

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Informasi yang terdapat pada pasar modal dapat diperoleh investor baik informasi yang tersedia dipublik maupun informasi pribadi. Salah satu informasi yang ada adalah pengumuman *stock split* atau pemecahan saham. *Stock split* adalah pemecahan nilai nominal saham karena harga saham di pasar dianggap sudah terlalu tinggi. Harga saham yang terlalu tinggi menjadikan saham tidak aktif diperdagangkan. Memecah nominal saham, maka harga saham juga akan terpecah secara proporsional. Karena pemecahan saham (*stock split*) adalah memecah saham menjadi n lembar saham, maka pemecahan saham menyebabkan jumlah saham yang beredar menjadi meningkat namun harga per lembar saham baru menjadi $1/n$ dari harga sebelumnya.

Pada bab ini penulis akan menganalisis data yang telah terkumpul, data yang telah dikumpulkan tersebut berupa harga saham, *return* saham, laporan keuangan perusahaan, volume perdagangan saham, dan IHSG. Dari data yang diperoleh tersebut selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mengetahui *return* saham, ROA, TVA, VRA, dan CAR pada masing-masing perusahaan yang melakukan *stock split* di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2012-2014.

Perusahaan yang diteliti adalah yang terdaftar di BEI. Setelah dilakukan pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*, maka perusahaan yang dapat memenuhi kriteria sebanyak 23 perusahaan dengan bermacam-macam bidang usaha dan

industriannya sehingga penyebaran sampel dapat lebih merata. Perusahaan yang dijadikan sampel tersebut antara lain:

4.1.1 PT Petrosea Tbk

Perusahaan didirikan pada tahun 1972 berdasarkan Akta Perseroan Terbatas No. 75 tanggal 21 Februari 1972 dan mulai mencatatkan saham perusahaan di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1990 dengan kode perdagangan PTRO. Perusahaan memberikan layanan berupa pangkalan logistik lepas pantai untuk klien di industri minyak dan gas bumi melalui POSB yang dibangun di perairan dalam. Faktor lain penunjang keberhasilan Perusahaan adalah standar internasional dan konsistensi pelayanan yang diterapkan pada semua proyek yang ditangani Perusahaan.

Di sektor industri batubara, minyak dan gas bumi di Indonesia, PT Petrosea Tbk merupakan satu-satunya perusahaan nasional yang menyediakan jasa pertambangan lengkap. Perusahaan ini unggul karena mereka dapat menyediakan jasa pertambangan terpadu: *pit-to-port* maupun *life-of-mine service*. Dalam tiga tahun terakhir Petrosea juga mengembangkan bidang sumber daya energi batubara, melalui Santan Batubara (SBB), perusahaan Pengendalian Bersama Entitas bersama mitra yang berpengalaman, dengan mengembangkan tambang sendiri. Tim manajemen perusahaan mampu membawa perusahaan melewati setiap masa transisi dengan baik berkat pengetahuan mereka yang luas di bidang pertambangan batubara, minyak dan gas bumi, serta kinerja mereka yang luar-biasa di bidang keselamatan kerja dan rekayasa, dengan dukungan personil yang ahli dari dalam maupun luar negeri.

Perusahaan adalah perusahaan rekayasa konstruksi dan pertambangan pertama yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, pada tahun 1990. Di bulan Februari 2012, untuk mematuhi peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam LK) mengenai Pengambilalihan Perusahaan Terbuka, Indika telah menjual sahamnya sebesar 28,75% dari total saham dikeluarkan Perusahaan kepada masyarakat. Indika merupakan pemegang saham mayoritas, saat ini, memegang 69,80% kepemilikan saham di Perusahaan. PT Petrosea Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 6 Maret 2012.

4.1.2 PT Pakuwon Jati Tbk

Perusahaan ini didirikan pada tahun 1982. Perseroan ini merupakan perusahaan properti pertama yang tercatat di Bursa Efek Jakarta (saat ini Bursa Efek Indonesia) pada tahun 1989. Perusahaan yang bergerak dalam bidang real estate ini memiliki misi menjadi pengembang pusat perbelanjaan retail non strata yang terdepan di Indonesia, mengembangkan superblok terbaik dan pengembang hunian berskala kota mandiri yang meningkatkan kualitas hidup, menjadi tempat kerja yang terbaik dalam industri properti dan mengoptimalkan pengembalian investasi bagi para penyewa dan pembeli.

Pakuwon Jati saat ini memiliki dan mengelola pusat perbelanjaan terbesar di Indonesia, dengan 4 pusat perbelanjaan lebih dari 330.000m² leasable area yang berada di Jakarta dan Surabaya yang didukung dengan penyewa utama yang solid. Dengan memiliki bisnis model yang unik melalui portofolio aset yang seimbang antara development dan investment assets didukung pengalaman 30 tahun di industri properti Pakuwon Jati telah menjadi perusahaan properti terkemuka di

Indonesia yang terus tumbuh berkembang.

Pakuwon Jati kembali mencatat kinerja keuangan yang cemerlang di tahun 2012 yang didukung terutama oleh pengakuan *development revenue* dari Kota Kasablanka dan Pakuwon City dan meningkatnya *recurring revenue* pusat perbelanjaan Gandaria City, membuat Pakuwon Jati kembali mencatat rekor baru laba bersih. Laba per saham mengalami peningkatan 80% menjadi Rp 15,53 dari tahun sebelumnya sebesar Rp 8,62. Pendapatan Perseroan berasal dari *development revenue* dan *recurring revenue*, yang pada 2012 masing-masing memberikan kontribusi 56% dan 44%. *Development revenue* meliputi pendapatan dari penjualan kondominium dan kantor dari superblok Kota Kasablanka dan Gandaria City serta penjualan tanah dan bangunan Pakuwon City, sedangkan *recurring revenue* merupakan pendapatan dari persewaan pusat perbelanjaan dan perkantoran Tunjungan City, pusat perbelanjaan East Coast Center, Gandaria City dan Kota Kasablanka serta hotel Sheraton Surabaya Hotel & Towers. PT Pakuwon Jati Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 30 Maret 2012.

4.1.3 PT Hero Supermarket Tbk

PT Hero Supermarket Tbk didirikan pada tanggal 5 Oktober 1971 dan mulai beroperasi secara komersil pada Agustus 1972. Perusahaan ini mempunyai misi yaitu: pertama, Kami memiliki 5 merek toko (Hero Supermarket, Guardian, Starmart, Giant Hypermarket dan Giant Supermarket) yang dapat memuaskan semua segmen pelanggan dan kami akan mengembangkannya secara menguntungkan di seluruh Indonesia, dengan memperkuat penawaran masing-masing merek toko, kedua, Kami meningkatkan dan memotivasi talenta lokal

terbaik dalam Perseroan, ketiga, Kami berusaha keras menjadi yang terbaik bagi pelanggan, lebih sederhana bagi karyawan, dan lebih murah bagi Perseroan, keempat, Kami, sebagai pelopor ritel di Indonesia akan melanjutkan bekerja sama untuk tumbuh seiring dengan perkembangan negara kami, memajukan Perseroan kami dan meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingan.

Sebagai pelopor ritel di Indonesia, saat ini Hero memiliki 682 gerai, yang terdiri dari 37 gerai Hero Supermarket, 316 gerai Guardian, 157 gerai Starmart dan 172 gerai Giant. Komitmen perusahaan kepada para pelanggan diwujudkan dengan senantiasa menyajikan produk makanan segar, melakukan inovasi dan memberikan nilai lebih bagi pelanggan, dari produk hidroponik maupun organik hingga staf yang terlatih untuk menangani penjualan daging dan pembuatan roti & kue. Peningkatan pertumbuhan penjualan dicapai dari gerai yang sama, ditambah dengan empat gerai baru pada semester kedua 2012. Perusahaan mempercantik dekorasi gerai, memperbanyak fasilitas tempat makan/restoran di dalam gerai dan menambahkan kedai kopi. Beragam makanan segar masih menjadi daya tarik utama, dan kategori ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan margin. Sesuai dengan kebijakan Perseroan untuk mengambil makanan segar langsung dari petani setempat, dan penambahan jumlah petani yang menjadi mitra kami menjamin ketersediaan dan kualitas bahan pangan yang kami tawarkan. Produk ditata lebih cantik, termasuk bahan pangan organik dan hidroponik. Sebagai pengecer yang senantiasa memperhatikan detail, perusahaan memiliki penawaran yang sederhana namun efektif, seperti bumbu dan rempah-rempah segar yang dapat dibeli dalam jumlah sedikit maupun dalam kemasan yang lebih besar. Perseroan mempekerjakan tukang daging berpengalaman untuk melayani pembeli daging dengan lebih baik,

dan menyediakan fasilitas pembuatan roti di gerai-gerai tertentu yang ditangani oleh tim khusus yang terlatih. Sari buah segar, salad dan buah potong juga tersedia dan pembelian daging segar dan sayur-mayur dilakukan oleh tim yang bekerja secara eksklusif hanya untuk HERO. Perusahaan ini melakukan *stock split* pada tanggal 5 April 2012.

4.1.4 PT Astra International Tbk

Astra pertama kali didirikan sebagai perusahaan perdagangan di Jakarta pada tahun 1957. Di usia yang ke-55 tahun saat ini, Astra telah berkembang menjadi salah satu perusahaan terbesar nasional yang diperkuat dengan 185.580 orang karyawan di 170 perusahaan termasuk anak perusahaan, perusahaan asosiasi dan *jointly controlled entities*. Ketekunan dalam menjalin kerja sama dan kemitraan dengan berbagai perusahaan ternama di mancanegara telah mengantarkan banyak peluang bagi Astra untuk melayani berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia melalui 6 bidang usahanya, yang terdiri dari: Otomotif, Jasa Keuangan, Alat Berat dan Pertambangan, Agribisnis, Infrastruktur dan Logistik, serta Teknologi Informasi. Pada tahun 1990, Astra mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia.

Komitmen pada prinsip-prinsip luhur Catur Dharma juga terus mendorong interaksi nonbisnis yang luas dengan masyarakat Indonesia melalui berbagai program tanggung jawab sosial (CSR) di bidang Pendidikan, Lingkungan, Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan Kesehatan. Keselarasan langkah tersebut merupakan bagian dari perjalanan Astra untuk menjadi Perusahaan Kebanggaan Bangsa. Kinerja Astra yang baik sepanjang tahun 2012 yang didukung terutama oleh tingginya penjualan mobil, membuat Astra kembali mencatat rekor

baru laba bersih dan aset bersih per saham. Menurunnya permintaan alat berat yang disebabkan oleh melemahnya harga batu bara, serta turunnya harga CPO meskipun produksinya meningkat, telah mempengaruhi tingkat keuntungan Perseroan. Jaringan bisnis otomotif Astra telah berkembang menjadi yang terluas, terdepan dan terintegrasi di Indonesia. Astra menawarkan variasi pilihan kendaraan bermotor sesuai kebutuhan konsumen individu dan komersil, mulai dari sepeda motor Honda hingga berbagai model dan ukuran mobil dan truk bermerek Toyota, Daihatsu, Isuzu, BMW, Peugeot dan UD Trucks, serta beragam jenis suku cadang dan aksesoris otomotif hasil produksi Astra Otoparts.

Laba per saham Astra mengalami kenaikan sebesar 9% menjadi Rp 480, dengan adanya peningkatan kontribusi dari segmen usaha mobil dan jasa keuangan yang mampu mengimbangi penurunan laba di segmen usaha alat berat dan pertambangan serta bisnis sepeda motor. Secara keseluruhan penjualan mobil Astra meningkat sebesar 25% menjadi 605.000 unit, sedangkan penjualan sepeda motor Astra mengalami penurunan sebesar 4% menjadi 4,1 juta unit. Jumlah pembiayaan melalui perusahaan pembiayaan konsumen otomotif Astra meningkat 2%. Penjualan unit Komatsu menurun sebesar 27%, sedangkan produksi kontrak penambangan batu bara dan pemindahan tanah meningkat masing-masing sebesar 9% dan 7%. PT Astra International Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 5 Juni 2012.

4.1.5 PT Indomobil Sukses International Tbk

PT Indomobil Sukses International Tbk merupakan suatu kelompok usaha otomotif terpadu yang memiliki beberapa anak perusahaan yang bergerak di bidang

otomotif yang terkemuka di Indonesia. Perseroan didirikan pada tahun 1976 dengan nama PT Indomobil Investment Corporation dan pada tahun 1997 dilakukan penggabungan usaha (*merger*) dengan PT Indomulti Inti Industri Tbk dan berubah namanya menjadi PT Indomobil Sukses International Tbk. Memiliki visi menjadi perusahaan otomotif terhandal dan terpercaya di dalam Negeri dan misi mengembangkan seluruh sumber daya yang dimiliki secara berkesinambungan untuk meningkatkan profesionalisme bagi kepuasan pelanggan, memberikan kontribusi dan berupaya sepenuhnya bagi pengembangan usaha Indomobil, dan memberikan komitmen dan nilai terbaik bagi seluruh pemangku kepentingan dengan memperhatikan kepentingan lingkungan dan masyarakat.

Bidang usaha utama Perseroan dan anak perusahaan meliputi: pemegang lisensi merek, distributor penjualan kendaraan, layanan purna jual, jasa pembiayaan kendaraan bermotor, distributor suku cadang dengan merek *IndoParts*, perakitan kendaraan bermotor, produsen komponen otomotif, jasa persewaan kendaraan, serta kelompok usaha pendukung lainnya. Produk-produk yang ditawarkan meliputi jenis kendaraan bermotor roda dua, kendaraan bermotor roda empat, bus, truk, dan alat berat. Semua produk dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dengan standar kualitas yang dijamin oleh perusahaan prinsipal serta didukung oleh layanan purna jual yang prima melalui jaringan-jaringan 3S (Sales, Service, dan Spare part) yang tersebar di seluruh Indonesia.

Melalui sinergi dari karyawan yang tersebar di seluruh anak perusahaan di Indonesia telah mampu menopang Perseroan menjadi salah satu perusahaan di bidang otomotif yang terkemuka. Perseroan secara terus menerus mengembangkan kemampuan, pengetahuan, ketrampilan, dan pemahaman nilai-nilai yang secara

terus menerus dijalankan melalui program pelatihan baik yang diselenggarakan di dalam maupun di luar Perseroan, program konseling, pelatihan, seminar, dan praktek kerja lapangan (on the job training). Perusahaan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia sejak Desember 1997. PT Indomobil Sukses International Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 7 Juni 2012.

4.1.6 PT Modern International Tbk

PT Modern International Tbk. didirikan pada tanggal 12 Mei 1971 dengan nama PT Modern Photo Film Company. Dan pada Juni 2007, dengan perubahan bisnis global yang terjadi, PT Modern Photo Tbk. mengganti namanya menjadi PT Modern International Tbk. Sejak tahun 1971, Perseroan telah menjadi distributor tunggal untuk seluruh produk Fujifilm Jepang di Indonesia. Perseroan bergerak dalam bidang usaha perdagangan produk *Industrial Imaging*, seperti peralatan *medical*, *graphic art*, dan solusi dokumen dengan mengusung beberapa merk. Perseroan juga mengembangkan jaringan *Convenience Store* yang fokus pada layanan makanan dan minuman siap saji juga *convenience* item lainnya.

Sesuai dengan visi terus berjuang dan menang, dan melalui strategi 6R yang dilakukan oleh Perseroan yaitu *Repositioning Business*, *Reinvent Business*, *Reengineering Business Process*, *Right Sizing*, dan *Resource Allocation*, Perseroan mengarahkan fokus pengembangan bisnis utamanya ke bisnis *Convenience Store* dan melanjutkan bisnis *Industrial Imaging* sesuai dengan kebutuhan pasar. Sampai saat ini produk dan layanan Perseroan diberikan kepada seluruh mitra bisnis dan konsumen melalui 1.200 outlet fotografi yang tersebar pada 16 cabang di seluruh Indonesia, dan 117 gerai *Convenience Store* 7-Eleven di area Jakarta. Perseroan

menyajikan layanan lengkap berupa tenaga sales, teknisi, dan layanan purna jual untuk para mitra bisnis dan konsumen di setiap kantor cabang, sehingga produk dan layanan yang dibutuhkan dapat dinikmati oleh seluruh konsumen akhir di seluruh Indonesia. Perseroan sampai dengan tahun 2012 memiliki total karyawan sebanyak 2.510 orang.

Melihat begitu pentingnya tata kelola dan perilaku Perusahaan yang baik untuk mencapai standar tertinggi dalam pengelolaan Perseroan, PT Modern Internasional Tbk bertekad untuk menerapkan tata kelola Perusahaan yang baik atau GCG (*Good Corporate Governance*) sebagai bagian dari budaya perusahaan (*Corporate culture*). Seluruh keputusan bisnis dan pelaksanaannya diambil oleh Dewan Komisaris, Direksi, dan seluruh karyawan Perseroan. Keputusan yang diambil selalu didasarkan pada pertimbangan kepentingan seluruh bagian dalam Perseroan secara profesional tanpa membeda-bedakan satu sama lain. Penerapan tata kelola Perusahaan yang baik atau GCG dilakukan juga secara konsisten dan berkesinambungan sehingga dapat bermanfaat untuk jangka panjang. Seluruh bagian dalam Perseroan dapat mengembangkan potensinya dengan maksimal sehingga pengembangan karir pun dapat dilakukan tanpa ada keraguan dan halangan karena seluruh aktivitas didasarkan pada visi yang sudah ditetapkan oleh Perseroan. PT Modern International Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 3 Juli 2012.

4.1.7 PT Central Omega Resources Tbk

Pada tahun 1995, perusahaan didirikan dengan nama PT Duta Kirana Finance yang bergerak dalam bidang jasa pembiayaan. Pencatatan seluruh saham di Bursa

Efek Surabaya pada tahun 1997 untuk diperdagangkan dengan kode DKFT. Pada tahun 2008, perusahaan mengganti nama menjadi PT Central Omega Resources Tbk, serta mengganti bidang usaha menjadi Perusahaan Pertambangan dan Perdagangan.

Memiliki visi menjadi Perusahaan terbuka pertambangan yang diakui reputasinya baik di dalam negeri maupun internasional dan misi memberdayakan sumber daya alam mineral di Indonesia agar dapat menciptakan pembangunan yang berkelanjutan dalam peran serta Perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan bagi bangsa, memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan dan seluruh mitra Perusahaan, serta mengembangkan Perusahaan secara berkelanjutan agar dapat memberikan nilai tambah bagi Pemegang Saham dan pemangku kepentingan lainnya.

Perseroan memandang Sumber Daya Manusia sebagai aset terpenting yang sangat menentukan keberhasilannya di masa sekarang dan masa mendatang. Oleh karena itu, Perseroan memilih insan-insan yang berkarakter dan berintegritas tinggi, bertanggung jawab, dan serius serta berdedikasi dalam memperjuangkan pencapaian sasaransasaran bisnis yang telah ditetapkan. Perseroan menekankan dilaksanakannya nilai-nilai keterbukaan, saling percaya, saling menghargai, dan saling peduli antara satu sama lain oleh setiap pekerjanya. Selain itu, pihak manajemen Perseroan juga menjamin dan bertanggung jawab penuh terhadap perwujudan iklim dan suasana kerja yang kondusif, objektif, adil dan wajar, serta aman bagi semua pekerjanya tanpa kecuali.

Sebagai perusahaan yang terlibat dalam kegiatan penambangan, Perseroan selalu memprioritaskan aspek keselamatan dan kesehatan kerja dari setiap

pekerjanya, untuk menjamin kondisi aman sekaligus mewujudkan citra Perseroan sebagai perusahaan yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasionalnya. Untuk itu, Perseroan mengacu pada Keputusan Menteri Pertambangan dan Energi No. 555-K/M.PE/26/1995, yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan kegiatan yang terencana, terarah, dan kontinu dengan penuh tanggung jawab, untuk melindungi para pekerja dan pihak lainnya semasa bekerja. Pada tanggal 3 Agustus 2012 perusahaan melakukan *stock split*.

4.1.8 PT Kresna Graha Sekurindo Tbk

PT Kresna Graha Sekurindo Tbk (Kresna Securities/Perseroan) adalah Perseroan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan kode transaksi KREN. Kresna Securities didirikan pada 10 September 1999 dan memulai kegiatan komersialnya pada tahun 2000. Pada tanggal 26 Juli 2002 dilakukan perubahan nama Kresna Securities dari PT Kresna Graha Sekurindo menjadi PT Kresna Graha Sekurindo Tbk. Memiliki visi sebagai Perseroan penyedia jasa keuangan terkemuka di Indonesia yang menggabungkan keunggulan global dengan pengetahuan lokal dan misi berperan aktif dalam memajukan pasar modal Indonesia sebagai penggerak pembangunan ekonomi nasional, mendukung kegiatan investasi berdasarkan prinsip-prinsip dasar Perseroan yakni: Kebebasan, Inovasi, Penghargaan, Keamanan dan Kepercayaan, memasarkan jasa investment banking dan transaksi saham, didukung oleh layanan yang tersedia setiap saat, dan memainkan peran penting dalam mendukung integrasi pasar Indonesia dengan jaringan pasar global.

Perusahaan ini bergerak dalam bidang perusahaan investasi (*investment*

company). Kegiatan usaha utama dari perusahaan ini adalah melakukan investasi di berbagai bidang terutama di bidang jasa keuangan dan usaha *e-commerce*. Perseroan menyadari posisinya sebagai Perusahaan sekuritas yang sedang tumbuh pesat di tengah-tengah membaiknya kondisi ekonomi Indonesia dengan meningkatnya kegiatan di pasar modal. Untuk ke depannya, Perseroan memprioritaskan kegiatan-kegiatan yang memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan Perseroan, seperti divisi perantara perdagangan efek untuk saham dan obligasi, divisi *investment banking* terutama melalui kegiatan penjaminan emisi efek baik saham maupun obligasi dan jasa penasihat keuangan. PT Kresna Graha Sekurindo Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 7 Agustus 2012.

4.1.9 PT Kalbe Farma Tbk

PT Kalbe Farma Tbk didirikan pada tanggal 10 September 1966. Perusahaan yang memiliki kantor pusat di Jakarta ini merupakan perusahaan internasional yang memproduksi farmasi, suplemen, nutrisi dan layanan kesehatan. Sejalan dengan misi perusahaan meningkatkan kesehatan untuk kehidupan yang lebih baik, perusahaan terus berupaya menyentuh kehidupan setiap individu, setiap hari, dan sepanjang hidup mereka. Dari tahun ke tahun, Kalbe telah membangun reputasi sebagai perusahaan yang inovatif, serta berdedikasi pada produk-produk kesehatan berkualitas dan terpercaya. Ragam produk perusahaan telah berkembang secara signifikan, dari produk obat-obatan, nutrisi, suplemen, hingga makanan dan minuman kesehatan, alat-alat kesehatan dan layanan kesehatan. Jaringan operasional perusahaan melayani seluruh kepulauan Indonesia, serta juga hadir di kawasan Asia Tenggara dan beberapa negara di Afrika.

Perusahaan ini menghasilkan berbagai macam-macam bahan farmasi. PT Kalbe Farma Tbk telah berhasil memposisikan merek-mereknya sebagai pemimpin di dalam masing-masing kategori terapi dan segmen industri tidak hanya di Indonesia namun juga di berbagai pasar internasional, dengan produk-produk kesehatan dan obat-obatan yang telah senantiasa menjadi andalan keluarga seperti Promag, Mixagrip, Woods, Komix, Prenagen, dan Extra Joss.

Dengan pedoman “Panca Sradha Kalbe” sebagai nilai dasar Perseroan, Kalbe berhasil meraih pertumbuhan yang solid dan mencatatkan sebagai perusahaan publik tahun 1991 di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (sekarang bergabung menjadi Bursa Efek Indonesia). Melalui proses pertumbuhan organik dan penggabungan usaha dan akuisisi, kegiatan usaha Kalbe berkembang meliputi 22 anak perusahaan, dalam empat kelompok divisi usaha: divisi obat resep dengan kontribusi sebesar 24% terhadap pendapatan total, divisi produk kesehatan dengan kontribusi 16%, divisi nutrisi dengan kontribusi 22%, serta divisi distribusi dan logistik dengan kontribusi 38%. Pada tahun 2012, Perseroan melakukan akuisisi 100% saham PT Hale International, produsen minuman kesehatan, untuk terus memperkuat posisi Kalbe di pasar Indonesia yang terus berkembang.

Dengan dukungan lebih dari 17.000 karyawan, termasuk 6.000 tenaga penjualan dan pemasaran, kegiatan usaha Perseroan mencakup seluruh wilayah kepulauan Indonesia dan keberadaan di pasar internasional yang terus berkembang. Perusahaan ini mencatatkan saham-sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 30 Juli 1991. PT Kalbe Farma Tbk tercatat pernah melakukan *stock split* pada 7 Oktober 1996, 27 September 1999, 2 Januari 2004 dan yang terakhir pada 2 Oktober 2012.

4.1.10 PT Surya Citra Media Tbk

PT Surya Citra Media Tbk didirikan pada 29 Januari 1999 dengan fokus bidang usaha meliputi jasa multimedia, hiburan dan komunikasi, terutama di bidang pertelevisian. Perseroan yang sahamnya tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham SCMA ini menyelenggarakan bidang usaha pertelevisian tersebut melalui anak usahanya, PT Surya Citra Televisi (SCTV), di mana Perseroan menguasai 99,99 persen sahamnya. Kepemilikan SCTV ini dilakukan secara bertahap, dimana pada tahun 2004, SCTV telah dimiliki sepenuhnya oleh SCM sebanyak 100 persen saham. Pada awal Mei 2013, PT Indosiar Karya Media Tbk bergabung ke dalam SCM. Hal inilah yang menjadikan SCM menguasai SCTV dan Indosiar. Pada tanggal 16 Juli 2002 perusahaan ini mencatatkan saham-sahamnya di Bursa Efek Indonesia.

SCTV memulai siarannya secara komersial pada tahun 1990 yang mencakup wilayah kota Surabaya, dan mulai beroperasi secara Nasional pada tahun 1993. Langkah ini pun diikuti dengan memindahkan kantor pusat SCTV ke Jakarta. Setelah setia melayani pemirsanya selama 22 tahun, SCTV saat ini memposisikan diri sebagai salah satu stasiun televisi *Free To Air* (FTA) yang terkemuka di Indonesia. Keberadaan SCTV di industri pertelevisian Tanah Air tidak hanya mampu memberikan warna baru bagi dunia penyiaran di Indonesia namun juga menjadi *trendsetter* bagi terciptanya program televisi yang kreatif yang memberikan nilai tambah bagi para pemirsanya. Sinergi yang solid di dalam grup perusahaan berhasil menjadikan SCTV sebagai stasiun televisi yang efisien baik dari sisi operasional maupun finansial. Dengan masuknya era digitalisasi, Perseroan berkomitmen untuk mempertahankan posisi SCTV agar tetap menjadi stasiun TV

yang terdepan dari sisi konten, dengan didukung oleh teknologi yang terkini serta organisasi dan sumber daya manusia yang kompeten dan responsif terhadap dinamika industri.

PT Surya Citra Media Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 1 November 2012. Minat dan fokus pasar di Indonesia semakin dinamis, sehingga menciptakan peluang PT Surya Citra Media Tbk dan anak perusahaan yang sahamnya dimiliki sepenuhnya oleh Perseroan, Surya Citra Televisi, untuk memperbesar pangsa pemirsanya. Situasi pasar ini mendorong kreativitas Perseroan dalam menciptakan program-program baru, yang tidak hanya akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan tapi juga bagi pemirsa secara umum. Pada tahun 2012, aksi korporasi Perseroan untuk melaksanakan stock split merupakan langkah yang tepat untuk memfasilitasi realisasi berbagai rencana ekspansi serta mendongkrak volume transaksi saham Perseroan. Perseroan kini semakin siap menyambut masa depan yang lebih cerah.

4.1.11 PT Ace Hardware Indonesia Tbk

PT Ace Hardware Indonesia Tbk didirikan awalnya bernama PT Kawan Lama Home Center tanggal 3 Februari 1955 dan mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 22 Desember 1995. Pada tanggal 28 Oktober 1997, nama perusahaan diubah menjadi PT Ace Indoritel Perkakas, dan kemudian tanggal 28 Agustus 2001 nama perusahaan selanjutnya diubah menjadi PT Ace Hardware Indonesia. Memiliki visi menjadi peritel terdepan di Indonesia untuk produk home improvement dan lifestyle dan misi menawarkan ragam produk berkualitas tinggi dengan harga bersaing dan didukung oleh layanan terpadu dari tim profesional.

Selama 16 tahun beroperasi di Indonesia, AHI (Ace Hardware Indonesia) telah menciptakan sebuah tatanan bagaimana seharusnya bisnis ritel produk *home improvement* dan *lifestyle* dijalankan. Perseroan telah menandai posisinya yang kokoh sebagai penyedia produk-produk *home improvement* dan *lifestyle* yang berkualitas tinggi dan modern. Dengan jaringan yang telah mencapai 76 gerai di hampir semua kota besar di seluruh Indonesia, Perseroan terus menjalankan misi dan pengembangan bisnisnya. Sejak awal pendiriannya oleh PT Kawan Lama Sejahtera tahun 1995, AHI berhasil mempertahankan fokusnya dalam menyediakan produk dengan nilai terbaik dalam melayani kebutuhan pelanggan, dan menjadi pusat *one-stop shopping* dalam penyediaan berbagai produk *home improvement* dan *lifestyle* terbaik. Dengan terus meningkatkan efisiensi sejak dari pengadaan dan pergudangan hingga distribusi dan pemasaran, kini Perseroan telah mampu menciptakan nilai tambah lebih tinggi dengan layanan terbaik dalam menawarkan beragam merchandise terbaru.

Perusahaan yang berlokasi di Jakarta adalah perusahaan penyedia peralatan industri, mulai dari alat rumah tangga sampai alat-alat bengkel. Perusahaan mencatatkan saham-sahamnya pertama kali di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 6 November 2007. PT Ace Hardware Indonesia Tbk melakukan *stock split* pada 1 November 2012.

4.1.12 PT JAPFA Comfeed Indonesia Tbk

PT JAPFA Comfeed Indonesia Tbk didirikan tanggal 18 Januari 1971 dengan nama PT Java Pelletizing Factory, Ltd dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1971. Perusahaan yang berkantor pusat di Jakarta ini memiliki beberapa

lokasi pabrik di hampir seluruh Indonesia, seperti di Sidoarjo, Tangerang, Cirebon, Makasar, Lampung, Padang, dan Kalimantan Selatan. Hal ini dikarenakan ruang lingkup kegiatan perusahaan meliputi bidang pengolahan segala macam bahan untuk pembuatan/produksi bahan makanan hewan, kopra dan bahan lain yang mengandung minyak nabati, gapek dan lain-lain, mengusahakan pembibitan, peternakan ayam dan usaha peternakan lainnya, meliputi budi daya seluruh jenis peternakan, perunggasan, perikanan dan usaha lain yang terkait, dan menjalankan perdagangan dalam dan luar negeri dari bahan serta hasil produksi. Perseroan memiliki 5 segmen usaha yaitu Divisi Perunggasan, Divisi Budidaya Perairan, Divisi Peternakan Sapi, Divisi Produk Konsumen dan Bisnis Pendukung.

Perusahaan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 23 Oktober 1989. PT JAPFA Comfeed Indonesia Tbk melakukan *stock split* pada 19 April 2013. Seiring dengan perbaikan kinerja Perseroan dari tahun ke tahun dan memperhatikan harga saham Perseroan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mengalami peningkatan dari waktu ke waktu serta agar hasil kinerja Perseroan dapat dinikmati oleh lebih banyak pemegang saham publik, maka Perseroan melakukan pemecahan nilai nominal saham (*stock split*) di tahun 2013. *Stock split* tersebut telah mendapat persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang diadakan tanggal 20 Maret 2013, dengan rasio pemecahan saham 1:5 (satu banding lima). Dengan Stock Split ini diharapkan saham Perseroan dapat lebih dijangkau oleh investor sehingga likuiditas perdagangan saham Perseroan di Bursa Efek Indonesia meningkat.

4.1.13 PT Arwana Citramulia Tbk

PT Arwana Citramulia Tbk didirikan pada tanggal 22 Februari 1993 dan mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 1 Juli 1995. Memiliki visi menjadi Perusahaan yang terbaik dalam industri keramik, penuh dengan daya cipta dan inovasi, serta mampu memberikan kontribusi yang berarti bagi pembangunan negara dan masyarakat serta misi menjunjung tinggi kualitas produk dan layanan dengan menerapkan prinsip efisiensi secara konsisten, sehingga mampu menghasilkan keramik yang berkualitas dengan harga yang terjangkau oleh para pelanggan, menerapkan proses produksi yang dinamis, kreatif dan inovatif, menciptakan iklim usaha yang mampu menyerap tenaga lokal dan mengembangkan usaha skala menengah yang terkait.

Ruang lingkup kegiatan perusahaan terutama bergerak dalam bidang industri keramik dan menjual hasil produksinya di dalam Negeri. Saat ini, perusahaan memiliki 4 anak usaha, 3 diantaranya bergerak di industri keramik, yakni PT Arwana Nuansakeramik, PT Sinar Karya Duta Abadi dan PT Arwana Anugerah serta satu lagi bergerak di bidang pemasaran dan distribusi yaitu PT Primagraha Keramindo. Merek keramik yang dipasarkan ARNA adalah Arwana Ceramic Tiles, UNO dan UNO DIGI. Saham-saham perusahaan ini tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 17 Juli 2001.

Arwana memiliki empat pabrik yang terletak di empat lokasi yang berbeda, yaitu Plant I dan Plant II, masing-masing berlokasi di Pasar Kemis, Tangerang dan Cikande, Serang, yang sebagian besar melayani pasar di bagian barat Indonesia; kemudian Plant III terletak di Gresik, Jawa Timur yang melayani pasar di bagian timur Indonesia; dan Plant IV di Indralaya, Ogan Ilir, Sumatera Selatan yang

husus melayani pasar Sumatera bagian selatan. Setiap pabrik mengkhususkan diri memproduksi pola dan motif tertentu, dan terjalin baik dengan jaringan pemasaran yang luas. Pemasaran dan distribusi dilakukan oleh anak perusahaan, PT Primagraha Keramindo (PGK), distributor tunggal, dan 46 subdistributor yang tersebar hampir di setiap kota-kota besar dan didukung ribuan toko eceran. Jaringan pemasaran yang tersebar luas tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan produk Arwana, serta didukung dengan layanan purna jual yang baik. PT Arwana Citramulia Tbk tercatat pernah dua kali melakukan pemecahan saham (*stock split*), yaitu pada tanggal 11 September 2009 dan 8 Juli 2013.

4.1.14 PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk atau lebih dikenal dengan Alfamart didirikan pada tanggal 27 Agustus 1989. Alfamart mengemban visi, misi dan mempunyai filosofi menjadi gerai komunitas. Karenanya selain berupaya memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pelanggan dengan menyediakan barang-barang kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau, tempat berbelanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau. Perseroan juga berupaya berpartisipasi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang dipersiapkan dan berkesinambungan melalui 6 pilar utama (Alfamart Care, Alfamart Smart, Alfamart Sport, Alfamart Clean and Green, Alfamart SME's dan Alfamart Vaganza). Selain itu juga merangkul masyarakat setempat dan institusi melalui skema waralaba yang dapat melahirkan wirausaha-wirausaha baru dan membuka lapangan pekerjaan.

Perusahaan yang berkantor pusat di Tangerang ini bergerak di bidang bisnis waralaba swalayan yang menjual berbagai jenis barang keperluan sehari-hari dengan mengoperasikan jaringan minimarket dengan nama Alfamart yang berlokasi di beberapa tempat di Jakarta, Cileungsi, Tangerang, Cikarang, Bandung, Sidoarjo, Cirebon, Cilacap, Semarang, Lampung, Malang, Bali, Klaten, Makassar, Balaraja, Palembang, Bogor, Jember, Medan, Banjarmasin, Jambi, Pekanbaru, Pontianak, Manado, Lombok, Rembang dan Karawang.

Perubahan perilaku pelanggan yang mengharapkan kemudahan dan kenyamanan berbelanja menjadi fokus perhatian Perseroan. Meningkatkan kualitas pelayanan yang memiliki keunggulan kompetitif di semua lini organisasi menjadi kunci keberhasilan Perseroan dalam memenuhi harapan pelanggan. Strategi dengan fokus layanan kepada semua pemangku kepentingan akan mewujudkan gerai komunitas yang semakin dapat diandalkan dan memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan. Saat ini, Alfamart memiliki 10.086 jaringan minimarket yang terdiri dari minimarket milik sendiri sebanyak 7.128 unit dan minimarket bentuk kerjasama waralaba sebanyak 2.958 unit. Pada tanggal 15 Januari 2009, seluruh saham perusahaan telah dicatatkan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan melakukan *stock split* pada tanggal 29 Juli 2013.

4.1.15 PT Jaya Real Property Tbk

PT Jaya Real Property Tbk didirikan tanggal 25 Mei 1979 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1980. Memiliki visi menjadi salah satu pengembang dan pengelola properti terbaik di Indonesia dan misi mencapai pertumbuhan pendapatan di atas rata-rata pertumbuhan industri real estat dan

properti di Indonesia, memberi produk dan pelayanan yang bermutu yang memuaskan konsumen, membangun sumber daya manusia yang berkualitas dan iklim kerja yang baik untuk mencapai kinerja yang tinggi, mengoptimalkan produktitas seluruh sumber daya yang dimiliki demi manfaat konsumen, pemegang saham dan karyawan, serta peduli pada aspek sosial dan lingkungan di setiap unit usaha.

Ruang lingkup kegiatan perusahaan ini meliputi pengembangan kawasan perumahan dan industri, pembangunan infrastruktur dan fasilitas umum, penyediaan jasa-jasa pendukung, serta melakukan investasi, baik langsung dan tidak langsung melalui anak usaha maupun patungan dengan pihak-pihak lain. Kegiatan perusahaan ini terutama adalah pembangunan perumahan dan pengelolaan usaha properti, meliputi pembebasan tanah, pengembang real estat, persewaan pusat perbelanjaan dengan proyek Bintaro Jaya, Graha Raya, Bintaro Trade Center, Plaza Bintaro Jaya, Plaza Slipi Jaya, Pasar Senen V, Pusat Grosir Senen Jaya, Jembatan Multiguna Senen Jaya, Bintaro Jaya Xchange dan lainnya.

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (dahulu PT Bursa Efek Jakarta) sejak tahun 1994, PT Jaya Real Property, Tbk. berkomitmen untuk selalu menjaga pertumbuhan usaha dan meningkatkan kepercayaan para pemegang saham, konsumen, lingkungan dan masyarakat dengan menjadi mitra usaha yang bertanggung jawab. Pengalaman dan reputasi Perusahaan didukung oleh kemampuan Perusahaan untuk menciptakan dan mengembangkan hunian serta lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang diikuti dengan kondisi keuangan yang sehat serta Visi-Misi sebagai pondasi kokoh Perusahaan. Tercatat, PT Jaya Real Property Tbk pernah tiga kali melakukan pemecahan saham

(*stock split*) yaitu pada tanggal 19 Juli 1996, 14 Agustus 2006 dan terakhir pada 1 Agustus 2013.

4.1.16 PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk biasa disebut Telkom Indonesia atau Telkom saja didirikan 23 Oktober 1856. Telkom Indonesia adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Telkom mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 104 juta. Anak usaha Telkom Indonesia dibagi menjadi empat kelompok dan pemimpin bisnisnya, yaitu bisnis selular (Telkomsel), bisnis internasional (Telin), bisnis multimedia (Telkom Metra), dan bisnis infrastruktur (Telkom Infra). Telkom merupakan salah satu BUMN yang sahamnya saat ini dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk tercatat pernah dua kali melakukan pemecahan saham (*stock split*), yaitu pada tanggal 28 September 2004 dan 28 Agustus 2013.

Telkom adalah perusahaan BUMN serta saat ini adalah penyelenggara terbesar layanan telekomunikasi dan jaringan di Indonesia. Perusahaan melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, layanan seluler, layanan jaringan dan interkoneksi, serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan *edutainment*, termasuk *cloud-based* and *server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT-enabler*, TV berbayar,

serta *e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

Layanan sambungan telepon kabel tidak bergerak menyediakan sambungan telepon lokal, SLJJ, sambungan telepon internasional, serta layanan telekomunikasi lainnya dan layanan pendukung. Layanan sambungan nirkabel tidak bergerak menyediakan sambungan telepon lokal dan SLJJ berbasis teknologi CDMA serta berbagai layanan telekomunikasi lainnya. Layanan seluler dan telepon nirkabel tidak bergerak cenderung mengalami peningkatan selama bulan Ramadhan dan tertinggi pada hari Lebaran, serta selama musim liburan di bulan Desember, sedangkan layanan telepon kabel tidak bergerak dari rumah dan perkantoran akan mengalami penurunan ketika jumlah hari kerja di bulan tersebut lebih sedikit atau dikarenakan lebih banyak pelanggan yang sedang berlibur. Pada tahun 2013, selain pelanggan layanan interkoneksi dan koperasi pegawai Telkomsel (Kisel), tidak ada satupun pelanggan yang berkontribusi lebih dari 1% pada pendapatan usaha Perusahaan.

4.1.17 PT Sepatu Bata Tbk

PT Sepatu Bata Tbk didirikan tanggal 15 Oktober 1931 yang berkantor pusat di Jakarta dan fasilitas produksi yang terletak di Purwakarta. PT Sepatu Bata Tbk adalah anggota Bata Shoe Organization (BSO) yang mempunyai kantor pusat di *Lausanne, Switzerland*. BSO merupakan produsen terbesar penghasil sepatu di dunia yang beroperasi di banyak Negara, menghasilkan serta menjual jutaan pasang sepatu setiap tahun. Memiliki visi memperkuat posisi Bata sebagai pemimpin bisnis alas kaki di Indonesia dan meningkatkan nilai pemegang saham dalam jangka pendek dan jangka panjang serta misi untuk sukses sebagai organisasi dunia yang

paling dinamis, fleksibel dan mengerti kondisi pasar alas kaki sebagai bisnis utamanya.

Perusahaan ini bergerak di bidang usaha memproduksi sepatu kulit, sepatu dari kain, sepatu santai dan olah raga, sandal serta sepatu khusus untuk industri, impor dan distribusi sepatu serta aktif melakukan ekspor sepatu. Merek-merek utama yang dimiliki perusahaan ini diantaranya terdiri dari Bata, North Star, Power, Bubblegummers, Marie Claire, dan Weinbrenner.

Bata memperkuat posisinya sebagai pemimpin di toko retail yang menyediakan sepatu dan sandal untuk semua masyarakat Indonesia dengan terus menambah jangkauan ke seluruh wilayah Indonesia dengan penampilan gerai yang lebih menarik. Perusahaan mencatatkan sahamnya pada tanggal 24 Maret 1982 di Bursa Efek Indonesia (BEI). PT Sepatu Bata Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 4 September 2013.

4.1.18 PT Jaya Konstruksi Manggala Pratama Tbk

PT Jaya Konstruksi Manggala Pratama Tbk didirikan tanggal 23 Desember 1982 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1982. Perusahaan yang berkantor pusat di Jakarta ini memiliki ruang lingkup kegiatan dalam bidang pembangunan, perdagangan, perindustrian dan jasa. Kegiatan utama perusahaan ini adalah bertindak sebagai pengembang, pemborong pada umumnya (*general contractor*), pemasangan komponen bangunan (*berat/heavy-lifting*), pembangunan konstruksi segala bangunan, pemasangan instalasi, pengembangan wilayah pemukiman, pemborongan bidang pertambangan minyak, gas dan panas bumi, pemborong bidang pertambangan umum, pemborong bidang petrokimia,

pembangunan sarana dan prasarana jaringan telekomunikasi, konstruksi besi dan baja, pembangunan lapangan golf, penyelenggaraan proyek jalan tol, konstruksi sinyal dan telekomunikasi kereta api, dan usaha penunjang ketenagalistrikan.

Perseroan memiliki empat anak perusahaan langsung yaitu: PT Jaya Trade Indonesia, PT Jaya Teknik Indonesia, PT Jaya Beton Indonesia dan PT Jaya Daido Concrete, yang semuanya diakuisisi pada tahun 2007. Sejak saat itu, Perseroan telah menambah beberapa anak perusahaan tidak langsung di portofolionya sebagai berikut: PT Jaya Gas Indonesia, PT Toba Gena Utama, PT Sarana Bitung Utama, PT Metroja Mandiri, PT Kenrope Utama, PT Sarana Utama Merpati, PT Adibaroto Nugratama, PT Adigas Jaya Pratama, PT Sarana Lampung Utama, PT Sarana Lombok Utama, PT Sarana Jambi Utama, PT Jaya Celcon Prima dan PT Global Bitumen Utama.

Kemampuan Jaya Konstruksi yang kuat di sepanjang rangkaian nilai infrastruktur, serta nilai tambah yang dibentuk dari pengalamannya baik sebagai investor maupun kontraktor, telah menjadikan Perseroan sebagai mitra terpercaya bagi berbagai klien baik pemerintah maupun swasta. Perseroan terus membangun sinergi dan asetnya untuk memberikan solusi yang terintegrasi dengan pelaksanaan yang berkualitas. Saham-saham perusahaan ini dicatatkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 4 Desember 2007. PT Jaya Konstruksi Manggala Pratama Tbk melakukan *stock split* pada 26 September 2013.

4.1.19 PT Alumindo Light Metal Industry Tbk

PT Alumindo Light Metal Industry Tbk didirikan pada tanggal 26 Juni 1978 dan mulai memproduksi secara komersial pada bulan Januari 1983. Memiliki visi

menjadi produsen aluminium lembaran terkemuka dan berkelas dunia, yang mampu bersaing secara global dan misi Menghasilkan produk aluminium lembaran yang berkualitas tinggi dan meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memaksimalkan nilai pemegang saham dan seluruh pemangku kepentingan, PT Alumindo Light Metal Industry Tbk menjalankan usaha industri aluminium *sheet*, aluminium *foil* dan aluminium *roll forming building decoration*.

Produk-produk yang dihasilkan oleh Alumindo berupa aluminium *sheet* (biasa digunakan sebagai bahan dasar industri peralatan dapur dan rumah tinggal, peralatan listrik, transportasi dan bahan bangunan) dan aluminium *foil* (biasanya untuk kebutuhan bahan baku kemasan). Seiring dengan permintaan yang semakin meningkat dari waktu ke waktu, Alumindo secara bertahap meningkatkan kapasitas produksi, yang hingga saat ini mencapai 144.000 ton untuk produk aluminium sheet dan 18.000 ton untuk aluminium foil. Alumindo terus melakukan penambahan serta pembaharuan sarana produksi yang mengadopsi teknologi terkini untuk menunjang kelancaran proses produksi serta menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi. Perusahaan mencatatkan saham-sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 2 Januari 1997. PT Alumindo Light Metal Industry Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 12 Februari 2014.

4.1.20 PT Indal Aluminium Industry Tbk

PT Indal Aluminium Industry Tbk didirikan tanggal 16 Juli 1971 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1974. Memiliki visi menjadi pemimpin pasar dalam industri Aluminium Ekstrusion dan Fabrikasi di Asia serta misi memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dengan inovasi,

perbaikan produktifitas dan efisiensi secara berkesinambungan. Ruang lingkup kegiatan perusahaan ini terutama adalah bidang manufaktur aluminium *sheets*, *rolling mill*, dan *extrusion plant*. Kegiatan produksi perusahaan ini adalah mengolah bahan baku aluminium *ingot* menjadi aluminium *ekstrusion profil* yang banyak digunakan dalam industri konstruksi, peralatan rumah tangga, komponen elektronik/otomotif, dan sebagainya dengan tujuan pemasaran domestik maupun ekspor.

Sebagai sebuah industri penghasil aluminium ekstrusion, PT Indal Aluminium Industry Tbk (Perseroan) juga telah melakukan integrasi kegiatan usaha dengan memasuki bidang kontraktor jasa konstruksi (melalui PT Indalex), yang menggunakan produk aluminium ekstrusion Perseroan. Secara operasional, produksi Perseroan telah mencapai kondisi yang optimum dengan kapasitas produksi bruto 24.000 ton per tahun (aluminium extrusion standar). Nilai pendapatan Perseroan dalam laporan keuangan konsolidasi terdiri dari penjualan produk aluminium manufaktur dan pendapatan dari jasa konstruksi. Pada 2014, nilai penjualan produk mengalami kenaikan menjadi sebesar Rp.513,30 miliar. Sedangkan dari jasa konstruksi tercatat pendapatan sebesar Rp.420,16 miliar. Secara geografis, penjualan lokal meningkat menjadi sebesar Rp.621,15 miliar dan ekspor mengalami pertumbuhan menjadi sebesar Rp.312,31 miliar di tahun 2014.

Perseroan masih tetap fokus pada pengembangan pasar ekspor karena tingkat pemakaian aluminium per kapita di luar negeri masih lebih besar daripada di Indonesia. Menjelang paruh kedua tahun 2014, permintaan akan jasa konstruksi mulai menunjukkan tren kenaikan dan diperkirakan akan terus meningkat sampai akhir tahun 2015. Perusahaan mencatatkan saham-sahamnya di Bursa Efek

Indonesia (BEI) pada tanggal 5 Desember 1994. Tercatat, PT Indal Aluminium Industry Tbk pernah dua kali melakukan pemecahan saham (*stock split*), yaitu pada tanggal 29 Januari 1996 dan 12 Februari 2014.

4.1.21 PT Surya Toto Indonesia Tbk

PT Surya Toto Indonesia Tbk didirikan pada tanggal 11 Juli 1977 dalam rangka penanaman modal asing dan memulai operasi komersil sejak Februari 1979. Di tahun 1980, Perseroan mulai mengeksport hasil produk saniternya ke mancanegara. Dengan produk dan layanan berstandar internasional, Perseroan berhasil meraih sertifikat pengakuan dari Singapore Institute of Standard and Industrial Research (SISIR) pada tahun 1981. Seiring berkembangnya Perseroan, sebuah pabrik peralatan saniter (*fitting*) kemudian dibangun pada tahun 1985 untuk menunjang usaha produk Saniter.

Memiliki visi menjadi Perseroan terkemuka yang dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan masyarakat serta misi mempersembahkan produk yang bermanfaat dan berkualitas tinggi, memberikan pelayanan prima untuk memenuhi kepuasan pelanggan, mencintai pekerjaan dengan sepenuh hati, menghargai individu dan membina kerjasama, dan melestarikan lingkungan melalui penghematan penggunaan sumber daya alam dan energi. Pabrik ini juga terus dikembangkan dengan berbagai fasilitas penyempurnaan, termasuk mesin pengecor kuningan dan mesin injeksi plastik. Ruang lingkup kegiatan perusahaan ini meliputi untuk memproduksi dan menjual produk sanitary (kloset, wastafel, urinal, bidet, dan lain-lainnya), fittings (kran, shower, dan lainnya) dan peralatan sistem dapur (sistem dapur, lemari pakaian, vanity, dan sebagainya) serta kegiatan-kegiatan lain

yang berkaitan dengan produk tersebut. Demi memenuhi kebutuhan pasar yang terus meningkat, Perseroan terus berupaya untuk senantiasa meningkatkan kualitas dan kapasitas produksinya; dimana pada tahun 2013 Perseroan mulai membangun pabrik Saniternya yang ke-8 di Cikupa, Tangerang. Mulai kuartal IV 2014 telah memasuki tahap produksi sehingga kapasitas produksi Perseroan meningkat sebesar 480.000 pieces per tahun.

Di tahun yang sama, Perseroan juga melakukan peningkatan kapasitas pabrik perangkat dapur yang berlokasi di Pasar Kemis, Tangerang dan saat ini masih dalam tahap konstruksi. Dengan proyek perluasan ini, akan menambah kapasitas produksi sebesar 110.000 M3 untuk peralatan dapur (Sistem Dapur). Sejak tanggal 30 Oktober 1990, perusahaan mencatatkan saham hasil penawaran tersebut pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Tercatat, PT Surya Toto Indonesia Tbk pernah dua kali melakukan pemecahan saham (*stock split*), yaitu pada tanggal 9 Agustus 2012 dan 24 Juli 2014.

4.1.22 PT Rimau Multi Pratama Tbk

PT Rimau Multi Pratama Tbk (sebelumnya bernama Centris Multipersada Pratama Tbk/CMPP) didirikan tanggal 25 Juli 1989 dan memulai kegiatan operasi komersialnya sejak 1989. Induk usaha dari perusahaan ini adalah PT Rimau Multi Investama, yang berkedudukan di Indonesia dan merupakan sebuah *holding company* yang memiliki beberapa perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan dan pelayaran khususnya pengangkutan batubara. Memiliki visi menjadi perusahaan multinasional terkemuka yang dapat mencakup segmen industri yang baik terutama di bidang transportasi, perdagangan dan pertambangan,

serta menjadi perusahaan yang terpercaya serta misi memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan serta dapat meraih profitabilitas yang baik sehingga kepercayaan dan loyalitas pemegang saham pendiri dan publik pada khususnya dapat terpenuhi, mengoptimalkan tingkat pengembalian modal untuk mendukung perusahaan dan meningkatkan nilai pemegang saham, dan menyediakan kesempatan yang sama kepada semua karyawan, tanggung jawab dan pengembangan karir yang jelas.

Ruang lingkup kegiatan perusahaan ini meliputi usaha pengadaan jasa transportasi darat, perbengkelan, perakitan suku cadang dan perdagangan umum. Sejak Desember 2013, kegiatan utama perusahaan ini adalah bidang transportasi dan trading batubara. Per tanggal 8 Desember 1994, perusahaan ini mencatatkan saham-sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). PT Rimau Multi Pratama Tbk melakukan *stock split* pada tanggal 2 September 2014.

4.1.23 PT Multi Bintang Indonesia Tbk

PT Multi Bintang Indonesia Tbk didirikan 03 Juni 1929 dengan nama N.V. (*Nederlandsch Indische Bierbrouwerijen*) dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1929. PT Multi Bintang Indonesia Tbk merupakan bagian dari Grup *Asia Pacific Breweries* dan *Heineken*, dimana pemegang saham utama adalah *Fraser & Neave Ltd. (Asia Pacific Breweries)* dan *Heineken N.V. (Heineken)*. Memiliki visi Wow! Indonesia melalui performanya, mereknya dan orang-orangnya serta misi Menjadi perusahaan minuman Indonesia yang memiliki reputasi baik dan bertanggung jawab, dengan portofolio merek bir dan minuman ringan terkemuka.

Ruang lingkup kegiatan perusahaan beroperasi dalam industri bir dan

minuman lainnya. Kegiatan utama dari perusahaan ini adalah memproduksi dan memasarkan bir (Bintang dan Heineken), bir bebas alkohol (Bintang Zero) dan minuman ringan berkarbonasi (Green Sands). Pada tahun 1997, kegiatan produksi di Surabaya dipindahkan ke Sampang Agung, dimana Perseroan mendirikan fasilitas produksi baru. Di tahun 2010, Asia Pacific Breweries Limited (APB) dari Singapura sempat mengakuisisi saham mayoritas Heineken International B.V. (HIBV) di Perseroan. Namun kemudian di bulan September 2013, HIBV dari Belanda kembali menjadi pemegang saham utama Perseroan, ketika mengakuisisi saham mayoritas Perseroan hingga saat ini.

Pada tahun 2014, Multi Bintang sekali lagi menciptakan tonggak sejarah dengan membangun fasilitas produksi baru yang dilengkapi teknologi canggih untuk memproduksi minuman non-alkohol di Sampang Agung, Jawa Timur. Dengan investasi sekitar Rp210 miliar, fasilitas produksi baru ini dibangun hanya dalam waktu 9 bulan dan secara resmi mulai beroperasi pada Desember 2014. Dengan sejarah yang panjang di Indonesia, Perseroan pun identik dengan salah satu produk unggulan yaitu Bir Bintang, sebuah merek bir yang ikonik dan telah dikenal luas di Indonesia. Multi Bintang juga memproduksi dan memasarkan merek bir premium internasional, Heineken; minuman bebas alkohol Bintang Zero; inovasi produk terbaru Bintang Radler, kombinasi unik Bir Bintang dengan rasa buah lemon alami untuk memberikan kesegaran ganda; dan minuman ringan berkarbonasi, Green Sands.

Saat ini, dengan didukung kuatnya aktifitas brewery Perseroan yang berada di Sampang Agung dan Tangerang, Multi Bintang melalui anak Perusahaannya, PT Multi Bintang Indonesia Niaga telah memantapkan pijakannya dalam memasarkan

dan menjual produk-produk Perseroan di seluruh kota besar di Indonesia dan luar negeri. Perusahaan mencatatkan saham-sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 15 Desember 1981. PT Multi Bintang Indonesia Tbk melakukan pemecahan saham (*stock split*) pada tanggal 5 November 2014.

4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi dari variabel yang diteliti. Dalam deskripsi statistik ditunjukkan angka minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

Analisis deskripsi statistik untuk variabel *return* saham, TVA, ROA, VRA dan CAR ditunjukkan pada tabel 4.1.

Tabel 4.1
Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Return_Sebelum	23	-0.0105	0.1438	0.0107	0.0311
Return_Sesudah	23	-0.0225	0.1345	0.0049	0.0317
TVA_Sebelum	23	0.0000	0.3486	0.0183	0.0720
TVA_Sesudah	23	0.0000	0.0102	0.0012	0.0023
ROA_Sebelum	23	0.66	49.78	11.72	11.44
ROA_Sesudah	23	0.01	35.32	11.19	9.85
VRA_Sebelum	23	0.0000	0.0742	0.0171	0.0178
VRA_Sesudah	23	0.0000	0.0662	0.0164	0.0145
CAR_Sebelum	23	-0.0518	0.7081	0.0516	0.1554
CAR_Sesudah	23	-0.1596	0.6746	0.0135	0.1604
Valid N (listwise)	23				

Dari tabel 4.1, dapat diketahui bahwa:

1. Pada *return* saham, nilai *return* saham terendah pada periode sebelum peristiwa adalah sebesar -0,0105, dan *return* saham tertinggi adalah 0,1438, mean sebesar 0,0107, dengan standar deviasi sebesar 0,0311. Sedangkan periode setelah peristiwa dapat diketahui bahwa nilai *return* saham terendah ialah sebesar -0,0225, dan *return* saham tertinggi adalah 0,1345, mean sebesar 0,0049, dengan standar deviasi sebesar 0,0317. Rata-rata *return* saham yang lebih kecil dari standar deviasinya menunjukkan bahwa terjadi penyimpangan dari nilai rata-ratanya.
2. Pada TVA, nilai terendah pada periode sebelum peristiwa adalah sebesar 0,0000 dan nilai tertinggi adalah 0,3486, mean sebesar 0,0183 dengan standar deviasi sebesar 0,0720. Sedangkan pada periode setelah peristiwa dapat diketahui bahwa nilai terendah adalah sebesar 0,0000 dan nilai tertinggi adalah 0,0102, mean sebesar 0,0012 dengan standar deviasi sebesar 0,0023. Rata-rata nilai TVA yang lebih kecil dari standar deviasinya menunjukkan bahwa terjadinya penyimpangan dari nilai rata-ratanya.
3. Pada ROA, nilai terendah pada periode sebelum peristiwa adalah sebesar 0,66 dan nilai tertinggi adalah 49,78, mean sebesar 11,72 dengan standar deviasi 11,44. Sedangkan pada periode setelah peristiwa dapat diketahui bahwa nilai terendah adalah sebesar 0,01 dan nilai tertinggi adalah 35,32, mean sebesar 11,19 dengan standar deviasi 9,85. Rata-rata nilai ROA yang lebih besar dari standar deviasinya menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal.
4. Pada VRA, nilai terendah pada periode sebelum peristiwa adalah sebesar 0,0000 dan nilai tertinggi adalah 0,0742, mean sebesar 0,0171 dengan standar deviasi sebesar 0,0178. Sedangkan pada periode setelah peristiwa dapat

diketahui bahwa nilai terendah adalah sebesar 0,0000 dan nilai tertinggi adalah 0,0662, mean sebesar 0,0164 dengan standar deviasi sebesar 0,0145. Rata-rata nilai VRA setelah peristiwa yang lebih besar dari standar deviasinya menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

5. Pada CAR, nilai terendah pada periode sebelum peristiwa adalah sebesar -0,0518 dan nilai tertinggi sebesar 0,7081, mean sebesar 0,0516 dengan standar deviasi sebesar 0,1554. Sedangkan pada periode setelah peristiwa dapat diketahui bahwa nilai terendah adalah sebesar -0,1596 dan nilai tertinggi adalah sebesar 0,6746, mean sebesar 0,0135 dengan standar deviasi 0,1604. Rata-rata nilai CAR yang lebih kecil dari standar deviasinya menunjukkan bahwa terjadi penyimpangan dari nilai rata-ratanya.

4.3 Pengujian Hipotesis

a. *Stock Split* dan *Return Saham*

Tabel 4.2
Hasil Uji *Paired Sample T-test* Return Saham Sebelum dan Sesudah *Stock Split*

Variabel	Rata-rata Sebelum	Rata-rata Sesudah	t	df	Sig. (2-tailed)
<i>Return</i> Saham	0,0107	0,0049	1,381	22	0,181

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat perbedaan *return* saham pada periode sebelum dan sesudah *stock split*. Untuk menguji hipotesis ini, data yang digunakan adalah rata-rata *return* saham sebelum dan sesudah *stock split*.

Perhitungan rata-rata *return* saham sebelum dan sesudah *stock split* diperoleh dari penjumlahan rata-rata *return* saham seluruh sampel sebelum peristiwa (tanggal pengumuman pemecahan saham) t-5 sampai dengan t-1 dibagi n, sedangkan rata-rata *return* saham seluruh sampel sesudah peristiwa (tanggal pengumuman pemecahan saham) t+1 sampai dengan t+5 dibagi n. Setelah diketahui rata-rata *return* saham pada periode sebelum dan sesudah *stock split*, selanjutnya dilakukan uji *paired sample t-test* dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.2 di atas.

Dari hasil pengujian perbandingan *return* saham pada periode sebelum dan sesudah peristiwa, diperoleh t hitung sebesar 1,381 dan signifikan sebesar 0,181. Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sig. 0,181 > dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak atau tidak terdapat perbedaan *return* saham pada periode sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*, dengan demikian hipotesis pertama ditolak.

b. *Stock Split* dan Volume Perdagangan Saham

Tabel 4.3
Hasil Uji *Paired Sample T-test* Volume Perdagangan Saham
Sebelum dan Sesudah *Stock Split*

Variabel	Rata-rata Sebelum	Rata-rata Sesudah	t	df	Sig. (2-tailed)
Volume Perdagangan Saham	0,0183	0,0012	1,141	22	0,266

Hipotesis kedua menyatakan terdapat perbedaan volume perdagangan sebelum dan sesudah pemecahan saham atau *stock split*. Volume perdagangan diukur pada *Trading Volume Activity* (TVA) yang diperoleh dari jumlah saham yang diperdagangkan pada saat t dibagi dengan jumlah saham yang beredar pada saat t . Setelah diketahui rata-rata TVA seluruh sampel pada periode sebelum dan sesudah pengumuman pemecahan saham, selanjutnya dilakukan uji *paired sample t-test* dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.3 di atas.

Dari hasil pengujian perbandingan TVA pada periode sebelum dan sesudah peristiwa, diperoleh t hitung sebesar 1,141 dan signifikan sebesar 0,266. Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa $\text{sig. } 0,266 >$ dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak atau tidak terdapat perbedaan TVA pada periode sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*, dengan demikian hipotesis kedua ditolak.

c. *Stock Split* dan Laba

Tabel 4.4
Hasil Uji Paired Sample T-test Laba Sebelum dan Sesudah Stock Split

Variabel	Rata-rata Sebelum	Rata-rata Sesudah	t	df	Sig. (2-tailed)
Laba	11,72	11,19	0,396	22	0,696

Hipotesis ketiga menyatakan terdapat perbedaan laba yang dihitung melalui ROA sebelum dan sesudah *stock split*. ROA yang diperoleh melalui laba sebelum pajak dibagi dengan total aktiva sebelum dan sesudah peristiwa pemecahan saham.

Setelah diketahui ROA seluruh sampel pada periode sebelum dan sesudah stock split, selanjutnya dilakukan uji *paired sample t-test* dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.4 di atas.

Dari hasil pengujian perbandingan ROA pada periode sebelum dan sesudah peristiwa, diperoleh t hitung sebesar 0,396 dan signifikan sebesar 0,696. Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa sig. 0,696 > dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak atau tidak terdapat perbedaan ROA pada periode sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*, dengan demikian hipotesis ketiga ditolak.

d. Stock Split dan Varians Return Saham

Tabel 4.5
Hasil Uji Paired Sample T-test Varians Return Saham Sebelum dan Sesudah Stock Split

Variabel	Rata-rata Sebelum	Rata-rata Sesudah	t	df	Sig. (2-tailed)
Varians Return Saham	0,0171	0,0164	0,182	22	0,857

Hipotesis keempat menyatakan terdapat perbedaan *VRA* sebelum dan sesudah pemecahan saham atau *stock split*, *VRA* diperoleh dari deviasi kuadrat (*squared deviation*) dari rata-rata return saham pada periode pengamatan. Setelah diketahui *VRA* seluruh sampel pada periode sebelum dan sesudah pengumuman pemecahan

saham, selanjutnya dilakukan uji *paired sample t-test* dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.5 di atas.

Dari hasil pengujian perbandingan VRA pada periode sebelum dan sesudah peristiwa, diperoleh nilai *t* hitung sebesar 0,182 dan signifikan sebesar 0,857. Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa $\text{sig. } 0,857 > \text{ dari tingkat signifikansi } 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan menolak H_1 atau tidak terdapat perbedaan VRA pada periode sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*, dengan demikian hipotesis keempat ditolak.

e. *Stock Split* dan *Abnormal Return*

Tabel 4.6
Hasil Uji *Paired Sample T-test Abnormal Return* Sebelum dan
Sesudah *Stock Split*

Variabel	Rata-rata Sebelum	Rata-rata Sesudah	t	df	Sig. (2-tailed)
<i>Abnormal Return</i>	0,0516	0,0135	1,720	22	0,100

Hipotesis kelima menyatakan terdapat perbedaan CAR sebelum dan sesudah pemecahan saham atau *stock split*. CAR diperoleh dari akumulasi perbedaan antara *expected return* dan *realized return* pada periode pengamatan. Setelah diketahui CAR seluruh sampel pada periode sebelum dan sesudah pengumuman pemecahan saham, selanjutnya dilakukan uji *paired sample t-test* dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.6 di atas.

Dari hasil pengujian perbandingan CAR pada periode sebelum dan sesudah peristiwa, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,720 dan signifikan sebesar 0,100. Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa $\text{sig. } 0,100 >$ dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan menolak H_1 atau tidak terdapat perbedaan CAR pada periode sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*, dengan demikian hipotesis kelima ditolak.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Pembuktian hipotesis di atas telah dilakukan dengan melaksanakan pengujian terhadap *return* saham, TVA, ROA, VRA dan CAR sebelum dan sesudah *stock split*. Uji *paired sampel t-test* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan *return* saham, TVA, VRA dan CAR sebelum yaitu t-5 sampai t-1 periode pemecahan saham dan sesudah yaitu t+5 sampai t+1 periode pemecahan saham kecuali untuk ROA yang periode pengamatannya dimulai pada tahun sebelum pemecahan saham dan tahun saat pemecahan saham. Hasil pembahasan dari hipotesis adalah sebagai berikut:

4.4.1 Stock Split dan Return Saham

Dari pengujian hipotesis pertama, secara statistik diperoleh kesimpulan bahwa tidak ditemukan adanya perbedaan nilai rata-rata *return* saham sebelum dan sesudah pengumuman pemecahan saham, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan *return* saham pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham ditolak.

Berdasarkan nilai rata-rata, *return* saham sebelum pengumuman pemecahan saham adalah sebesar 0,0107 dan *return* saham setelah peristiwa adalah sebesar 0,0049. Hasil tersebut membuktikan bahwa walau terdapat penurunan *return*

saham, namun penurunan tidak signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *return* saham pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sutrisno (2000) yang mengatakan bahwa aktivitas pemecahan saham atau *stock split* tidak berpengaruh pada *return* saham. Serta Sadikin (2011) yang menganalisis *return* saham dan perdagangan saham sebelum dan sesudah peristiwa menyatakan tidak ada perbedaan signifikan *return* saham sebelum dan sesudah *stock split*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan *return* saham, salah satu penyebab dari penurunan *return* saham tersebut adalah sesudah kejadian *stock split* harga saham cenderung turun untuk kemudian naik kembali. Sehingga saham yang diperdagangkanpun akan semakin likuid dan diminati oleh para investor (Jogiyanto, 2000). Dengan adanya kenaikan harga saham tersebut maka akan diikuti dengan kenaikan *return* saham. Hal ini juga menjadi salah satu alasan investor tertarik dengan saham tersebut yang melakukan *stock split*.

4.4.2 *Stock Split* dan Volume Perdagangan Saham

Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa secara statistik tidak terdapat perbedaan antara TVA sebelum dan sesudah peristiwa, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan TVA pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham ditolak. Berdasarkan nilai rata-rata, TVA sebelum pemecahan saham adalah sebesar 0,0183 dan TVA sesudah pengumuman pemecahan saham adalah sebesar 0,0012.

Dari segi teoritis, yaitu ditinjau dari *trading range theory*, yang menyatakan bahwa dengan melakukan pemecahan saham, harga saham akan berada pada batas

yang optimal sehingga akan meningkatkan daya beli investor sehingga banyak investor yang mau memperjualbelikan atau bertransaksi pada saham tersebut yang akhirnya akan meningkatkan likuiditas perdagangan saham (Marwata, 2001).

Sedangkan ditinjau dari *signalling theory* menunjukkan bahwa pemecahan saham menunjukkan sinyal positif kepada investor karena pemecahan saham sebagai informasi tersirat bahwa prospek perusahaan kedepan akan lebih baik (Marwata, 2001). Hal ini memotivasi investor untuk segera melakukan transaksi jual beli saham yang melakukan *stock split*. Sehingga, ini menyebabkan perbedaan yang signifikan terhadap volume perdagangan sebelum dan sesudah pemecahan saham.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Desai (1991), Sutrisno (2000), Widayanto (2005), Savitri (2006), Pavabutr (2008), Omollo (2010) yang membuktikan bahwa terdapat perbedaan pada volume perdagangan sebelum dan sesudah pemecahan saham. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada metodologi penelitian yang menggunakan *Trading Volume Activity* (TVA) dalam mengukur volume perdagangan dengan menghitung data saham yang diperdagangkan harian dengan jumlah saham yang terdaftar. Akan tetapi pada penelitian ini hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan volume perdagangan saham.

Hasil pengujian hipotesis kedua, perbedaan volume perdagangan pada periode sebelum dan sesudah pengumuman pemecahan saham, menunjukkan bahwa investor di Indonesia memberikan reaksi yang cepat terhadap informasi yang diterimanya karena investor menganggap bahwa peristiwa pemecahan saham merupakan sinyal yang baik bahwa prospek perusahaan kedepan akan lebih baik

(Marwata, 2001). Hal ini terjadi karena *stock split* memerlukan biaya dan hanya perusahaan berprospek baik yang sanggup melakukannya. Hal ini mendorong investor untuk segera melakukan transaksi saham. Oleh karena itu, terjadi perbedaan volume perdagangan sebelum dan sesudah pemecahan saham (Hendrawijaya, 2009).

4.4.3 *Stock Split* dan Laba

Dari pengujian terhadap hipotesis ketiga, secara statistik tidak ditemukan adanya perbedaan antara ROA sebelum dan sesudah peristiwa, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan ROA pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham ditolak. Berdasarkan nilai rata-rata, ROA sebelum pengumuman pemecahan saham adalah sebesar 11,72 dan ROA setelah pengumuman pemecahan saham adalah sebesar 11,19. Hasil tersebut membuktikan bahwa walaupun terdapat penurunan ROA, namun penurunan tidak signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan ROA pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Retno (2006), yang menyatakan tidak adanya perbedaan ROA sebelum dan sesudah pemecahan saham. Persamaan ini terletak pada metodologi penelitian yang menggunakan *paired sample t-test* dan data yang digunakan adalah ROA tahun sebelum dan tahun saat *stock split*, walaupun periode yang digunakan berbeda dengan penelitian ini namun ini membuktikan bahwa memang tidak ada perbedaan ROA saat sebelum dan sesudah *stock split*. Penelitian ini berbeda dengan Asquith (1989) yang menyatakan terdapat perbedaan antara ROA sebelum dan sesudah

pemecahan saham. Hal ini terjadi karena periode metode pengamatan yang berbeda dan kondisi pasar yang berbeda, pengamatan yang dilakukan oleh Asquith (1989) menggunakan data triwulan ROA perusahaan yang melakukan *stock split*, sedangkan penelitian ini dilakukan dengan mengamati data setahun sebelum *stock split* dan tahun pada saat *stock split* sehingga hasilnya pun akan berbeda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan ROA namun tidak signifikan, salah satu penyebab dari penurunan ROA tersebut adalah perusahaan melakukan peningkatan pertumbuhan perusahaan (Retno, 2006). Peningkatan pertumbuhan perusahaan pada umumnya memerlukan dana yang relatif besar dan hasilnya belum dapat dinikmati dalam jangka pendek, misalnya pertumbuhan tersebut dalam bentuk peluncuran produk baru, atau dalam bentuk penambahan kapasitas produksi (Retno, 2006). Dengan demikian pengamatan dalam jangka waktu satu tahun saat *stock split* belum menampakkan adanya peningkatan ROA, bahkan justru sebaliknya. Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab setelah *stock split* perusahaan mengalami penurunan ROA (Retno, 2006).

4.4.4 Stock Split dan Varians Return Saham

Dari pengujian terhadap hipotesis keempat, secara statistik tidak ditemukan adanya perbedaan antara *varians return* saham sebelum dan sesudah peristiwa, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan *varians return* saham pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham ditolak. Berdasarkan nilai rata-rata, *varians return* saham sebelum pengumuman pemecahan saham adalah sebesar 0,0171 dan *varians return* saham setelah pengumuman pemecahan saham adalah sebesar 0,0164. Hasil tersebut membuktikan bahwa walaupun

terdapat penurunan *varians return* saham, namun penurunan tidak signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *varians return* saham pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sutrisno (2000) dan Retno (2006) yang menyatakan tidak adanya perbedaan *varians return* saham sebelum dan sesudah pemecahan saham. Persamaan hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada metodologi penelitian yang menggunakan data harian harga saham dan melakukan *purposive sampling* untuk menentukan sampel, serta sama-sama meneliti perusahaan yang terdaftar di BEI, sehingga mempunyai hasil yang relatif sama. Tidak adanya perbedaan *varians return* saham sebelum dan sesudah pemecahan saham, hal ini terjadi karena perdagangan saham di bursa untuk saham-saham yang melakukan *stock split* tersebut biasanya didominasi oleh perusahaan besar seperti bank, jasa pengembangan real estate dan properti, dan reksadana. Jika perdagangan didominasi oleh mereka, berarti jumlah investor relatif sedikit namun volume perdagangan atau transaksi yang dihasilkan lebih besar dari biasanya (Retno, 2006).

Varians return saham menginterpretasikan pada variasi harga yang terjadi pada saham, apabila jumlah investor sedikit maka variasi harga juga relatif sedikit atau rendah, sehingga tidak menunjukkan adanya perubahan variasi harga yang mencolok atau signifikan (Sutrisno, 2000). Misalnya, 100 investor membeli suatu saham pada hari yang berbeda-beda, maka akan terdapat banyak variasi harga yang terjadi sehingga menimbulkan variasi harga atau variasi return yang tinggi pula. Tetapi jika yang melakukan transaksi hanya 4 atau 5 investor, maka variasi harga atau *variasi return* yang terjadi juga sedikit.

4.4.5 *Stock Split* dan *Abnormal Return*

Dari pengujian terhadap hipotesis kelima, secara statistik tidak ditemukan adanya perbedaan antara *abnormal return* sebelum dan sesudah peristiwa pemecahan saham, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan *abnormal return* pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham ditolak. Berdasarkan nilai rata-rata, *abnormal return* sebelum pengumuman pemecahan saham adalah sebesar 0,0516 dan *abnormal return* setelah pengumuman pemecahan saham adalah sebesar 0,0135. Hasil tersebut membuktikan bahwa tidak terdapat perbedaan *abnormal return* pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sutrisno (2000), Mila (2010), Ghatak (2011), Alex (2011), yang menyatakan tidak adanya perbedaan *abnormal return* sebelum dan sesudah pemecahan saham. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam penelitian sebelumnya yang meneliti *abnormal return* di BEI pada periode 1995-1997 (Sutrisno, 2000) dan pada periode 2007-2009 (Mila, 2010) menunjukkan hal yang sama karena menggunakan data *purposive sampling*, *paired sample t-test* dalam mengukur perbedaan, dan juga menggunakan metode yang sama dalam menghitung *abnormal return*. Sedangkan dalam penelitian Ghatak (2011) dan Alex (2011), walaupun dilakukan di tempat yang berbeda yaitu Bursa Saham India namun ternyata tetap menghasilkan hal yang sama, ini menunjukkan bahwa memang tidak ada perbedaan pada *abnormal return* sebelum dan setelah pemecahan saham walaupun berbeda kondisi Negara.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Asquith (1989) dan Savitri (2006) yang menyatakan bahwa adanya perbedaan pada *abnormal*

return sebelum dan sesudah pemecahan saham. Perbedaan ini karena Savitri (2006) menggunakan metode index model dalam menghitung *abnormal return*, hal ini akan mempengaruhi hasil akhir pengujian sehingga hasilnya berbeda dengan penelitian ini. Sedangkan penelitian Asquith (1989) menggunakan analisis regresi yang membandingkan pengaruh *stock split* dengan *abnormal return*, sehingga berbeda hasilnya dengan penelitian ini.

Fatmawati (1999) berasumsi bahwa investor hanya akan berinvestasi pada saham yang benar-benar diketahui dengan pasti segala sesuatunya. Aktifitas pemecahan saham yang dilakukan oleh perusahaan akan diinterpretasikan oleh investor sebagai sinyal bahwa manajer memiliki informasi yang menguntungkan, dimana hal tersebut ditunjukkan dengan adanya *abnormal return* yang signifikan di sekitar pengumuman *stock split* (Mila, 2010). Melalui penelitian ini, diperoleh hasil yang berbeda, yaitu rata-rata *abnormal return* tidak mengalami perbedaan pada periode sebelum dan sesudah pemecahan saham. Hal ini berarti bahwa investor tidak mengantisipasi adanya informasi baru yang dipublikasikan ke pasar atau investor menganggap bahwa peristiwa pemecahan saham bukan berarti sebuah berita baik, sehingga tidak mengubah preferensi investor terhadap keputusan investasinya (Mila, 2010).