

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang terus mengalami kemajuan seperti saat ini menciptakan persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat ditandai dengan semakin banyak bermunculannya perusahaan-perusahaan baru yang siap bersaing dengan perusahaan-perusahaan lama. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan yang ada agar tetap dapat mempertahankan eksistensi perusahaan dan mampu bersaing. Agar tidak tergerus dengan adanya perusahaan baru maka perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kinerjanya atau bahkan mengembangkan usaha menjadi lebih besar. Salah satu cara yang dapat ditempuh perusahaan agar dapat menjadi perusahaan yang besar dan kuat adalah dengan melakukan ekspansi (Husnan dan Pujiastuti, 2012;395)

Ekspansi merupakan perluasan usaha yang dapat dilakukan dengan cara menambah kapasitas pabrik, menambah unit produksi, menambah divisi baru, dan juga dapat dilakukan dengan usaha yang telah ada (merger dan konsolidasi) atau membeli perusahaan yang telah ada (akuisisi). Ekspansi terbagi menjadi dua macam yaitu ekspansi internal dan ekspansi eksternal. Ekspansi internal terjadi pada saat divisi-divisi yang ada dalam perusahaan tumbuh secara normal melalui *capital budgeting* misalnya melalui penambahan kapasitas pabrik, menambah unit produksi dan divisi baru. Ekspansi eksternal dapat dilakukan dengan

penggabungan usaha atau pengambil alihan usaha (Husnan dan Pujiastuti, 2012;395). Perusahaan yang menginginkan perusahaannya mengalami peningkatan pertumbuhan yang cepat, baik ukuran, pasar saham, maupun diversifikasi usaha memerlukan pemilihan strategi yang baik dan tepat yang dapat membawa perusahaan bertahan dari ketatnya persaingan serta dengan harapan akan membawa perusahaan menuju kemakmuran. Strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk menciptakan suatu sistem yang sehat, tangguh, efisien, dan mampu bersaing adalah dengan cara bekerja sama dengan perusahaan lain agar dapat mendorong perusahaan memperkuat dirinya yang dapat dilakukan melalui penggabungan usaha. Salah satu bentuk penggabungan usaha adalah dengan melakukan merger dan akuisisi. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan mampu bertahan atau bahkan berkembang adalah dengan melakukan merger dan akuisisi (Widoatmodjo, 2012;119).

Bentuk penggabungan usaha yang marak dilakukan oleh perusahaan agar tetap dapat mempertahankan eksistensinya yaitu dengan melakukan akuisisi. Akuisisi adalah pengambilalihan perusahaan dengan cara membeli saham mayoritas perusahaan sehingga menjadi pemegang saham pengendali. Dalam peristiwa akuisisi, baik perusahaan yang mengambilalih (pengakuisisi) maupun perusahaan yang diambilalih (diakuisisi) tetap hidup sebagai badan hukum yang terpisah (Haryani dkk, 2011;22). Alasan yang mendasari perusahaan melakukan akuisisi adalah untuk menciptakan sinergi atau nilai tambah bagi perusahaan. Sinergi yang terjadi setelah dilakukan akuisisi dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan antara lain yaitu peningkatan kemampuan dalam pemasaran, riset,

skill, manajerial, transfer teknologi, dan efisiensi berupa penurunan biaya produksi (Hariyani dkk, 2011:7). Akuisisi menjadi salah satu pilihan strategi bagi perusahaan untuk bertahan atau bahkan untuk mengembangkan usaha menjadi lebih besar. Di Indonesia tidak sedikit perusahaan yang memilih untuk melakukan aksi akuisisi hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1. sebagai berikut:



Sumber:kppu.go.id, data diolah.

Gambar 1.1

Data Aksi Akuisisi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa selama tahun 2015-2017 aksi akuisisi fluktuatif. Pada tahun 2015 terdapat 9 (sembilan) aksi akuisisi, pada tahun 2016 terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya terdapat 14 (empat belas) aksi akuisisi, dan pada tahun 2017 terjadi penurunan terdapat 11 (sebelas) aksi akuisisi. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa di Indonesia aksi akuisisi mengalami tren peningkatan. Maraknya aktivitas akuisisi perusahaan yang ada di Indonesia didorong oleh adanya perubahan kondisi ekonomi dan persaingan dunia bisnis yang semakin ketat. Beberapa alasan perusahaan melakukan akuisisi yaitu nilai sinergi, modal,

kerja, finansial, penjualan, manajemen profesional, kompetisi efektif, skala ekonomi, persaingan, posisi pemegang saham, resiko industri baru, kapasitas utang, penyebaran resiko, dan pertumbuhan (Kamaludin dkk, 2015:131). Apabila terdapat pengumuman dilakukannya akuisisi, maka pengumuman akuisisi tersebut dapat menjadi suatu informasi yang berpengaruh bagi pasar modal. Informasi yang telah dipublikasikan oleh perusahaan emiten seperti misalnya akuisisi diharapkan perilaku pasar modal akan bereaksi pada saat informasi tersebut telah diterima oleh pasar. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar (Jogiyanto, 2012:392).

Aktivitas akuisisi mempunyai nilai informatif bagi investor sehingga dapat mempengaruhi kebijakan investasi dalam bentuk perubahan harga saham karena adanya peningkatan transaksi atau penurunan transaksi (Sutrisno, 2011). Suatu pasar akan bereaksi pada peristiwa yang mengandung informasi. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga dari sekuritas bersangkutan (Jogiyanto, 2010:579). Informasi mengenai akuisisi menjadi momentum spekulasi pasar terhadap saham seperti, harga saham, volume saham, serta *return* saham (Pratama, 2015). Hal ini dapat terjadi karena reaksi pasar yang bersifat informatif atas informasi yang diberikan secara lengkap dan terpercaya sehingga dapat mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Investor memerlukan tindakan yang bersifat informatif serta ekonomis, karena hal

ini dapat mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan untuk menginvestasikan uangnya dengan harapan mendapatkan *return*. *Return* adalah salah satu faktor yang memotivasi investor dalam keputusan berinvestasi. *Return* saham merupakan hasil yang diperoleh dari investasi (Jogiyanto, 2009;199). Tujuan investor dalam berinvestasi, harapan investor yaitu untuk mendapatkan kemakmuran yang ditunjukkan dalam *return* yang akan diperoleh menjadi lebih baik setelah dilakukan akuisisi. Suatu informasi dianggap memiliki nilai apabila terdapat transaksi yang dilakukan investor dipasar modal pada saat informasi tersebut telah diterima oleh pasar.

Transaksi yang dilakukan investor ini dapat tercermin dari adanya perubahan yang terjadi pada harga saham yang tentunya akan berdampak pada perubahan *return* saham yang akan diperoleh investor. Semakin tinggi harga saham dari harga saat membelinya maka *return* yang akan diperoleh investor semakin meningkat. Saat terjadi perubahan dengan adanya kenaikan *return* tersebut, maka hal ini menunjukkan peningkatan kepercayaan para investor terhadap peristiwa akuisisi. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan pada harga sekuritas bersangkutan. Reaksi pasar modal terhadap kandungan informasi dalam suatu peristiwa dapat diukur dengan menggunakan *return* sebagai nilai perubahan harga (Jogiyanto, 2015:412).

Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang mendapatkan hasil berbeda-beda. Dalam penelitiannya Adnyani dan Gayatri (2018) memperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan signifikan pada *return* saham perusahaan akuisitor sebelum dan sesudah pengumuman akuisisi. Hasil yang sama yang di dapatkan

oleh Suherman, dkk. (2016) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan *return* saham yang signifikan sebelum dan sesudah akuisisi. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan Qomariyah (2015) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa *return* saham sebelum dan sesudah pengumuman merger dan akuisisi tidak berbeda signifikan. Ringkasan dari uraian *research gap* diatas dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Research Gap

Hubungan Variabel	Hasil	Penelitian
<i>Return</i> Saham sebelum dan sesudah Akuisisi	Ada perbedaan	Adnyani dan Gayatri (2018) Suherman,dkk. (2016)
	Tidak ada perbedaan	Qomariyah (2015)

Dari latar belakang mengenai pengaruh pengumuman akuisisi sangat menarik untuk dilakukan penelitian. Adanya hasil yang tidak konsisten dari penelitian sebelumnya dan terdapat hasil penelitian yang menyisakan kelemahan. Peneliti akan mengkaji lebih mendalam dengan meneliti kedua perusahaan yang terlibat dalam aksi akuisisi diantaranya yaitu perusahaan pengakuisisi (akuisitor) dan juga perusahaan target (*target firm*). Hal ini menarik untuk ditelaah kembali mengenai perbandingan *return* saham sebelum dan sesudah akuisisi pada periode 2015-2017. Untuk itu peneliti mengambil judul “Perbandingan *Return* Saham Sebelum dan Sesudah Akuisisi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini merumuskan masalah yaitu apakah terdapat perbedaan *return* saham sebelum dan sesudah akuisisi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian ini untuk menganalisis perbedaan *return* saham sebelum dan sesudah akuisisi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk semua pihak yang berkepentingan.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Bagi Akademis diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu dan berguna untuk menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan akuisisi

2. Kegunaan Praktis

a) Bagi Perusahaan diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai akuisisi terhadap *return* saham yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan akuisisi.

b) Bagi Investor diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi saham dari perusahaan yang melakukan akuisisi.