

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada saat-saat ini relatif sangat pesat dan cepat berkembang, apalagi di sektor pengadaan alat-alat elektronik yang semakin hari semakin mengalir perkembangannya, seperti air yang mengalir terus menurus tanpa henti. Contohnya alat-alat elektronik seperti handphone, komputer, dan lain-lain. yang semakin hari semakin canggih dengan teknologi yang ada didalamnya, mengikuti permintaan konsumen yang bervariasi, karena demi kepuasan konsumen itu sendiri. Perkembangannya baik itu memunculkan produk-produk yang baru maupun mengembangkan produk yang telah ada (*Inovasi Product*), sehingga produk yang dihasilkan dapat mengikuti permintaan konsumen dan yang paling penting adalah produk yang dihasilkan dapat laku dipasaran, sehingga secara otomatis perusahaan akan mendapat keuntungan dari hasil penjualan produk-produk tersebut.

Dari rangkaian diatas perkembangan yang paling cepat adalah dalam sektor alat elektronik khususnya handphone (HP), karena hampir tiap tiga bulan sekali perusahaan penghasil produk HP mengeluarkan produk baru yang lebih canggih, dari produk sebelumnya, baik itu dari fitur, menu, kecanggihan, dan lain-lain (www.Pulsa.com). Semua itu dilakukan untuk mengikuti perkembangan pasar yang ada, sehingga perusahaan penghasil

produk tersebut dapat terus beroperasi, dan dapat menghasilkan *earning* dari penjualan produk tersebut.

Kita telah mengetahui bahwa Indonesia merupakan satu negara yang terdiri dari beberapa pulau (*kepulauan*) dengan luas 9,8 juta km² dengan sebanyak 224,19 juta jiwa pada tahun 2007 (Biro Pusat Statistik, Laporan tahunan 2002: 46). Atas dasar itulah sehingga berdampak terhadap pemakai jasa telekomunikasi semakin banyak. Karena salah satu dampak dalam menentukan prospek suatu bisnis kedepan adalah dengan cara menganalisis jumlah penduduk yang ada. Jasa telekomunikasi telah dipakai sebagai kebutuhan primer masyarakat Indonesia terutama dalam proses pembangunan ekonomi.

Pasar telekomunikasi di Indonesia masih potensial dan terbuka luas di masa mendatang. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat pemakaian telepon tetap di Indonesia, dan merupakan salah satu negara yang tingkat penggunaan telepon tetap terendah di Asia Tenggara. Disamping itu juga, tingkat persaingan perusahaan yang bergerak dibidang yang sama masih sedikit, karena hanya ada tiga perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi yang terdaftar di BEI, yaitu PT Infoasia Teknologi Global Tbk, PT Telkomsel Tbk, dan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. (www.BEI.com). Sehingga dalam memperebutkan peluang pasar yang ada masih terbuka lebar.

Semua elemen masyarakat sudah menggunakan jasa telekomunikasi, baik yang dari kalangan atas, kalangan menengah bahkan kalangan bawah

juga ikut menggunakan jasa telekomunikasi tersebut, karena kalau saat seperti ini orang tidak menggunakan jasa telekomunikasi mungkin bisa dibilang gagap teknologi. Sudah hampir 80% masyarakat Indonesia sudah menggunakan jasa telekomunikasi, dan angka itu akan terus naik setiap tahunnya (www.Pulsa.com).

Hal tersebut dapat memberikan peluang yang besar kepada perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi, salah satunya adalah PT Telkomsel Tbk selaku salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi. Dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa telekomunikasi di Indonesia, maka PT Telkomsel berusaha untuk meyakinkan kepada masyarakat bahwa perusahaan Telkomsel yang akan melayani masyarakat dengan baik, tanpa ada gangguan, tarif yang lebih murah dan masih banyak lagi hal-hal yang dapat meyakinkan masyarakat agar menggunakan jasa layanan tersebut.

Sehingga setelah masyarakat memberikan kesan yang baik terhadap layanan yang diberikan dari PT Telkomsel, maka secara *otomatis* tingkat penjualan dari produk-produk yang ada di PT Telkomsel akan naik, dan masyarakat akan setia menggunakan produk tersebut.

Atas dasar itulah PT Telkomsel Tbk mempunyai potensi atau prospek yang sangat baik. Disamping baru sedikitnya perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, tetapi PT Telkomsel berusaha memberikan yang terbaik kepada pelanggannya, sehingga dengan sendirinya setidaknya harga saham

PT Telkomsel akan mengalami *trend* yang baik di BEI yang didukung dengan penjualan produk-produknya yang semakin meningkat.

ARIMA sering juga disebut metode runtun waktu Box-Jenkins. ARIMA sangat baik ketepatannya untuk peramalan jangka pendek, sedangkan untuk peramalan jangka panjang ketepatan peramalannya kurang baik. Biasanya akan cenderung *flat* (mendatar/konstan) untuk periode yang cukup panjang.

Model *Autoregresif Integrated Moving Average* (ARIMA) adalah model yang secara penuh mengabaikan independen variabel dalam membuat peramalan. ARIMA menggunakan nilai masa lalu dan sekarang dari variabel dependen untuk menghasilkan peramalan jangka pendek yang akurat. ARIMA cocok jika observasi dari deret waktu (*time series*) secara statistik berhubungan satu sama lain (*dependent*).

Dalam penelitian ini penulis berkeinginan untuk melihat harga saham PT Telkomsel Tbk karena pada saat ini PT Telkomsel Tbk menggunakan metode *Autoregressive Moving Average* (ARMA). Penulis ingin menunjukkan bagaimana PT Telkomsel Tbk akan memprediksi harga saham pada waktu yang akan datang, dengan metode ARIMA. Sedangkan penelitian tentang *Autoregressive Moving Average* (ARMA) pernah dilakukan oleh Joko Sangaji pada PT Telkom Tbk pada periode waktu tahun 1995 sampai tahun 2003, yang menyatakan bahwa harga saham PT Telkom Tbk merupakan saham yang mempunyai fundamental yang baik, sedangkan *trend* harga saham PT Telkom Tbk meningkat, berarti menunjukkan bahwa saham PT Telkom Tbk mempunyai prospek yang sangat baik bagi taraf kemakmuran investor. Kesimpulan dari penelitian tersebut menyatakan model ARMA

merupakan model yang *fit* untuk menghitung saham PT Telkom pada periode tahun 1995 sampai tahun 2003

Atas dasar itulah penulis merasa tertarik untuk melakukan replikasi penelitian yang telah dilakukan oleh Joko Sangaji, (2003), dengan obyek dan periode tahun yang berbeda. Atas dasar itu maka peneliti mengambil judul pada penelitian ini adalah **“Analisis Harga Saham PT Telkomsel Tbk: Pendekatan Model *Autoregressive Integrated Moving Average* (ARIMA)”**

B. Batasan Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Joko Sangaji, (2003), yang meneliti harga saham PT Telkom Tbk pada periode waktu tahun 1995 sampai 2001 dan agar dalam melakukan penelitian lebih terarah maka penulis memberikan batasan penelitian harga saham pada periode waktu 2002 sampai 2006, menggunakan data sekunder yang penulis dapatkan dari internet, buku, dan jurnal pendukung lainnya.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan permasalahan yang akan digunakan dalam pokok penelitian ini adalah:

Bagaimana membuat model estimasi harga saham PT Telkomsel Tbk dengan metode *Autoregressive Integrated Moving Average* (ARIMA) atau yang lebih dikenal dengan metode *Box Jenkins* dapat memperoleh model yang *fit*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi:

1. Bagi Akademis.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kontribusi yang besar bagi ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi, khususnya mengenai prediksi harga saham PT Telkomsel Tbk, bila dianalisis menggunakan Model Penelitian *Autoregressive Integrated Moving Average*.

2. Bagi Perusahaan.

Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai pedoman perusahaan untuk memprediksi atau memperkirakan harga saham perusahaan PT Telkomsel Tbk di waktu yang akan datang, bila dianalisis menggunakan Model Penelitian *Autoregressive Integrated Moving Average* (ARIMA), sehingga perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat.

3. Bagi Perkembangan Penelitian.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian tentang prediksi harga saham PT Telkomsel Tbk bila dianalisis dengan menggunakan Model Penelitian *Autoregressive Integrated Moving Average* (ARIMA).