

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri telekomunikasi Indonesia memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi dan digitalisasi negara. Karena jumlah penduduknya yang besar dan wilayah geografis yang luas, layanan telekomunikasi yang andal menjadi kebutuhan utama masyarakat. Beberapa perusahaan besar mendominasi sektor ini, seperti PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, PT XL Axiata Tbk, PT Indosat Tbk (Indosat Ooredoo Hutchison), PT Smartfren Telecom Tbk, dan PT Bakrie Telecom Tbk.

Telkom adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang didirikan pada tahun 1961 dengan nama PT Pos dan Telekomunikasi Nasional (PN Postel). Pada tahun 2016, Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari ulang tahunnya. Telkom bergerak di bidang jasa teknologi informasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi. Mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia yakni sebesar 52,09%, sedangkan sisanya sebesar 47,91% dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan simbol "TLKM".

Fluktuasi harga saham Telkom kerap kali dipengaruhi oleh kondisi internal perusahaan dan faktor eksternal seperti kasus besar pada tahun 2017 serta dampak pandemi COVID-19 pada tahun 2019-2021 yang menyebabkan kinerja dan harga saham perusahaan menurun. Didirikan pada tahun 1989, XL Axiata adalah salah

satu penyedia layanan telekomunikasi terkemuka di Indonesia yang menawarkan layanan data dan telekomunikasi. Saham XL Axiata terdaftar di BEI dengan kode “EXCL”. Perusahaan ini juga terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperluas jangkauan jaringan. Salah satu pencapaian penting adalah struktur pendanaan yang solid, dengan laporan keuangan 2023 menunjukkan bahwa XL Axiata tidak memiliki utang dalam mata uang USD, dan 57% dari total pinjaman memiliki bunga tetap.

Indosat Ooredoo Hutchison, hasil merger antara Indosat Ooredoo dan Hutchison 3 Indonesia pada tahun 2022, adalah pemain besar lainnya dalam industri telekomunikasi. Perusahaan ini terus mengembangkan infrastruktur jaringan untuk mendukung transformasi digital di Indonesia. Saham Indosat diperdagangkan dengan kode “ISAT” di BEI.

Smartfren, yang awalnya dikenal sebagai Mobile-8 Telecom, telah mengukuhkan posisinya sebagai penyedia layanan 4G LTE di Indonesia. Perusahaan ini dimiliki oleh Sinar Mas Group. Pada akhir 2024, Smartfren mengumumkan rencana merger dengan XL Axiata untuk memperkuat pangsa pasar dan meningkatkan daya saing di industri. Saham Smartfren diperdagangkan di BEI dengan kode “FREN”.

Bakrie Telecom, yang dikenal dengan produk seperti Esia dan Wimode, pernah menjadi salah satu pelopor teknologi CDMA di Indonesia. Namun, perusahaan ini menghadapi tantangan besar, termasuk penurunan pangsa pasar akibat perubahan teknologi dan persaingan ketat.

Harga saham sendiri dapat dipahami sebagai harga satuan saham di pasar

saat ini. Jika bursa saham tutup, maka harga saham adalah harga penutupan. Salah satu faktor yang menentukan pergerakan harga saham jangka pendek adalah semakin banyak calon investor yang membeli suatu saham, maka harga saham perusahaan tersebut akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya. Sementara itu, kinerja dan tren harga saham perusahaan penerbit menunjukkan bahwa tren harga saham jangka panjang secara umum terus meningkat, dan tidak ada bursa saham yang mengalami penurunan tajam.

Harga saham di sektor telekomunikasi, termasuk Telkom, XL Axiata, Indosat, Smartfren, dan Bakrie Telecom, dipengaruhi oleh berbagai faktor mikro (seperti kinerja perusahaan) dan makro (seperti kondisi ekonomi global dan regulasi pemerintah). Pada jangka pendek, minat investor dapat memengaruhi pergerakan harga saham. Sementara itu, kinerja emiten dan inovasi teknologi menjadi penentu utama pada jangka panjang.

Dalam konteks pasar saham, harga saham perusahaan telekomunikasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik mikro maupun makro. Faktor mikro merupakan permasalahan yang timbul dari manajemen internal perusahaan, seperti manajemen keuangan, manajemen operasional, dan faktor lainnya. Faktor makro merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan atau di luar perusahaan, seperti kebijakan pemerintah, perdagangan internasional, kasus yang berkaitan dengan perusahaan, dan lain sebagainya. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi harga saham.

Saham adalah surat berharga yang diperdagangkan di pasar modal. (Fahmi, 2018: 270) “Saham merupakan tanda bukti kepemilikan atas modal atau dana suatu

perusahaan.” Banyak investor yang bersedia menanamkan modal atau uangnya pada suatu perusahaan dengan harapan investasi tersebut akan bernilai lebih tinggi di masa mendatang, sehingga berdampak pada harga saham. Harga saham adalah nilai sekarang yang dapat direalisasikan investor di masa mendatang. Menurut Adipalguna & Suarjaya (2016), “Emiten memperoleh keuntungan yang besar karena kenaikan keuntungan yang diterima investor tercermin pada harga saham.” Risiko muncul karena pergerakan harga saham tidak dapat diprediksi. Risiko yang paling umum dalam investasi saham adalah fluktuasi harga saham yang dapat terjadi sewaktu-waktu. Setiap kali terjadi perbedaan harga saham, investor merasa berisiko. Pendapatan investasi merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan ketika berinvestasi karena memengaruhi harga saham.

Menurut Wiagustini (2014:85-86), “Rasio keuangan suatu perusahaan dibagi menjadi 5 bagian di antaranya:

1. Rasio Likuiditas; yaitu untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo.
2. Rasio Solvabilitas/Leverage; yaitu untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan dibiayai oleh sumber daya kredit, efektivitas perusahaan menggunakan sumberdaya keuangan.
3. Rasio Profitabilitas/Rentabilitas; yaitu yang mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan penilaian/rasio pasar yang mengevaluasi visibilitasnya di pasar.

Rasio utang/ekuitas juga dikenal sebagai rasio leverage, merupakan komponen kunci dari profitabilitas. Ini digunakan untuk menentukan berapa banyak

modal yang telah diinvestasikan perusahaan dalam pembiayaan utang. Leverage dihitung dan leverage juga dapat memengaruhi harga saham. Menurut (Munawir, 2014), leverage adalah bukti bahwa perusahaan dapat memenuhi semua kewajiban keuangannya jika telah diberikan uang, terlepas dari apakah itu kewajiban jangka pendek atau jangka panjang. Dengan kata lain, leverage menunjukkan bahwa sebuah perusahaan cukup layak kredit. Seiring dengan meningkatnya jumlah bunga yang harus dibayarkan, rasio utang-ekuitas menurun ketika perusahaan menggunakan lebih banyak utang daripada ekuitas. Hal ini dikarenakan besaran bunga yang harus dibayarkan juga meningkat. Besaran bunga yang harus dibayar juga berpengaruh negatif terhadap pendapatan, sehingga besaran bunga yang harus dibayar terus meningkat. Tolok ukur yang digunakan untuk menentukan nilai ini adalah rasio utang terhadap ekuitas (DER). Hal ini karena ada hubungan antara utang dan ekuitas. Rasio utang terhadap ekuitas (DER) juga dapat digunakan sebagai indikator utang saat menilai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Hal ini juga dikarenakan pada rasio tersebut membentuk sebuah hubungan pada hutang dan ekuitas.

Ini juga dapat menunjukkan seberapa besar sumber pembiayaan tergantung pada pendapatan perusahaan. Saat memutuskan peluang investasi mana yang akan dikejar, risiko ini harus dipertimbangkan dengan cermat karena investor memikul sebagian besar tanggung jawab atas utang perusahaan. Sebuah studi oleh (Silanno, Glousa Lera & Loupatty 2021) menemukan bahwa leverage tidak berdampak signifikan pada kesulitan keuangan. Berbeda dengan penelitian oleh (Amrulloh et al. 2022), yang menemukan bahwa leverage berdampak negatif pada nilai

perusahaan. Rasio gearing adalah indikator penting yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang. Menurut (Fahmi: 2014:75), penggunaan utang yang berlebihan menimbulkan risiko bagi perusahaan karena termasuk dalam kategori leverage ekstrem (Hutang Ekstrim) yang berlebihan dan kelebihan utang sehingga sulit untuk mengurangi beban utang, oleh karena itu perusahaan harus menyeimbangkan banyaknya utang yang layak diambil dan dari mana sumberdaya yang akan digunakan untuk melunasi hutang.

Peningkatan penjualan diteliti dalam penelitian ini, di mana pertumbuhan penjualan merupakan salah satu indikator peningkatan pendapatan yang terus meningkat. Jika sebuah perusahaan memiliki omset yang cukup tinggi, maka perusahaan juga memiliki potensi yang cukup untuk mengumpulkan lebih banyak uang untuk disewa. Sebuah perusahaan akan dapat memenuhi biaya operasional yang timbul sebagai akibat dari peningkatan pendapatan yang signifikan. Oleh karena itu, akan ada permintaan yang signifikan untuk saham perusahaan, yang dapat menyebabkan kenaikan harga saham. Jika harga saham naik sebagai akibat dari pertumbuhan, nilai saham perusahaan akan meningkat. Dampak terhadap harga saham dapat berasal dari berbagai faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal yang mempengaruhi kinerja suatu perusahaan atau pasar secara keseluruhan.

Beberapa faktor utama yang dapat mempengaruhi harga saham, yaitu:

1. Kinerja Perusahaan, yaitu kuat atau lemahnya hasil keuangan pada suatu perusahaan dapat berdampak langsung pada harga sahamnya. Ketika suatu perusahaan mencatat pertumbuhan pada pendapatan yang signifikan atau melebihi ekspektasi pasar, hal tersebut bisa menyebabkan harga saham naik.

Sebaliknya, apabila kinerja yang buruk atau mengalami penurunan pada laba akan dapat menyebabkan harga saham mengalami penurunan.

2. Faktor Eksternal, yaitu berita ekonomi, peristiwa politik atau peristiwa dunia seperti perubahan atas kebijakan pemerintah, konflik internasional, atau bahkan perubahan suku bunga dapat berampak signifikan terhadap pasar saham secara keseluruhan. Misalnya, adanya ketidakpastian politik atau kondisi ekonomi yang tidak stabil akan dapat menyebabkan penurunan pasar saham secara keseluruhan.
3. Sentimen Pasar dan Investor, yaitu psikologi pasar dapat memiliki dampak yang cukup besar terhadap harga saham. Sentimen pasar yang positif akan dapat mendorong para investor untuk membeli saham sedangkan sentimen yang negatif dapat menyebabkan penjualan masal serta penurunan harga saham.
4. Perubahan Dalam Industri, yaitu berita atau inovasi dalam suatu industri tertentu dapat mempengaruhi harga saham perusahaan-perusahaan dalam industri tersebut. Misalnya, perkembangan teknologi baru dalam sektor tertentu dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang terkait.

Penting juga untuk diingat bahwa harga saham juga dapat dipengaruhi oleh ekspektasi dan persepsi pasar terhadap suatu perusahaan tertentu atau pasar secara menyeluruh. Dalam investasi saham, penting juga untuk memahami bahwa harga saham bisa berfluktuasi secara signifikan dalam jangka pendek karena banyaknya faktor ini. Investasi biasanya melakukan analisis fundamental dan teknikal untuk mencoba memprediksi pergerakan harga saham berdasarkan informasi yang tersedia.

Berdasarkan uraian tersebut, maka rasio keuangan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yaitu: 1) Rasio *leverage: Debt to Equity Ratio* (DER). 2) Pertumbuhan Penjualan, dan 3) Dampak Terhadap Harga Saham pada sektor telekomunikasi Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2022. Berikut data harga saham pada sektor telekomunikasi Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2022.

Tabel 1.1 Harga Saham pada Sektor Telekomunikasi Indonesia Yang

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2017-2022

KODE	2017	2018	2019	2020	2021	2022
EXCL	Rp 2.960	Rp 1.980	Rp 3.150	Rp 2.730	Rp 3.70	Rp 2.140
ISAT	Rp 1.195	Rp 421	Rp 727	Rp 1.412	Rp 1.381	Rp 1.493
BTEL	Rp 50					
FREN	Rp 50	Rp 78	Rp 135	Rp 72	Rp 87	Rp 66
TLKM	Rp 4.320	Rp 3.990	Rp 3.510	Rp 3.980	Rp 3.570	Rp 4.170

Sumber: Data diolah Lampiran 2.

Pada Tabel 1.1, terlihat bahwa harga saham perusahaan-perusahaan di sektor telekomunikasi Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami perubahan yang signifikan setiap tahunnya. Perubahan harga saham ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti penawaran dan permintaan investor, kondisi ekonomi makro negara, serta faktor internal perusahaan itu sendiri.

Untuk perusahaan PT XL Axiata Tbk (EXCL), harga sahamnya mengalami fluktuasi yang terlihat dari harga saham pada 2017 sebesar Rp 2.960, kemudian turun pada tahun 2018 menjadi Rp 1.980. Namun, harga saham EXCL naik kembali pada 2019 menjadi Rp 3.150 dan turun sedikit pada 2020 menjadi Rp 2.730. Pada 2021, harga saham EXCL mengalami kenaikan menjadi Rp 3.700, namun kembali turun pada 2022 menjadi Rp 2.140. Pada PT Indosat Tbk (ISAT), harga saham

menunjukkan tren yang lebih volatile. Pada 2017, harga saham ISAT adalah Rp 1.195, yang turun tajam pada 2018 menjadi Rp 421. Meskipun ada kenaikan di 2019 menjadi Rp 727, harga saham ISAT kembali melonjak pada 2020 menjadi Rp 1.412, namun turun sedikit pada 2021 menjadi Rp 1.381, dan sedikit naik pada 2022 menjadi Rp 1.493. Saham PT Bakrie Telecom Tbk (BTEL) terbilang stagnan, dengan harga saham tetap Rp 50 setiap tahun dari 2017 hingga 2022.

Sementara itu, untuk PT Smartfren Telecom Tbk (FREN), harga sahamnya juga menunjukkan fluktuasi yang cukup tajam, dimulai dengan harga Rp 50 pada 2017, sedikit naik pada 2018 menjadi Rp 78, kemudian naik lebih signifikan menjadi Rp 135 pada 2019. Namun, harga saham FREN turun pada 2020 menjadi Rp 72, naik sedikit pada 2021 menjadi Rp 87, dan kembali turun pada 2022 menjadi Rp 66. PT Telkom Indonesia Tbk (TLKM) menunjukkan harga saham yang lebih stabil dibandingkan perusahaan lainnya. Pada 2017, harga saham TLKM adalah Rp 4.320, yang kemudian sedikit turun pada 2018 menjadi Rp 3.990. Pada 2019, harga saham turun lagi menjadi Rp 3.510, tetapi pada 2020 naik menjadi Rp 3.980. Pada 2021, harga saham kembali turun menjadi Rp 3.570, dan pada 2022 harga saham kembali naik menjadi Rp 4.170. Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa harga saham pada perusahaan sektor telekomunikasi Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami perubahan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal yang terjadi sepanjang periode 2017-2022. Pergerakan harga saham ini mencerminkan dinamika pasar dan kondisi ekonomi yang terus berubah.

Tabel 1.2 Data Perkembangan Pertumbuhan Penjualan pada Sektor Telekomunikasi Indonesia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada

Periode 2017-2022.

KODE	2017	2018	2019	2020	2021	2022
EXCL	7.18%	9.56%	3.49%	4.70%	2.86%	8.93%
ISAT	2.50%	4.70%	12.60%	9.20%	12.40%	9.57%
BTEL	16.35%	27.00%	32.40%	38.30%	52.16%	55.16%
FREN	6.31%	9.10%	19.17%	34.60%	17.20%	22.40%
TLKM	17.50%	17.70%	10.73%	11.50%	19.00%	16.14%

Sumber: Data diolah Lampiran 2.

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada Tabel 1.2, tingkat kenaikan penjualan pada sektor telekomunikasi di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan variasi dari tahun ke tahun selama periode 2017-2022. Pada tahun 2017, EXCL mencatatkan pertumbuhan penjualan sebesar 7,18%. Tren ini terus meningkat hingga mencapai puncaknya pada tahun 2018 sebesar 9,56%. Namun, pada tahun 2019, pertumbuhannya menurun menjadi 3,49%. Penurunan ini berlanjut hingga tahun 2020 dengan pertumbuhan sebesar 4,70%. Pada tahun 2021, EXCL mengalami perlambatan hingga mencapai pertumbuhan terendah sebesar 2,86%, tetapi berhasil rebound pada tahun 2022 dengan peningkatan signifikan menjadi 8,93%. ISAT menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup stabil. Pada tahun 2017, pertumbuhan penjualannya sebesar 2,50%, meningkat menjadi 4,70% pada tahun 2018. Tren ini terus berlanjut hingga mencapai puncaknya pada tahun 2019 sebesar 12,60%. Pada tahun 2020, pertumbuhannya sedikit menurun menjadi 9,20%, tetapi kembali meningkat pada tahun 2021 dengan pertumbuhan 12,40%. Pada tahun 2022, ISAT mengalami sedikit penurunan pertumbuhan menjadi 9,57%. BTEL menunjukkan pertumbuhan penjualan yang konsisten dan signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, pertumbuhannya tercatat sebesar 16,35% dan terus meningkat menjadi 27,00% pada tahun 2018. Tren positif ini berlanjut hingga

mencapai puncaknya pada tahun 2022 dengan pertumbuhan sebesar 55,16%.

FREN menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2017, pertumbuhan penjualannya sebesar 6,31% dan meningkat menjadi 9,10% pada tahun 2018. Tren pertumbuhan terus berlanjut hingga mencapai puncaknya pada tahun 2020 dengan angka 34,60%. Namun, pada tahun 2021, terjadi perlambatan menjadi 17,20%, sebelum meningkat kembali menjadi 22,40% pada tahun 2022. TLKM menunjukkan pertumbuhan penjualan yang relatif stabil dan tinggi. Pada tahun 2017, pertumbuhannya tercatat sebesar 17,50% dan meningkat menjadi 17,70% pada tahun 2018. Namun, pada tahun 2019 dan 2020, terjadi perlambatan masing-masing sebesar 10,73% dan 11,50%. Pada tahun 2021, pertumbuhan TLKM kembali meningkat signifikan menjadi 19,00% dan sedikit menurun pada tahun 2022 dengan angka 16,14%. Dari data yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa dinamika pertumbuhan penjualan sektor telekomunikasi di Indonesia mencerminkan kemampuan perusahaan-perusahaan tersebut untuk beradaptasi dengan kondisi pasar dan faktor ekonomi yang terus berubah. Perusahaan seperti BTEL menunjukkan tren pertumbuhan yang stabil, sedangkan perusahaan lain seperti FREN dan ISAT mengalami fluktuasi yang signifikan. Secara keseluruhan, sektor telekomunikasi tetap menjadi salah satu sektor yang berpotensi tinggi untuk terus berkembang di Indonesia

Tabel 1.3 Data Rasio Uang Terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*) Pada Sektor Telekomunikasi Indonesia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017-2022.

KODE	2017	2018	2019	2020	2021	2022
EXCL	1.60%	2.14%	2.28%	2.54%	3.15%	2.39%

ISAT	2.42%	3.38%	3.58%	3.86%	5.15%	2.60%
BTEL	1.05%	1.05%	1.02%	1.00%	1.70%	1.11%
FREN	1.61%	1.03%	1.17%	2.13%	2.43%	1.95%
TLKM	0.77%	0.87%	0.91%	0.78%	0.79%	0.82%

Sumber: Data diolah Lampiran 2.

Berdasarkan data yang telah ditunjukkan pada Tabel 1.3, rasio Debt to Equity Ratio (DER) pada sektor telekomunikasi Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan variasi yang signifikan dari tahun ke tahun. Rasio DER EXCL menunjukkan fluktuasi selama periode 2017-2022. Pada tahun 2017, DER tercatat sebesar 1,60%, kemudian meningkat menjadi 2,14% pada 2018, dan terus naik hingga mencapai 2,28% pada 2019. Pada tahun 2020, rasio DER EXCL kembali mengalami peningkatan menjadi 2,54%, sebelum mencapai puncaknya pada 2021 dengan angka 3,15%. Namun, pada 2022, rasio DER EXCL menurun menjadi 2,39%. Rasio DER ISAT menunjukkan tren kenaikan hingga tahun 2021. Pada tahun 2017, rasio ini tercatat sebesar 2,42%, meningkat menjadi 3,38% pada 2018, dan terus naik menjadi 3,58% pada 2019. Pada tahun 2020, DER ISAT kembali meningkat menjadi 3,86%, hingga mencapai puncaknya pada 2021 dengan angka 5,15%. Namun, pada tahun 2022, DER ISAT mengalami penurunan signifikan menjadi 2,60%. BTEL mencatatkan rasio DER yang cenderung stabil dengan sedikit fluktuasi. Pada tahun 2017 dan 2018, DER tetap berada pada angka 1,05%. Pada tahun 2019 dan 2020, rasio ini mengalami sedikit penurunan menjadi 1,02% dan 1,00%. Pada 2021, rasio DER BTEL meningkat menjadi 1,70%, sebelum menurun kembali menjadi 1,11% pada 2022.

Rasio DER FREN mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2017, rasio ini tercatat sebesar 1,61%, kemudian menurun menjadi 1,03% pada

2018. Namun, pada tahun 2019, DER FREN kembali meningkat menjadi 1,17%, dan terus naik hingga mencapai 2,13% pada 2020. Pada tahun 2021, rasio DER FREN mencapai angka tertinggi sebesar 2,43%, sebelum menurun menjadi 1,95% pada tahun 2022. Rasio DER TLKM menunjukkan tren yang relatif stabil selama periode 2017-2022. Pada tahun 2017, rasio ini tercatat sebesar 0,77%, kemudian meningkat menjadi 0,87% pada 2018 dan 0,91% pada 2019. Pada tahun 2020, DER TLKM menurun menjadi 0,78%, sebelum kembali meningkat menjadi 0,79% pada 2021, dan sedikit naik lagi menjadi 0,82% pada 2022. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa rasio Debt to Equity Ratio pada sektor telekomunikasi Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan variasi yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Variasi ini mencerminkan pengaruh faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi makro, serta faktor internal, seperti strategi perusahaan dalam mengelola utang dan ekuitas mereka.

Rasio Debt to Equity (Rasio yang terhadap ekuitas) yang dianggap baik untuk perusahaan bervariasi tergantung pada sektor dan konteks pada perusahaan tersebut.

- Rasio 0,5 hingga 1 : Banyak perusahaan cenderung memiliki rasio dalam kisaran ini, yang berarti bahwa utang adalah setengah atau bahkan sama dengan ekuitas. Ini dapat dianggap konservatif dan menunjukkan bahwa perusahaan tidak terlalu bergantung pada utang.
- Rasio 1 hingga 2 : Rasio ini dapat dianggap sesuai untuk banyak perusahaan, terutama disektor yang lebih stabil seperti utilitas. Perusahaan dengan nilai rasio ini dapat menggunakan utang untuk

membayai pertumbuhan.

- Rasio diatas 2 : Perusahaan dengan nilai rasio diatas 2 dapat dianggap cukup berisiko, terutama jika tidak didukung oleh arus kas yang cukup kuat. Ini bisa menjadi tanda bahwa perusahaan-perusahaan tersebut terlalu bergantung pada utang untuk pembiayaan, yang cukup berisiko dalam kondisi pasar yang buruk.

Dari uraian di atas bahwa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menguji pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham terhadap Sektor Telekomunikasi Indonesia yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berjudul: **Pengaruh Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Pada Sektor Telekomunikasi Indonesia.**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi beberapa aspek kritis yang perlu dianalisis untuk memahami pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap harga saham pada Sektor Telekomunikasi Indonesia. Adapun masalah yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. **Fluktuasi harga saham:** Terjadi perubahan harga saham Sektor Telekomunikasi Indonesia dari tahun 2017-2022 yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti permintaan dan penawaran, serta kondisi internal perusahaan.
2. **Variasi pertumbuhan penjualan:** Penjualan Sektor Telekomunikasi Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun.

3. **Kenaikan *Debt to Equity Ratio (DER)*:** DER Sektor Telekomunikasi Indonesia terus meningkat dari 2017 hingga 2022, menunjukkan peningkatan beban utang terhadap ekuitas.

1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi masalah yang timbul agar memecahkan masalah dengan baik maka terdapat batasan-batasan masalah yang dikemukakan dari penelitian ini yaitu:

1. Peneliti membatasi variabel independen Rasio *Leverage* yang diproyksi *Debt to Equity Ratio (DER)* dan variabel pertumbuhan penjualan.
2. Variabel independen harga saham.

1.4 Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang masalah di atas, maka dapat disusun beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah pengaruh Rasio *Leverage* terhadap harga saham pada Sektor Telekomunikasi Indonesia pada tahun 2017-2022?
2. Apakah pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham pada Sektor Telekomunikasi Indonesia pada tahun 2017-2022?
3. Apakah pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap harga saham?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian dapat bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap harga saham pada Sektor Telekomunikasi Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham pada Sektor Telekomunikasi Indonesia.
3. Untuk mengetahui *leverage* dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap harga saham pada Sektor Telekomunikasi Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini berguna dan bermanfaat adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, rekomendasi, dan referensi bagi peneliti lain.

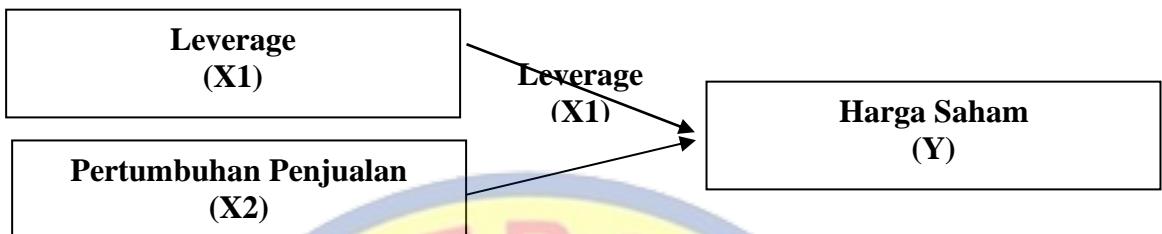
2. Bagi Investor

Investor lebih bijak dalam melakukan pilihan investasi agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

1.7 Kerangka Pikiran dan Hipotesis

Bursa Efek Indonesia adalah tempat untuk mempertemukan penjual dan pembeli efek dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka. Investor yang akan berinvestasi sebagian besar akan melihat suatu perusahaan dari rasio

leverage. Maka dari itu, perusahaan harus meningkatkan kinerja keuangan perusahaannya, khususnya untuk rasio *leverage*.



Tabel 1.4 Kerangka Pemikiran

1.7.1 Teori

1. *Leverage*

a. Pengertian *Leverage*

Leverage merujuk pada penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan untuk meningkatkan potensi laba pemegang saham. *Leverage* mengacu pada perbandingan antara utang perusahaan dengan ekuitas. *Leverage* dapat mempengaruhi risiko dan imbal hasil yang diharapkan oleh para investor.

b. Jenis-jenis *Leverage*:

- *Leverage Keuangan (Financial Leverage)*: Mengukur penggunaan utang untuk meningkatkan potensi keuntungan. Rumus Financial Leverage:

$$\text{Financial Leverage} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Peningkatan leverage keuangan dapat meningkatkan potensi keuntungan, tetapi juga meningkatkan risiko kerugian.

- *Leverage Operasional (Operational Leverage)*: Mengukur dampak perubahan penjualan terhadap laba operasional. *Leverage* operasional

mengacu pada proporsi biaya tetap dalam total biaya. Semakin tinggi biaya tetap, semakin besar pengaruh perubahan penjualan terhadap laba operasional.

c. Teori *Leverage* dan Harga Saham

Menurut Huston (2001), dalam pasar yang sempurna, struktur modal tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, penggunaan utang (*leverage*) dapat mempengaruhi harga saham karena perubahan risiko finansial dan keuntungan. *Leverage* dapat mempengaruhi harga saham melalui dua saluran utama:

- Efek Pajak: Utang dapat memberikan keuntungan pajak melalui pengurangan bunga utang, yang meningkatkan nilai saham.
- Risiko Finansial: Peningkatan utang meningkatkan risiko kebangkrutan dan volatilitas laba, memengaruhi persepsi investor dan harga saham.

2. Teori Pertumbuhan Penjualan

a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan mengacu pada peningkatan pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa dalam periode waktu tertentu. Ini mencerminkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan dari operasional.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan:

- Inovasi Produk: Peluncuran atau perbaikan produk dapat meningkatkan penjualan.
- Ekspansi Pasar: Memasuki pasar baru atau meningkatkan distribusi

mendorong pertumbuhan penjualan.

- Strategi Ekonomi: Strategi pemasaran yang efektif menarik lebih banyak pelanggan.
- Kondisi Ekonomi: Faktor makroekonomi seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan tingkat pengangguran memengaruhi daya beli dan pertumbuhan penjualan.

c. Teori Pertumbuhan Penjualan dan Harga Saham:

Pertumbuhan penjualan sering dianggap sebagai indikator kinerja perusahaan yang baik dan memengaruhi harga saham secara positif. Teori pertumbuhan penjualan terkait dengan nilai tambah bagi perusahaan, di mana peningkatan pendapatan dapat meningkatkan laba bersih dan arus kas yang akhirnya meningkatkan harga saham.

Menurut teori pertumbuhan (Bella Nugraheni 2023), harga saham dapat dihitung berdasarkan proyeksi pertumbuhan dividen masa depan. Dalam konteks pertumbuhan penjualan, peningkatan pendapatan menghasilkan dividen lebih tinggi jika laba perusahaan meningkat, sehingga investor mungkin bersedia membayar harga saham lebih tinggi jika mengharapkan pertumbuhan penjualan berkelanjutan.

3. Teori Pengaruh *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham

• Hubungan *Leverage* dan Harga Saham

Leverage mempengaruhi harga saham melalui perubahan risiko finansial. Semakin tinggi *leverage*, semakin besar potensi keuntungan dan risiko. Teori *Trade-off* menyatakan bahwa perusahaan harus menyeimbangkan

antara keuntungan pajak dari utang dan biaya kebangkrutan untuk menentukan struktur modal optimal. Jika *leverage* terlalu tinggi, risiko meningkat dan harga saham menurun karena investor memperhitungkan risiko tambahan.

- Hubungan Pertumbuhan Penjualan dan Harga Saham

Pertumbuhan penjualan konsisten dapat meningkatkan ekspektasi laba masa depan serta meningkatkan harga saham. Teori Pertumbuhan Deviden Gordon menyarankan bahwa harga saham adalah nilai sekarang dari dividen yang diharapkan di masa depan, dipengaruhi oleh pertumbuhan pendapatan perusahaan. Pertumbuhan penjualan positif memperbaiki proyeksi laba dan dividen, mendorong harga saham lebih tinggi.

- Interaksi antara *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan

Leverage dan pertumbuhan penjualan dapat berinteraksi dalam memengaruhi harga saham. Misalnya, perusahaan dengan *leverage* tinggi dan pertumbuhan penjualan signifikan mungkin mendapatkan keuntungan besar dari penggunaan utang, tetapi juga menghadapi risiko lebih besar. Sebaliknya, jika pertumbuhan penjualan rendah, perusahaan mungkin tidak dapat mengelola utangnya dengan baik, memperburuk risiko finansial dan menurunkan harga saham.

1.7.2 Studi Empiris

Studi empiris bertujuan memberikan gambaran penelitian sebelumnya untuk memperkuat hipotesis dan mendukung analisis serta pemahaman terhadap pengaruh variabel tersebut.

1. Pengaruh *Leverage* Terhadap Harga Saham:

- Myers dan Majluf (1984): Perusahaan dengan *leverage* tinggi menghadapi risiko finansial lebih besar, yang dapat mempengaruhi harga saham. Investor mungkin menilai perusahaan berutang tinggi sebagai lebih berisiko sehingga harga saham bisa lebih rendah.
- Chen dan Zhang (2014): *Leverage* berpengaruh negatif terhadap harga saham karena peningkatan risiko finansial dan kebangkrutan. Studi ini menggunakan data dari perusahaan di Bursa Efek Shanghai dan Shenzhen, menunjukkan bahwa utang berlebih menurunkan nilai perusahaan di mata investor.

2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham:

- Sudiyatno dan Irsad (2011): Pertumbuhan pendapatan berdampak positif pada harga saham karena meningkatkan ekspektasi laba masa depan. Studi ini menggunakan data dari perusahaan di pasar AS dan menemukan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan penjualan kuat cenderung memiliki harga saham lebih tinggi.
- Sarmigi, Sumanti, dan Azhar (2022): Penelitian di Bursa Efek Indonesia menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, terkait dengan peningkatan laba bersih dan arus kas yang menarik bagi investor.

3. Interaksi antara *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan:

- Putri (2024): Perusahaan dengan *leverage* tinggi dan pertumbuhan penjualan baik dapat mengalami peningkatan harga saham jika mereka

dapat mengelola risiko utangnya dengan baik. Sebaliknya, pertumbuhan penjualan rendah memperburuk risiko finansial yang disebabkan oleh utang.

- Astuti (2018): Meneliti perusahaan kosmetik di Bursa Efek Indonesia, menemukan bahwa interaksi antara pertumbuhan penjualan dan struktur modal mempengaruhi harga saham. Efek *leverage* pada harga saham lebih kompleks, tergantung pada kemampuan perusahaan memanfaatkan pertumbuhan penjualan.

4. Studi Kasus Sektor Telekomunikasi Indonesia:

- Buntu (2023): Menganalisis hubungan antara struktur modal dan *leverage* di Sektor Telekomunikasi Indonesia (2017–2020), menemukan bahwa *leverage debt-to-equity ratio* pada 2017–2020 dalam kategori sangat buruk karena melebihi standar maksimal *debt assets ratio*.

1.7.3 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan yang sifatnya sementara dan harus di uji kebenarannya mengenai masalah yang sedang di teliti, dimana suatu hipotesis selalu di rumuskan sebagai bentuk pernyataan yang menghubungkan dengan dua variable atau lebih. Dalam perumusan hipotesis dapat dikembangkan yang berdasarkan hubungan antara pertumbuhan penjualan terhadap harga saham dengan *leverage*. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan diatas, maka hipotesis dalam penellitian ini pengukuran *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), harga saham serta pertumbuhan penjualan terhadap harga saham. Penelitian yang akan dilakukan ini akan membangun hipotesis dalam

pengujian yang akan di uji apakah berpengaruh pada variable dependen dan variable independen.

H_1 : leverage berpengaruh terhadap harga saham

H_2 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham

H_3 : leverage dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh terhadap harga saham.

