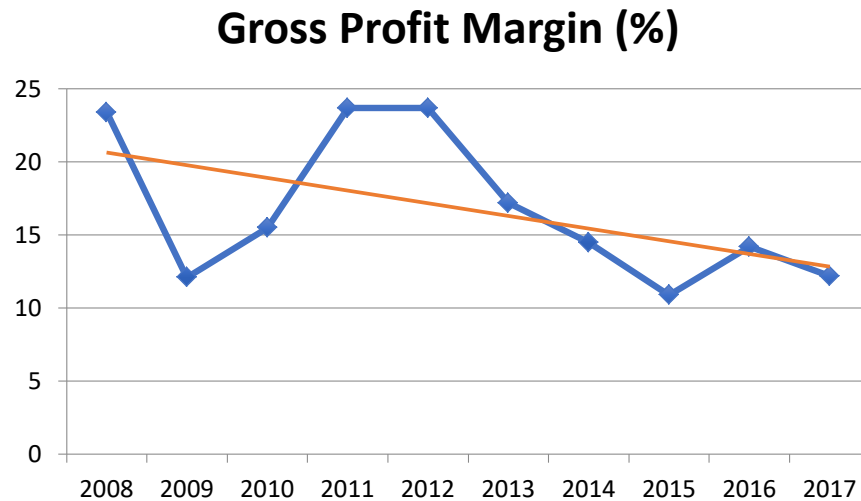
Grafik 1.3
Perkembangan *Gross Profit Margin* PT SMART Agribusiness and Food Tbk.
Periode 2008-2017¹³



Mengarah pada grafik diatas pergerakan *Gross Profit Margin* dari dua tahun pertama yaitu tahun 2008 dan tahun 2009 mengalami penurunan yang berturut - turut yaitu pada tahun 2008 mengalami penurunan sebesar 23.4% dan tahun 2009 mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar 12.1%. Namun pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2010 - 2012 *Gross Profit Margin* mengalami kenaikan kembali yang berada di titik tertinggi sebesar 23.7% dan pada tahun 2013 mengalami penurunan berturut – turut sebesar 17.2%, sedangkan pada tahun 2014 sebesar 14.5% dan pada tahun 2015 merupakan titik terendah *Gross Profit Margin* yaitu 10.9%. Namun pada tahun 2016 *Gross Profit Margin* mengalami kenaikan kembali sebesar 14.2%, dan pada tahun terakhir yaitu tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 12.2%.

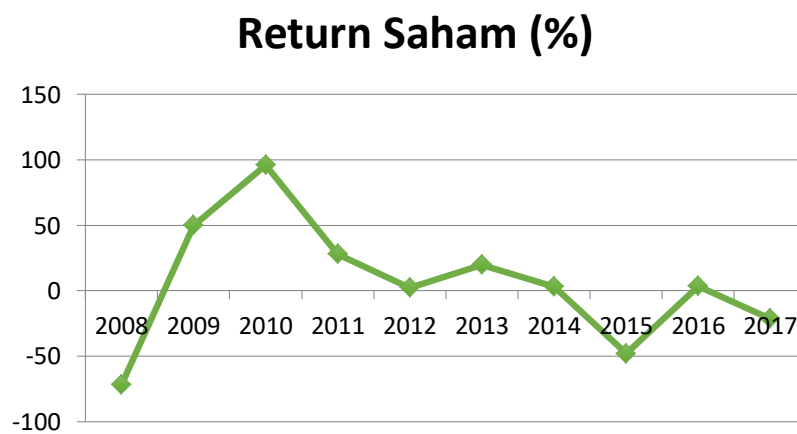
¹³ Editor, <https://www.smart-tbk.com/>, data diolah dari *Annual Report*, diakses pada tanggal 01 Oktober 2018.

Grafik 1.4
Trendline Gross Profit Margin PT SMART Agribusiness and Food Tbk.
Periode 2008-2017¹⁴



Mengarah pada grafik diatas pergerakan *Gross Profit Margin* dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dirumuskan bahwa grafik dan *trendline Gross Profit Margin* pada PT SMART Agribusiness and Food selama sepuluh tahun ini menurun sebagaimana yang digambarkan pada grafik tersebut.

Grafik 1.5
Perkembangan Return Saham PT SMART Agribusiness and Food Tbk.
Periode 2008-2017¹⁵

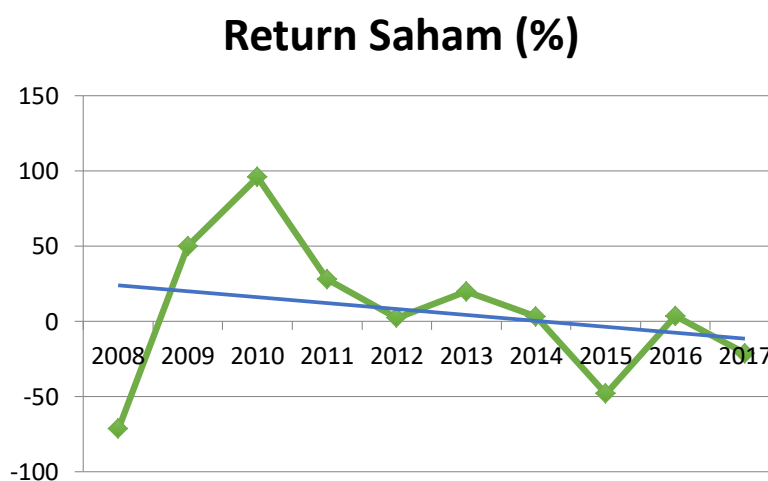


¹⁴ *Idem*

¹⁵ *Idem*

Mengacu pada grafik diatas *Return Saham* bergerak secara fluktuatif. Pada tahun 2008 *Return Saham* berada di titik yang paling rendah yaitu (71.6%). Dua tahun selanjutnya mengalami kenaikan berturut – turut yaitu pada tahun 2009 sebesar 50% dan pada tahun 2010 sebesar 96%. Begitupun untuk tahun selanjutnya *Return Saham* mengalami kenaikan dan penurunan kembali. Pada tahun 2011 dan 2012 mengalami penurunan yang berturut - turut yaitu 28% dan 2.3%. Untuk tahun 2013 mengalami kenaikan sebesar 19.8% serta mengalami penurunan kembali pada tahun 2014 dan 2015 sebesar 3.1% dan (48.1%). Tahun terakhir tetap mengalami penurunan sebesar (21.3%).

Grafik 1.6
Trendline Return Saham PT SMART Agribusiness and Food Tbk.
Periode 2008-2017¹⁶



Mengarah pada grafik diatas *Return Saham* bergerak secara fluktuatif. Hal ini dapat dirumuskan bahwa trend *Return Saham* pada PT *SMART Agribusiness and Food* selama sebelas tahun ini menurun sebagaimana yang digambarkan pada grafik tersebut.

¹⁶ Editor, <https://www.smart-tbk.com/>, data diolah dari *Annual Report*, diakses pada tanggal 01 Oktober 2018.

Mengacu pada uraian yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai *Pengaruh Sales Growth (SG) dan Gross Profit Margin (GPM) terhadap Return Saham pada Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) (Studi di PT SMART Agribusiness and Food Tbk Periode 2008-2017)*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, menunjukkan bahwa perkembangan *Sales Growth*, *Gross Profit Margin*, dan *Return Saham* yang fluktuatif. Pergerakannya terkadang tidak berbanding lurus antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Dari identifikasi masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut;

1. Seberapa besar pengaruh *Sales Growth (SG)* secara parsial terhadap *Return Saham* di *PT SMART Agribusiness and Food Tbk* pada periode 2008-2017?
2. Seberapa besar pengaruh *Gross Profit Margin (GPM)* secara parsial terhadap *Return Saham* di *PT SMART Agribusiness and Food Tbk* pada periode 2008-2017?
3. Seberapa besar pengaruh *Sales Growth (SG)* dan *Gross Profit Margin (GPM)* secara simultan terhadap *Return Saham* di *PT SMART Agribusiness and Food Tbk* pada periode 2008-2017?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sales Growth* (SG) secara parsial terhadap *Return Saham* di PT *SMART Agribusiness and Food Tbk* pada periode 2008 - 2017;
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) secara parsial terhadap *Return Saham* di PT *SMART Agribusiness and Food Tbk* pada periode 2008 - 2017;
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sales Growth* (SG) dan *Gross Profit Margin* (GPM) secara simultan terhadap *Return Saham* di PT *SMART Agribusiness and Food Tbk* pada periode 2008 - 2017.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan baik secara akademik maupun praktis, seperti peneliti uraikan sebagai berikut;

1. Kegunaan Teoritis

- a. Mendeskripsikan pengaruh *Sales Growth* (SG) dan *Gross Profit Margin* (GPM) secara simultan terhadap *Return Saham* di PT *SMART Agribusiness and Food Tbk*;
- b. Memperkuat penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh *Sales Growth* (SG) dan *Gross Profit Margin* (GPM) secara simultan terhadap *Return Saham* di PT *SMART Agribusiness and Food Tbk*;

- c. Mengembangkan konsep dan teori *Sales Growth (SG)* dan *Gross Profit Margin (GPM)* secara simultan terhadap *Return Saham* di PT *SMART Agribusiness and Food Tbk.*

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi perusahaan khususnya mengenai *Sales Growth (SG)* dan *Gross Profit Margin (GPM)* sehingga dapat dijadikan sebagai informasi untuk perusahaan dimasa yang akan datang;
- b. Bagi masyarakat dan para calon investor, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran sekaligus pertimbangan ketika akan menanamkan dananya di pasar modal dan memilih *Indeks Saham Syariah Indonesia*;
- c. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.