

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah dan Perkembangan PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR)

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) memiliki sejarah keuangan yang panjang dan stabil sejak awal berdirinya pada tahun 1933 sebagai Lever's Zeepfabrieken N.V. Perusahaan memulai aktivitasnya dengan memproduksi sabun di pabrik Angke, Jakarta Utara, dan secara bertahap memperluas lini produknya untuk memenuhi kebutuhan pasar Indonesia yang terus berkembang. Perubahan nama menjadi PT Unilever Indonesia pada tahun 1980 diikuti oleh langkah strategis menjadi perusahaan terbuka pada tahun 1982, yang membuka akses ke pendanaan dari pasar modal. Sejak saat itu, UNVR dikenal sebagai salah satu emiten terkemuka di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan reputasi sebagai saham blue chip yang stabil.

Kinerja keuangan UNVR terus menunjukkan pertumbuhan melalui strategi diversifikasi produk, penetrasi pasar yang efektif, dan inovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen lokal. Bahkan ketika menghadapi tantangan besar seperti krisis moneter Asia pada 1998, perusahaan mampu beradaptasi dan mempertahankan pertumbuhan dengan fokus pada efisiensi operasional dan penyesuaian harga. Di era pasca-krisis, pendapatan perusahaan meningkat secara signifikan, didukung oleh permintaan tinggi untuk produk-produk rumah tangga dan perawatan pribadi yang menjadi andalan UNVR.

Dalam beberapa tahun terakhir, meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan ketat di industri barang konsumen cepat saji dan perubahan pola konsumsi, UNVR terus

mempertahankan posisi kuatnya di pasar. Namun, pada tahun 2023, perusahaan menghadapi penurunan penjualan yang sebagian besar disebabkan oleh dampak boikot konsumen terhadap produk Unilever terkait isu global, termasuk afiliasi dengan wilayah pendudukan Palestina. Sebagai respons, perusahaan mengambil langkah-langkah strategis seperti stabilisasi harga dan perbaikan sistem distribusi pada tahun 2024 untuk mengembalikan kepercayaan konsumen dan memperbaiki kinerja keuangannya.

1.1.2 Sejarah dan Perkembangan PT Sarimelati Kencana Tbk. (PZZA)

Pizza Hut merupakan franchise restoran dan waralaba internasional dari Amerika Serikat yang telah didirikan pada tahun 1958 oleh Dan Carney dan Frank Carney, Pizza Hut dikenal dengan berbagai menu masakan Italia-Amerika seperti pizza dan pasta. Pizza Hut telah memiliki lebih dari 16.000 gerai di lebih dari 100 negara. Berdasarkan akta pendirian No. 132, Pizza Hut Indonesia didirikan pada tanggal 16 Desember 1987. PT Sarimelati Kencana sebagai pemegang franchise di Indonesia berhak mengembangkan dan mengoperasikan restoran Pizza Hut di Indonesia berdasarkan IFA dengan Pizza Hut Restaurants Asia Ltd dan sudah mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 dengan kode saham PZZA.

Reputasi perusahaan PT Sarimelati Kencana sedang terkena dampak oleh aksi boikot yang menyerukan penghentian konsumsi produk yang berafiliasi dengan Israel. Hal ini dikarenakan adanya asosiasi dengan merek internasional Pizza Hut sehingga memicu sentimen negatif, meskipun operasional Pizza Hut Indonesia dikelola secara independen. Munculnya sentimen negatif pada konsumen mengakibatkan menurunnya kinerja keuangan dan saham, hal ini dijelaskan oleh Sekretaris perusahaan PT Sarimelati Kencana Tbk. Kurniadi Sulistyono mengakui kondisi aksi boikot ini

lebih parah dibanding hantaman pandemi COVID-19 pada 2020, dalam dua bulan penjualan PT Sarimelati Kencana Tbk merosot dan mempengaruhi kinerja saham PZZA yang turun sekitar 6% (Saputra, 2023)

1.1.3 Sejarah dan Perkembangan PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST)

PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST) merupakan pemegang hak waralaba tunggal untuk merek KFC di Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh keluarga Gelael pada tahun 1978. Gerai pertama KFC Indonesia dibuka pada bulan Oktober 1979 di Jalan Melawai, Jakarta. Keberhasilan pembukaan gerai pertama ini menjadi momentum penting yang mendorong ekspansi jaringan KFC ke berbagai daerah, tidak hanya di Jakarta tetapi juga ke kota-kota besar lainnya di Indonesia.

Seiring dengan pertumbuhannya, KFC Indonesia terus memperluas jumlah gerai, baik di pusat perbelanjaan, kawasan bisnis, hingga lokasi-lokasi strategis lainnya. Dengan konsep layanan cepat saji, KFC menjadi salah satu restoran cepat saji terkemuka di Indonesia. Berbagai inovasi produk dan promosi juga terus dilakukan untuk menarik pelanggan.

Sebagai pemegang lisensi eksklusif KFC di Indonesia, FAST juga menghadapi sejumlah tantangan, salah satunya adalah terkait dengan pemboikotan yang beberapa kali terjadi, terutama terkait dengan konflik Gaza-Israel. Hal ini muncul karena hubungan jaringan merek KFC global dengan entitas tertentu yang mendukung Israel. Pemboikotan tersebut sempat berdampak pada citra perusahaan di Indonesia, serta penurunan penjualan yang signifikan pada beberapa periode.

Namun, meskipun menghadapi tantangan tersebut, KFC Indonesia tetap bertahan dan terus berkembang. PT Fast Food Indonesia berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik

kepada pelanggan dan menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, perusahaan juga aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan tanggung jawab perusahaan (CSR), dengan tujuan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat Indonesia.

1.1.4 Sejarah dan Perkembangan PT MAP Boga Adiperkasa Tbk. (MAPB)

Salah satu anak perusahaan dari PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP), perusahaan ritel ternama di Indonesia, adalah PT MAP Boga Adiperkasa Tbk (MAPB). Perusahaan makanan dan minuman (F&B) PT MAP Boga Adiperkasa Tbk. menggunakan sistem waralaba untuk membawahi berbagai merek global ternama. Pada tahun 2017, PT MAP Boga Adiperkasa Tbk mencatatkan sahamnya dengan kode saham MAPB di Bursa Efek Indonesia.

Starbucks, Marzano Pizza, Krispy Kreme, Cold Stone Creamery, Godiva, Genki Sushi, PAUL Bakery, dan Subway adalah beberapa merek global yang telah dikelola oleh MAPB. Lebih dari 800 gerai dikelola oleh PT MAP Boga Adiperkasa di 59 kota di Indonesia. Selain itu, MAPB memiliki aliansi strategis dengan General Atlantic, sebuah perusahaan investasi multinasional. Pada Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) 2024, MAPB mengambil keputusan untuk menggunakan laba bersih tahun 2023 untuk cadangan dan ekspansi perusahaan dan tidak membagikan dividen.

MAPB bertanggung jawab atas merek Starbuck, yang telah bergabung dengan boikot organik, maka MAPB merupakan salah satu bisnis yang dapat merasakan dampak secara finansial dan reputasi akibat kampanye boikot terhadap berbagai produk yang berafiliasi dengan Israel. Oleh karena itu, sangat penting untuk memeriksa apakah boikot tersebut akan berdampak pada harga saham MAPB selama periode boikot.

1.2 Latar Belakang Penelitian

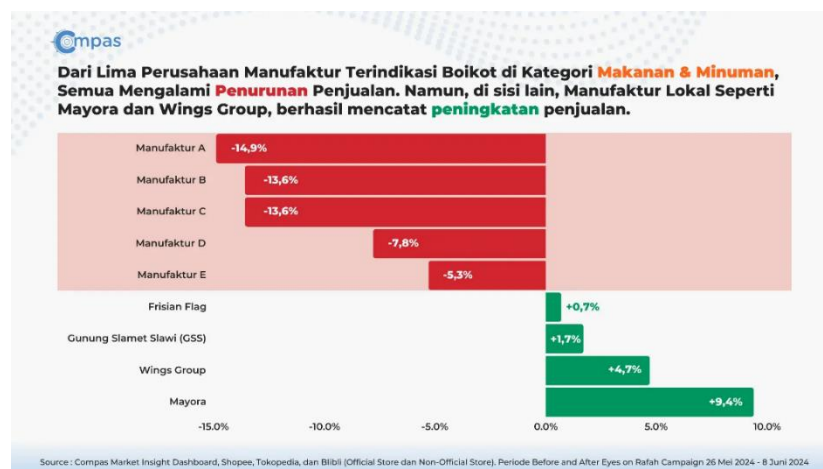
Situasi dan kondisi geopolitik berpengaruh kepada situasi ekonomi sosial, sehingga mempengaruhi stabilitas perusahaan dan pasar saham, terutama konteks pasar saham yang semakin terbuka dengan arus informasi yang cepat. Kondisi geopolitik antara Palestina dan Israel telah mempengaruhi dari segi ekonomi karena adanya seruan aksi boikot terhadap perusahaan yang terafiliasi dengan Israel. Fenomena pemboikotan ini dikenal sebagai kampanye BDS (Boikot, Divestasi, Sanksi) yang secara khusus mengkomunikasikan taktik yang akan digunakan untuk menentang proyek Zionis. Langkah boikot kampanye BDS ini terdapat dari tiga bagian, yaitu konsumen, budaya, dan akademis (Pujiastuti, 2023). Boikot konsumen ini mendorong individu dan kelompok untuk tidak membeli barang dan jasa dari perusahaan Israel dan perusahaan internasional yang terlibat dalam kebijakan Israel yang melanggar banyak hak Palestina dan hukum internasional.

Gerakan BDS ini mulai dikampanyekan pada bulan Oktober 2023 di seluruh dunia, kampanye dilakukan secara masif melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Tiktok. Selain itu, ada pula aksi solidaritas Palestina yang dilakukan pada tanggal 5 November 2023 di Monumen Nasional, Jakarta, membawa pesan perlawanan ekonomi pada Israel dan berbagai produk perusahaan yang terafiliasi dengan Israel, hal ini terlihat dari beberapa pamflet yang dibawa massa demonstran bertuliskan ‘Boikot Israel’ (Supriyatna, 2023).

Gerakan boikot terhadap Israel ini semakin masif setelah adanya serangan Israel di Rafah pada bulan Mei. Hal ini dikarenakan Rafah menjadi tempat pengungsian bagi 900 ribu orang masyarakat Palestina. Adanya peristiwa di Rafah, adanya kampanye “Eyes on Rafah” yang viral di Media Sosial. Pada tanggal 19 Mei 2024 hingga 15 Juni 2024, Kompas memonitor perkembangan pasar di industri Fast Moving Consumer Goods, diketahui kampanye “Eyes on Rafah” memiliki pengaruh terhadap penurunan

penjualan. 118 produk pro Israel diboikot di Indonesia (Yusuf, 2023), dari 118 produk pro Israel tersebut dibagi menjadi dua kriteria afiliasi dengan Israel, yaitu kepemilikan saham, saham perusahaan dimiliki oleh perusahaan atau individu yang berkaitan dengan Israel, lalu dukungan terbuka atau tersirat, perusahaan ini biasanya terbuka atau tersirat memberikan dukungan kepada Israel atau kebijakan-kebijakannya (Syam, 2024), seperti membuka restoran di daerah Israel secara tidak langsung membayar kewajiban kepada pemerintahan Israel dan mendukung serangan Israel terhadap Palestina. Dari dua kriteria afiliasi tersebut, terdaftar di Situs Boikot Internasional yaitu <https://bdsmovement.net/>.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh Kompas.co.id, bidang yang terdampak boikot adalah Kategori Makanan & Minuman, hal ini dibuktikan dengan lima perusahaan yang terindikasi boikot di Kategori Makanan & Minuman telah mengalami penurunan, tetapi mencatat



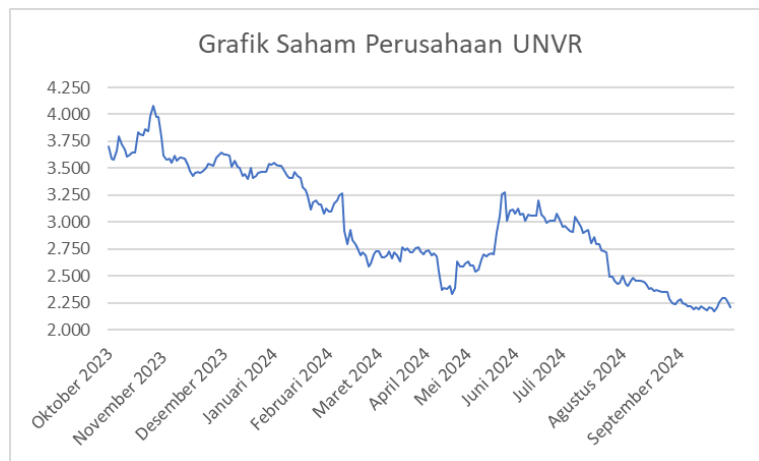
Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Penjualan Antara Manufaktur Lokal dan Manufaktur Terindikasi Boikot

Sumber: Kompas Market Insight (2024)

peningkatan penjualan untuk manufaktur lokal seperti Mayora dan Wings Group.

Pemboikotan yang dilakukan mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan dan harga sahamnya. Hal ini menaruh perhatian terhadap kinerja

keuangan perusahaan dan harga saham di tengah situasi aksi pemboikotan. Selama Oktober 2023 hingga September 2024 yaitu setahun lamanya, keempat perusahaan yang terafiliasi dengan Israel yaitu UNVR, PZZA, FAST dan MAPB telah mengalami penurunan harga saham.



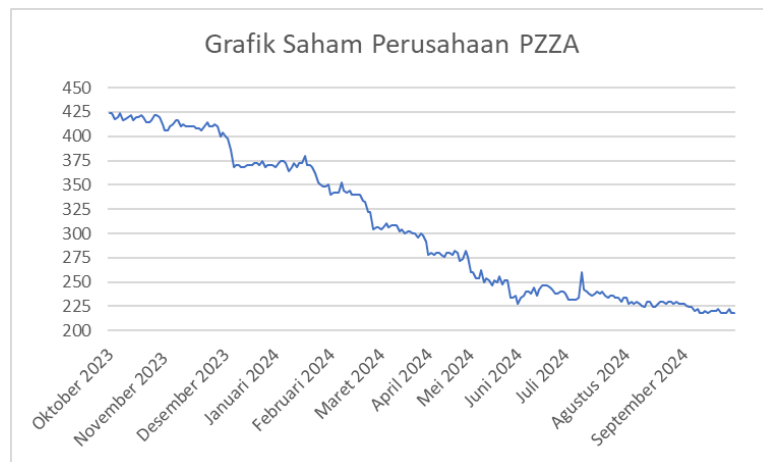
Gambar 1.2 Grafik Saham UNVR

Sumber: Data yang diolah penulis (2024)

Pada awal bulan Oktober 2023 harga saham Unilever menyentuh di angka 3700 dan menyentuh harga saham tertinggi selama setahun ke belakang ini pada harga 4080 di bulan Oktober 2023. Tren saham pada Perusahaan Unilever dominannya menurun walaupun sempat mengalami kenaikan pada awal dan pertengahan tahun 2024. Penurunan harga saham Perusahaan Unilever dari bulan Oktober 2023 hingga September 2024 ini hampir 50%.

Aksi pemboikotan pada bulan Oktober cukup mempengaruhi harga saham Unilever. Adanya sentimen negatif berpengaruh pada penurunan pangsa pasar karena preferensi konsumen berkembang untuk kebutuhan produk yang lebih spesifik, *downtrading*, dan sentimen boikot (Fadli, 2024). Hal ini dibuktikan bahwa selama dua bulan setelah seruan boikot, saham Unilever tercatat menurun 2% dan tanggal 15 November merupakan titik terendahnya saham Unilever (Saputra, 2023).

Selain itu, *Investment Analyst Lead* Stockbit Sekuritas yaitu Edi Chandren mengungkapkan bahwa pemulihan dari dampak boikot termasuk lambat, saham Unilever sempat pulih hingga Rp10 triliun pada kuartal I-2024, tetapi kembali melemah Rp9 triliun pada kuartal II-2024 yang mana terkikis sebesar 7% yoy atau ambles 11% qoq (Mahardhika, 2024).



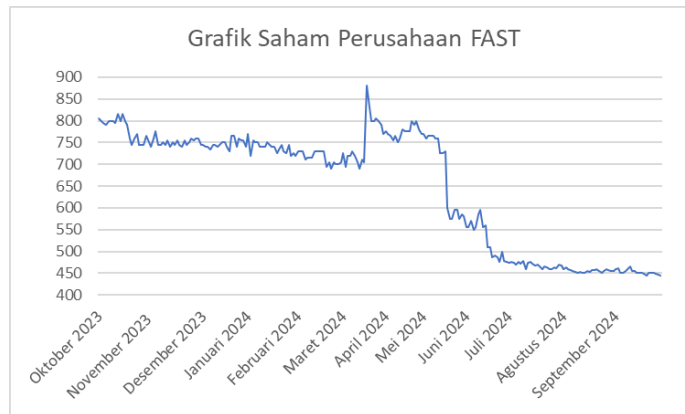
Gambar 1.3 Grafik Saham PZZA

Sumber: Data yang diolah penulis (2024)

PT Sarimelati Kencana pemegang merek Pizza Hut di Indonesia dengan saham PZZA, menunjukkan tren penurunan yang lebih stabil tetapi konsisten sepanjang periode tersebut. Pada bulan Oktober 2023, harga sahamnya berada di Rp424, tetapi seiring berjalannya waktu harga sahamnya terus menurun tanpa adanya tanda-tanda pemulihan.

Sekretaris perusahaan PT Sarimelati Kencana Tbk. Kurniadi Sulistyono mengakui kondisi aksi boikot ini lebih parah dibanding hantaman pandemi COVID-19 pada 2020, dalam dua bulan penjualan PT Sarimelati Kencana Tbk merosot dan mempengaruhi kinerja saham PZZA yang turun sekitar 6% (Saputra, 2023). Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan sektor restoran cepat saji sangat rentan terhadap fluktuasi ekonomi dan sosial, sehingga perilaku

konsumen dapat mempengaruhi volatilitas harga saham secara drastis.



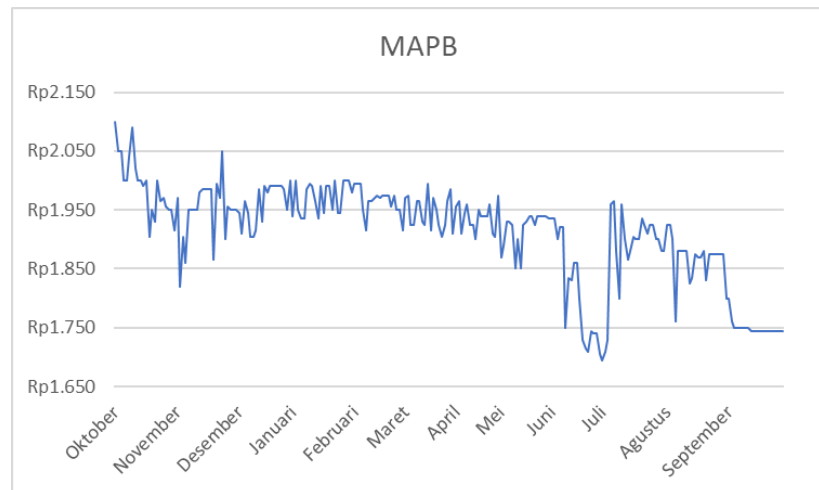
Gambar 1.4 Grafik Saham FAST

Sumber: Data yang diolah penulis (2024)

Perusahaan yang mengelola *franchise* restoran KFC yaitu FAST juga turut menghadapi penurunan yang signifikan. Pada bulan Oktober 2023 hingga bulan Mei 2024 harga sahamnya dapat dikatakan relatif stabil bahkan pada bulan Maret 2024 saham FAST mencapai puncak harga sahamnya, tetapi bulan Mei 2024 harga saham mengalami penurunan yang mencerminkan adanya reaksi pasar terhadap peristiwa besar.

KFC Indonesia mengakui kinerja saham yang merah dipengaruhi oleh efek boikot yang berdampak negatif terhadap penjualan dan transaksi bisnis, hal ini dibuktikan dengan saham FAST turun 7% selama bulan Oktober-November 2023 (Saputra, 2023). Selain itu, sentimen pasar terhadap peristiwa aksi pemboikotan ini sering kali memperburuk kondisi saham, terutama merek global seperti KFC yang bergantung pada citra publiknya. Dampak opini negatif yang beredar di media sosial dapat melemahkan nilai persepsi merek dan secara langsung mempengaruhi harga saham di pasar modal (Hasibuan & Ibrahim,

2023). Penurunan saham ini diperparah oleh kinerja keuangan yang menurun, sehingga mempengaruhi kepercayaan investor terhadap perusahaan.



Gambar 1.5 Grafik Saham MAPB

Sumber: Data yang diolah penulis (2024)

Tren penurunan terlihat pada harga saham PT MAP Boga Adiperkasa Tbk (MAPB) sejak Oktober 2023 hingga September 2024. Harga sahamnya berada di level Rp2.050 pada Oktober 2023. Namun, harga saham ini berangsur-angsur turun dalam setahun, hingga mencapai Rp1.750 pada akhir September 2024. Meski berfluktuasi, harga saham cenderung stabil pada kuartal akhir 2023. Namun, sejak Januari hingga Mei 2024, pergerakan saham stagnan dengan kecenderungan turun secara perlahan. Hal ini mengindikasikan bahwa pasar masih menunggu kepastian dari kompetensi inti perusahaan. Dengan kerugian bersih sebesar Rp50,11 miliar, penurunan yang terjadi pada Juni hingga Juli 2024 merupakan yang paling parah karena berkaitan langsung dengan penerbitan laporan keuangan semester I 2024. Kerugian tersebut diakibatkan oleh penurunan tajam dalam penjualan yang disebabkan oleh gerakan boikot yang dilakukan oleh konsumen terhadap perusahaan-perusahaan yang terafiliasi dengan Israel, seperti

Starbucks, yang dijalankan oleh MAPB (Ana Noviani, 2024). Saham MAPB terus berada di level rendah pada bulan Agustus dan September 2024, menunjukkan bahwa pasar masih menahan diri dan masalah boikot tidak memberikan tekanan pada penjualan. Salah satu elemen yang memperlambat harga saham dan berdampak pada kepercayaan investor adalah sentimen publik yang kurang baik.

Nilai saham sejumlah perusahaan yang terafiliasi dengan Israel menurun antara Oktober 2023 dan September 2024. Opini publik yang kurang baik terhadap boikot sengketa geopolitik antara Israel dan Palestina adalah salah satu penyebab utamanya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal yang diduga mempengaruhi harga saham ini bisa terjadi karena adanya sentimen negatif dari konsumen akibat dari aksi boikot sehingga dapat mengurangi daya beli masyarakat sehingga mempengaruhi pada penurunan penjualan.

Dalam situasi seperti ini diperlukannya perusahaan memiliki strategi adaptif untuk bertahan di tengah tantangan ekonomi dan perubahan pasar. Analisis kinerja keuangan diperlukan untuk memahami apa penyebab utama pada penurunan harga saham ini dan langkah apa yang dapat diambil untuk memulihkan kepercayaan investor.

Kinerja keuangan merupakan indikator utama yang dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menentukan baik atau buruknya kondisi keuangan pada suatu perusahaan (Fadillah et al., 2024). Di samping itu, harga saham perusahaan di pasar modal dipengaruhi oleh ekspektasi investor terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Maka dari itu, diperlukan untuk menganalisis berbagai faktor kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap harga saham di tengah sentimen negatif akibat pemboikotan.

Berikut adalah hasil analisis kinerja laporan keuangan tahunan dari empat perusahaan, yaitu PT Unilever Indonesia (UNVR), PT Sarimelati Kencana (PZZA), PT Fast Food Indonesia Tbk/KFC Indonesia (FAST), dan PT Mitra Adiperkasa Boga

URAIAN	UNVR	
	2022	2023
Pendapatan	▲ 41.218.881	▼ 38.611.401
Laba Bersih	▲ 5.364.761	▼ 4.800.940
Current Ratio	▼ 0,04	▲ 0,09
Debt Equity to Ratio	▲ 0,35	▼ 0,34
Return on Asset	▲ 0,29	▼ 0,29

Tabel 1.1 Kinerja Keuangan UNVR dalam Jutaan Rupiah

Sumber: Data diolah penulis (2024)

(MAPB) masing-masing perusahaan mempunyai tantangan yang berbeda dalam beberapa aspek

Kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2023, pendapatan perusahaan mencapai Rp38,6 triliun, turun dari Rp41,2 triliun pada tahun 2022. Profitabilitas perusahaan mengalami tekanan, yang dibuktikan dengan penurunan laba bersih dari Rp5,36 triliun menjadi Rp4,8 triliun. Meskipun demikian, rasio lancar meningkat dari 0,04 menjadi 0,09, yang mengindikasikan adanya perbaikan likuiditas. Peningkatan ini mengindikasikan adanya sedikit perbaikan dalam kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, meskipun rasio ini masih cukup rendah.

Perbaikan kecil juga terlihat pada struktur keuangan perusahaan, yang dibuktikan dengan *Debt to equity ratio* (DER) yang menurun dari 0,35 menjadi 0,34. Hal ini dapat dilihat sebagai penurunan risiko keuangan karena mengindikasikan bahwa ketergantungan perusahaan terhadap hutang relatif lebih rendah.

Return on Assets (ROA), yang mengukur seberapa baik perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba, tetap konstan di 0,29 untuk sementara waktu. Hal ini menunjukkan bahwa Unilever dapat terus mempertahankan efektivitas manajemen asetnya bahkan dalam menghadapi penurunan penjualan dan laba bersih.

Secara keseluruhan, penurunan pendapatan dan laba bersih menunjukkan bahwa bisnis ini menghadapi kendala eksternal yang signifikan, seperti sentimen pelanggan yang tidak menguntungkan atau efek boikot produk, meskipun ada tanda-tanda perbaikan dalam struktur modal dan likuiditas.

URAIAN	PZZA	
	2022	2023
Pendapatan	 3.612.319.039.640	 3.543.982.915.761
Laba Bersih	 -23.456.287.257	 -96.224.827.283
Current Ratio	 0,61	 0,61
Debt Equity to Ratio	 0,37	 0,36
Return on Asset	 -0,01	 -0,04

Tabel 1.2 Kinerja Keuangan PZZA

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Pendapatan PT Sarimelati Kencana Tbk turun dari Rp3,61 triliun di tahun 2022 menjadi Rp3,54 triliun di tahun 2023. Penurunan kinerja laba juga terjadi bersamaan dengan penurunan ini, karena rugi bersih perusahaan naik dari minus Rp23,45 miliar menjadi minus Rp96,22 miliar. *Return on Assets* (ROA), sebuah ukuran profitabilitas, juga mengalami penurunan dari -0,01 menjadi -0,04, yang menunjukkan bahwa aset perusahaan semakin tidak menguntungkan. *Current ratio* yang tetap di 0,61 untuk kedua tahun tersebut, menunjukkan bahwa likuiditas perusahaan terlihat statis dan perusahaan masih mengalami kesulitan untuk memenuhi komitmen jangka pendeknya. Sementara *debt to equity ratio* yang sedikit menurun dari 0,37 ke 0,36, yang menunjukkan sedikit

penurunan dalam ketergantungan pada hutang, sementara itu, struktur modal menunjukkan sedikit perbaikan. Secara keseluruhan, profitabilitas PT Sarimelati Kencana Tbk berada di bawah tekanan, dan masalah terbesar yang harus segera diselesaikan adalah efektivitas operasional dan likuiditas.

URAIAN	FAST	
	2022	2023
Pendapatan	▼ 5.857.474.313 ▲	5.935.004.692
Laba Bersih	▲ -77.447.669 ▼	-418.212.411
Current Ratio	▲ 0,79 ▼	0,48
Debt Equity to Ratio	▼ 0,47 ▲	0,54
Return on Asset	▲ -0,02 ▼	-0,11

Tabel 1.3 Kinerja Keuangan FAST

Sumber: Data diolah penulis (2024)

PT Fast Food Indonesia Tbk. mengalami kenaikan pendapatan dari Rp5,85 miliar pada tahun 2022 dan Rp5,93 miliar pada tahun 2023. Akan tetapi, rugi bersih mengalami kenaikan yaitu dari Rp77 juta menjadi Rp418 juta. Rasio likuiditas yang diukur menggunakan *current ratio* mengalami penurunan dari 0,79 menjadi 0,48 mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya mengalami pelemahan dan berpotensi menimbulkan risiko likuiditas apabila tidak segera diatasi. Rasio solvabilitas yang diukur menggunakan *debt to equity* rasio dari 0,47 menjadi 0,54 menunjukkan bahwa pendanaan perusahaan yang berasal dari utang meningkat dibandingkan modal sendiri, hal ini menunjukkan bahwa adanya semakin besar ketergantungan perusahaan terhadap pembiayaan eksternal dan dapat menjadi risiko keuangan dalam jangka panjang jika tidak diimbangi dengan kinerja operasional yang sehat. Rasio profitabilitas yang diukur menggunakan *return on assets* mengalami penurunan dari -0,02 menjadi -0,11, ROA yang negatif menunjukkan perusahaan mengalami kerugian bersih dan belum

mampu menghasilkan laba dari penggunaan total asetnya. Penurunan ini mengindikasikan bahwa efisiensi penggunaan aset perusahaan semakin memburuk dan berpotensi menurunkan kepercayaan investor.

URAIAN	MAPB	
	2022	2023
Pendapatan	▼ 3.437.108	▲ 3.999.453
Laba Bersih	▲ 135.418	▼ 104.649
Current Ratio	▼ 0,53	▲ 0,72
Debt Equity to Ratio	▲ 0,41	▼ 0,39
Return on Asset	▲ 0,05	▼ 0,03

Tabel 1.4 Kinerja Keuangan MAPB (dalam jutaan rupiah)

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Pada perusahaan PT MAP Boga Adiperkasa Tbk. pendapatan mengalami kenaikan dari Rp3,4 triliun menjadi Rp3,9 triliun tetapi laba bersihnya mengalami penurunan dari Rp135 miliar menjadi Rp104 miliar. Sementara, rasio likuiditas yang diukur menggunakan *current ratio* mengalami kenaikan dari 0,53 menjadi 0,72 pada tahun 2023 menunjukkan adanya perbaikan dalam kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar yang dimiliki meskipun masih di bawah angka ideal. Rasio solvabilitas yang diukur menggunakan *debt to equity ratio* mengalami penurunan dari 0,41 menjadi 0,39, penurunan ini menunjukkan bahwa struktur permodalan perusahaan semakin sehat karena dari sisi beban utang sedikit berkurang yang mana dipandang positif oleh investor dan kreditur. Rasio profitabilitas yang diukur menggunakan *return on assets* mengalami penurunan dari 0,05 menjadi 0,03, penurunan ini menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki mengalami pelemahan karena semakin rendah nilai ROA, maka semakin kecil

kemampuan aset perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang mengindikasikan penurunan kinerja operasional perusahaan.

Berdasarkan hasil dari analisis kinerja keuangan pada keempat perusahaan di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perusahaan cukup mengalami tekanan pada aspek profitabilitas meskipun adanya perbedaan dalam kinerja likuiditas dan solvabilitas. Adanya penurunan pendapatan dan laba bersih pada tiga dari empat perusahaan yang dianalisis menunjukkan adanya tekanan eksternal yaitu dampak boikot yang mempengaruhi performa bisnis karena perubahan perilaku konsumen. PT Unilever Indonesia Tbk. dan PT Sarimelati Kencana Tbk secara bersamaan mengalami penurunan pendapatan dan laba bersih, tetapi PT Sarimelati Kencana Tbk mengalami kerugian bersih yang meningkat drastis. Sementara, PT Fast Food Indonesia Tbk mengalami peningkatan kerugian bersih meskipun pendapatannya sedikit meningkat. Sebaliknya, PT MAP Boga Adiperkasa Tbk mengalami pertumbuhan pendapatan, tetapi profitabilitas tetap melemah sebagaimana tercermin dari penurunan laba bersih dan ROA. Pada rasio likuiditas, hanya PT MAP Boga Adiperkasa dan PT Unilever Indonesia Tbk yang mencatatkan perbaikan pada *current rationya*. sementara PT Fast Food mengalami penurunan signifikan dan PT Sarimelati Kencana Tbk stagnan. hal ini menggambarkan bahwa sebagian perusahaan masih menghadapi kesulitan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Pada rasio solvabilitas, seluruh perusahaan kecuali PT Fast Food Indonesia Tbk menunjukkan penurunan *debt to equity ratio* yang mengartikan adanya upaya memperbaiki struktur modal dan menurunkan risiko keuangan. Akan tetapi, adanya peningkatan DER pada PT Fast Food Indonesia mencerminkan ketergantungan yang lebih besar terhadap utang dan dapat menimbulkan risiko dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, keempat perusahaan menunjukkan tantangan yang cukup serius dalam mempertahankan profitabilitas dan efisiensi operasional, meskipun terdapat beberapa tanda perbaikan dalam aspek likuiditas dan struktur permodalan pada beberapa perusahaan. Hal ini menekankan pentingnya strategi keuangan dan operasional yang adaptif untuk menghadapi tantangan eksternal serta menjaga keberlanjutan bisnis.

Kinerja keuangan merupakan indikator utama yang dapat menilai kemampuan perusahaan dalam menentukan baik atau buruknya kondisi keuangan pada suatu perusahaan (Fadillah et al., 2024). Di samping itu, harga saham perusahaan di pasar modal dipengaruhi oleh ekspektasi investor terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Maka dari itu, menganalisis berbagai faktor kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap harga saham di tengah sentimen negatif akibat pemboikotan. Penyajian laporan keuangan ditujukan untuk memberikan informasi kuantitatif perihal kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu yang ditujukan untuk pihak internal maupun eksternal perusahaan (Sudirman et al., 2023). Analisis rasio keuangan adalah salah satu alat analisa perusahaan yang dapat menunjukkan perubahan dalam kondisi keuangan yang bersangkutan, adanya rasio keuangan ini dapat diketahui apa kekuatan dan kelemahan perusahaan di bidang keuangan (Supriadi & Arifin, 2013).

Penelitian pada kinerja keuangan terhadap harga saham telah dilakukan oleh (Agustyawati et al., 2023) yang memiliki hasil bahwa CR berpengaruh signifikan positif, tetapi DER tidak berpengaruh secara signifikan. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Dewi dan Widnyana, 2023) memiliki hasil bahwa NPM dan DER berpengaruh signifikan positif tetapi ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Solekah dan

Erdkhadifa, 2024) memiliki hasil bahwa DPS, PBV dan DER berpengaruh terhadap harga saham sementara EPS tidak berpengaruh positif terhadap harga saham. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Tarmidi, 2020) memiliki hasil bahwa ROA memiliki hasil positif signifikan terhadap harga saham.

Penelitian yang penulis lakukan menyoroti topik yang belum banyak mendapat perhatian dan masih kontekstual, yaitu dampak boikot terhadap perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memiliki hubungan dengan Israel. Penelitian yang penulis lakukan berfokus pada dampak tekanan sosial-politik berupa boikot konsumen terhadap hubungan antara kinerja keuangan dan harga saham, yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan antara kinerja keuangan dan harga saham dalam konteks ekonomi yang stabil atau krisis ekonomi secara umum. Penelitian dilakukan bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dan harga saham pada perusahaan yang terafiliasi dengan Israel dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada saat masa pemboikotan di Indonesia. Harapannya hasil dari penelitian ini dapat menganalisis bagaimana kondisi kinerja keuangan dan harga saham pada masa pemboikotan sehingga dapat membantu beberapa perusahaan untuk tidak terlibat konflik geopolitik yang dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan. Selain itu, adanya keterbatasan penelitian terdahulu menjadi salah satu motivasi penulis untuk mengambil penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Berafiliasi Dengan Israel Pada Masa Pemboikotan”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dinamika kinerja keuangan perusahaan yang terdampak boikot, ditinjau dari rasio likuiditas (CR), solvabilitas (DER), dan profitabilitas (ROA) selama periode boikot berlangsung?
2. Bagaimana kondisi harga saham perusahaan (Y) selama masa pemboikotan di pasar modal?
3. Apakah kinerja keuangan (CR, DER, ROA) memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham, dan indikator mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan investor dalam situasi tekanan sosial-politik seperti boikot?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis perubahan dan dinamika rasio keuangan (CR, DER, ROA) pada perusahaan yang terindikasi afiliasi dengan Israel selama masa pemboikotan.
2. Memeriksa kondisi pergerakan harga saham perusahaan selama pemboikotan di pasar modal.
3. Mengidentifikasi indikator kinerja keuangan yang paling berpengaruh terhadap harga saham, serta mengkaji kekuatan prediktifnya dalam kondisi pasar yang tidak stabil akibat tekanan sosial-politik.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan fokus terhadap perusahaan yang terafiliasi dengan Israel dan memiliki saham yang terdaftar di BEI yaitu PT Unilever Indonesia Tbk, PT Sarimelati Kencana Tbk, PT Fast Food Indonesia Tbk, PT MAP Boga Adiperkasa Tbk. Variabel independen yang ditentukan adalah kinerja keuangan perusahaan yang diukur melalui tiga rasio keuangan, seperti likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas. Sementara, variabel dependen yang ditentukan adalah harga saham perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan

keuangan perusahaan yang telah dipublikasikan di *website* perusahaan atau *website* Bursa Efek Indonesia dan data harga saham dari Bursa Efek Indonesia selama periode kuartal IV tahun 202 hingga kuartal III tahun 2024. Metode analisis yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik untuk mengukur hubungan dan pengaruh antara kinerja keuangan dan harga saham.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam pembahasan hasil penelitian dalam penulisan skripsi ini, maka sistematik penulisan dibuat sebagai berikut:

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang menjelaskan fenomena yang menjadi isu penting, rumusan masalah berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara keseluruhan baik secara teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan secara umum, semuanya akan dibahas dalam bab ini.

b. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Landasan teori yang akan menjadi acuan dasar dalam penelitian dijelaskan dalam bab ini. Pengembangan kerangka pemikiran yang membahas sejumlah pola pikir untuk menjabarkan permasalahan penelitian, hipotesis penelitian sebagai solusi sementara atas permasalahan penelitian dan pedoman pengujian data, gambaran umum mengenai variabel-variabel dalam penelitian, penjelasan mengenai penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian ini, serta ruang lingkup penelitian yang menjelaskan secara menyeluruh batasan dan cakupan nilainya, semuanya dibahas dalam bab ini.

c. BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai Jenis Penelitian, Operasional Variabel, Tahapan Penelitian, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data dan

Sumber Data, Teknik Analisis Data, dan Analisis Regresi Data Panel, Pemilihan Model Regresi Data Panel, dan Pengujian Hipotesis.

d. BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian berdasarkan analisis data, hasil perhitungan statistik, dan diskusi disajikan dalam bab ini. Temuan penelitian yang teridentifikasi, analisis model dan hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan mengenai dampak dari variabel-variabel yang ada juga disertakan dalam bab ini.

e. BAB 5 KESIMPULAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh setelah dilakukan penelitian. Selain itu, diuraikan keterbatasan serta saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya