

Analisis Harga Saham Perusahaan *Retail* Di Bursa Efek Indonesia Yang
Menerapkan *E-Commerce*

*Analysis Of Stock Price In Retail Company That Applying E-Commerce In
Idx*

Salwis¹

Fitria Ayu Lestari Niu²

email:

salmismu@gmail.com

fitria.niu@iain-manado.ac.id

STIM Nitro Makassar

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Abstract

Retail companies have an important role in helping the economy of a country, but in the era of globalization like today every company must prepare a new strategy, especially retail companies because they see the current rapid technological developments. They must provide a product service system that is online-based (E-commerce) because the purchasing power or level of public consumption to retail companies decreases due to the provision of products in the online-based business is not inferior to retail companies. The purpose of the research is to find out the differences in the stock price of retail companies on the Indonesia Stock Exchange before and after implementing E-commerce. In this study using a quantitative approach with hypothesis testing using Paired Samples T-Test. The results showed that at PT. Matahari Department Store Tbk there are significant negative differences in stock prices before and after implementing E-commerce, PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk shows that there are no significant negative differences in stock prices before and after implementing E-commerce and PT. Mitra Adiperkasa Tbk shows that there are significant positive differences in stock prices before and after implementing E-commerce.

Keywords : Stock Price, Retail Companies, E-Commerce.

Abstrak

Perusahaan retail memiliki peranan penting dalam membantu perekonomian suatu Negara, namun dalam era globalisasi seperti saat ini setiap perusahaan harus menyiapkan strategi yang baru terutama perusahaan retail karena melihat perkembangan teknologi saat ini yang sangat pesat. Perusahaan retail harus menyediakan sistem pelayanan produk yang berbasis *online (E-commerce)* karena daya beli atau tingkat konsumsi masyarakat ke perusahaan retail menurun disebabkan penyediaan produk di bisnis berbasis *online* tersebut tidak kalah dari perusahaan retail. Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui perbedaan harga saham perusahaan retail di Bursa Efek Indonesia sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce*. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengujian hipotesis menggunakan uji *Paired Samples T-Test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada PT. Matahari Department Store Tbk terdapat perbedaan negatif signifikan terhadap harga

saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce*, PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk menunjukkan bahwa terdapat perbedaan negatif tidak signifikan terhadap harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* dan PT. Mitra Adiperkasa Tbk menunjukkan bahwa terdapat perbedaan positif signifikan terhadap harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce*.

Kata Kunci: *Harga Saham. Perusahaan Retail, E-Commerce*

Pendahuluan

Pasar modal merupakan salah satu instrumen ekonomi yang memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi sekaligus yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Pasar modal dikatakan memiliki fungsi ekonomi karena pasar menyediakan fasilitas atau wahana yang mempertemukan dua kepentingan, yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dan pihak yang memerlukan dana (*issuer*). Pasar modal dikatakan memiliki fungsi keuangan, karena memberikan kemungkinan dan kesempatan memperoleh imbal hasil bagi pemilik dana, sesuai dengan karakteristik investasi yang dipilih (Darmadji dan Fakhrudin, 2006). Pada hakekatnya investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang. Salah satu dari sekian banyak pilihan untuk melakukan investasi di perusahaan yang terdapat di pasar modal atau Bursa Efek Indonesia adalah perusahaan retail.

Perusahaan retail memiliki peranan penting dalam membantu perekonomian suatu negara karena tingkat permintaan penyediaan produk dalam bentuk barang dan jasa oleh konsumen sangat tinggi, sehingga terjadi perputaran keuangan antara penyedia produk dengan konsumen. Namun dalam era globalisasi seperti saat ini setiap perusahaan harus menyiapkan strategi – strategi yang baru terutama perusahaan retail karena melihat perkembangan teknologi saat ini sangat pesat, jadi sebaiknya perusahaan retail harus mengikuti arus perkembangan teknologi apabila perusahaan retail tetap ingin menjaga keeksistensian perusahaan dan menjaga konsumennya dengan cara perusahaan retail harus menyediakan bisnis yang berbasis online juga, agar daya beli atau tingkat konsumsi konsumen tidak menurun ke perusahaan tersebut, karena apabila hal itu tidak dilakukan kemungkinan yang terjadi, akan memberikan ancaman bagi perusahaan retail karena seperti yang terjadi saat ini sudah banyak bermunculan bisnis yang berbasis online yang menyediakan produk dalam bentuk barang dan jasa, dan hal tersebut akan memberikan banyak dampak ke perusahaan retail, salah satunya adalah akan berdampak ke harga saham perusahaan retail.

Adapun data harga saham penutupan perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah menerapkan bisnis *E-commerce* yaitu PT. Matahari Departement Store Tbk. (LPFF), PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (AMRT) dan PT. Mitra Adiperkasa Tbk. (MAPI) (Sumber: <http://www.seputarforex.com>). Namun apabila perusahaan retail tidak membuat strategi baru seperti melakukan ekspansi pasar atau perusahaan retail juga menyediakan sistem pelayanan produk yang berbasis *online (E-commerce)* kemungkinan perusahaan retail akan kalah bersaing dengan pelaku-pelaku atau perusahaan *E-commerce* yang sudah lebih duluan melakukan pemasaran produk dengan sistem *online*, karena daya beli atau tingkat konsumsi masyarakat ke perusahaan retail menurun di sebabkan penyediaan produk di bisnis berbasis

online tersebut tidak kalah dari perusahaan retail, jadi masyarakat akan lebih cenderung memilih belanja *online* ketimbang langsung datang ke toko karena belanja *online* lebih efisien.

E-commerce adalah suatu bisnis yang memanfaatkan teknologi untuk memperoleh keuntungan yang mencakup distribusi, penjualan, pembelian, *marketing* dan *service* dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah system elektronika seperti Internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. Dari artikel yang dimuat CNN, yang dikemukakan Oleh Lembaga Survei *Nielsen* faktor utama tutupnya sejumlah gerai perusahaan retail berkaitan dengan semakin maraknya toko *online* (*E-commerce*). Pasalnya, frekuensi orang berbelanja *online* paling banyak saat ini untuk kebutuhan primer dan sekunder yang menjadi barang jualan utama gerai tersebut. Penutupan gerai tersebut akan mempengaruhi kinerja keuangan, sehingga secara tidak langsung akan berdampak juga pada harga saham perusahaan tersebut (www.cnnindonesia.com).

Adapun tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui perbedaan harga saham perusahaan retail di Bursa Efek Indonesia sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce*.

Definisi Operasional

Berdasarkan identifikasi variabel, ditetapkan definisi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Harga saham adalah harga penutupan (*Closing Prices*) Perusahaan sub sektor retail periode 30 hari kerja sebelum dan 30 hari kerja setelah menerapkan bisnis *E-commerce*.
2. Tanggal peresmian bisnis *E-commerce* yang dimiliki masing-masing perusahaan retail adalah tanggal yang digunakan sebagai event date (0).

Tinjauan Pustaka

Menurut Marwata (2001) teori sinyal yaitu kegiatan perusahaan memberikan informasi kepada investor tentang prospek *return* masa depan yang substansial. Informasi sebagai sinyal yang diumumkan pihak manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek bagus dimasa depan. Harga yang meningkat akan diprediksi dan memberikan sinyal tentang laba jangka pendek dan jangka panjang dan analisa yang mengungkap sinyal tersebut digunakan untuk memprediksi peningkatan *earning* jangka panjang.

Pasar modal merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjual-belikan, baik dalam bentuk hutang maupun modal sendiri, baik yang diterbitkan oleh pemerintah, *public authorities*, maupun perusahaan swasta. Pasar modal memberikan berbagai alternatif untuk para investor selain berbagai investasi lainnya, seperti menabung di bank, membeli tanah, asuransi, emas dan sebagainya. Pasar modal merupakan penghubung antara investor (pihak yang memiliki dana) dengan perusahaan (pihak yang memerlukan dana jangka panjang) ataupun institusi pemerintah melalui perdagangan instrumen melalui jangka panjang, seperti surat berharga yang meliputi surat pengakuan utang, surat berharga komersial (*commercial paper*), saham, obligasi, tanda bukti hutang, waran (*warrant*), dan *right issue*. Jenis Pasar Modal Menurut Sunariyah (2000) jenis-jenis pasar modal dibagi menjadi 4 (empat), antara lain : Pasar Perdana (*Primary Market*), Pasar Sekunder (*Secondary Market*), Pasar Ketiga

(*Third Market*) dan Pasar Keempat (*Fourth Market*). Sedangkan Instrumen Pasar Modal terdiri dari Saham (*Stock*), Obligasi (*Bond*), *Right*, *Warrant* dan Opsi.

Menurut Jogiyanto (2011:169), harga saham adalah harga pasar (*market value*) yang terbentuk di pasar jual beli saham. Terlalu sedikitnya informasi yang mengalir ke bursa saham mengakibatkan harga saham ditentukan tekanan psikologis penjual dan pembeli (tindakan irrasional). Untuk mengetahui seberapa jauh perubahan harga saham suatu perusahaan, maka dapat dilihat dengan menggunakan indikator Indeks harga saham. Indeks harga saham adalah indikator yang menunjukkan pergerakan harga saham yang berfungsi sebagai indikator tren pasar, artinya pergerakan indeks menggambarkan kondisi pasar pada suatu saat, apakah pasar sedang aktif atau lesu. Harga Bursa saham merupakan salah satu indikator perekonomian suatu negara maka diperlukan suatu perhitungan tentang transaksi yang terjadi dalam bursa sepanjang periode tertentu. Perhitungan ini akan digunakan sebagai tolak ukur kondisi perekonomian suatu negara. Untuk di negara Indonesia perhitungan tersebut adalah perhitungan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG).

Faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga saham dapat berasal dari internal dan eksternal. Harga saham yang terjadi di pasar modal selalu berfluktuasi dari waktu ke waktu. Fluktuasi harga saham tersebut akan ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Jika jumlah penawaran lebih besar dari jumlah permintaan, pada umumnya kurs harga saham akan turun. Sebaliknya jika jumlah permintaan lebih besar dari jumlah penawaran terhadap suatu efek maka harga saham cenderung akan naik. Adapun jenis-jenis harga saham menurut Widoatmodjo (2012:54) yakni Harga Nominal, Harga Perdana, Harga Pasar, Harga Pembukaan, Harga Penutupan, Harga Tertinggi, Harga Terendah dan Harga Rata-rata.

Menurut McLeod Pearson (2008:59), *E-Commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *E-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser Web* untuk membeli dan menjual produk. Selanjutnya Menurut Jony Wong (2010:33) pengertian dari *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan computer atau internet. Jadi pengertian *E-commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dimana *website* digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

E-commerce dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya yaitu *Business to Business (B2B)* *Business to Business*, *Business to Consumer (B2C)* *Business to Consumer*, *Customer to Consumer (C2C)* dan *Customer to Business (B2C)* *Customer to Business*. Adapun manfaat *E-commerce* dalam dunia bisnis adalah sebagai sistem transaksi yang dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar), menurunkan biaya operasional (*operating cost*), melebarkan jangkauan (*global reach*), meningkatkan *customer loyalty* dan meningkatkan *supply management*. Sedangkan manfaat *E-commerce* untuk pelanggan yaitu memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari dari hampir setiap lokasi dimana konsumen itu berada. Pelanggan juga dapat memiliki banyak pilihan barang yang ingin dibeli pada saat mengunjungi situs dan melakukan perbandingan harga dengan perusahaan lain. Pada saat membeli barang secara online, pelanggan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang.

Namun terdapat beberapa bentuk ancaman yang mungkin terjadi dalam *E-commerce* seperti *Planting*, *System Penetration*, *Communications Monitoring* dan *Communications Tampering*. Selain ancaman, adanya juga hambatan dalam implementasi *E-commerce* yaitu belum terbentuknya *high trust society* atau tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap situs-situs belanja online yang ada. Ini disebabkan karena masih banyaknya penipuan-penipuan yang terjadi pada saat konsumen berbelanja secara online. Masih sangat sedikit SDM yang memahami dan menguasai dengan baik dan benar konsep dan implementasi teknologi *E-commerce*. Jasa pengiriman pos masih memerlukan pembenahan, sehingga proses pengiriman barang tidak terlalu lama sampai kepada tangan pembeli atau konsumen.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui perbedaan harga saham perusahaan retail di Bursa Efek Indonesia sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* yang dilakukan di Bursa Efek Indonesia pada Galeri Investasi STIM Nitro Makassar Jl. Prof. Abdurahman Basalamah No. 101 Makassar dan waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini selama kurang lebih 1(satu) bulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu harga saham penutupan harian seluruh perusahaan retail di Bursa Efek Indonesia dengan adanya bisnis *E-commerce* yang berjumlah 23 perusahaan. Adapun teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria sampel yaitu perusahaan yang dipilih adalah perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki bisnis *E-commerce*, kondisi saham aktif di perdagangan dan memiliki *historical price* periode 30 hari kerja sebelum dan 30 hari kerja setelah menerapkan bisnis *E-commerce*. Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu PT. Matahari Departement Store Tbk. (LPFF), PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (AMRT) dan PT. Mitra Adiperkasa Tbk. (MAPI).

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka (Syamsudin & Damiyanti, 2011). Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu H_0 : Terdapat perbedaan harga saham yang tidak signifikan pada perusahaan sub sektor retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan masalah yang akan dibahas dan hipotesis yang akan diuji maka alat analisis yang digunakan adalah teknik *Paired Sample T Test*, dengan periode harga saham 30 hari kerja sebelum dan 30 hari kerja setelah menerapkan bisnis *E-commerce*. *Paired Sample T test* dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sampel. Untuk mengukur dan menganalisa penelitian ini digunakan alat bantu IBM SPSS Versi 25.0 dengan rumus sebagai berikut.

$$t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{S_2^2}{n_1} - 2r \left(\frac{S_1}{\sqrt{n_1}} \right) \left(\frac{S_2}{\sqrt{n_2}} \right)}}$$

Keterangan :

- X_1 = Rata-rata nilai pengamatan sebelum
- X_2 = Rata-rata nilai pengamatan setelah
- S_1 = Simpangan baku pengamatan sebelum

- S_2 = Simpangan baku pengamatan setelah
- S_1^2 = Varians variabel 1
- S_2^2 = Varians variabel 2
- R = Korelasi antara dua sampel

Nilai korelasi berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel berpasangan semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ ($\alpha=5\%$) maka H_0 diterima.
- b. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ ($\alpha=5\%$) maka H_0 ditolak.

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan uji *Paired Samples T-Test*, karena model uji beda tersebut sangat populer digunakan untuk model penelitian *pre-post* atau sebelum-sesudah. Uji beda ini digunakan untuk mengevaluasi perubahan tertentu pada satu sampel yang sama pada dua periode pengamatan yang berbeda yaitu sebelum dan setelah adanya bisnis *E-commerce*. Perubahan tertentu pada penelitian ini adalah dengan adanya bisnis *E-commerce*. Uji beda dua sampel berpasangan ini untuk mengetahui apakah ada perbedaan rata-rata dua sampel yang berhubungan dengan $\alpha=0,05$.

PT. Matahari Department Store Statistik Deskriptif

Tabel 1
Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	SEBELUMLPPF	16855,8333	30	921,19870	168,18710
	SETELAHLPPF	16205,0000	30	436,30502	79,65803

Sumber: SPSS (Data diolah)

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata harga saham perusahaan retail sebelum menerapkan *E-commerce* sebesar Rp. 16855,8333 sedangkan rata-rata harga saham perusahaan retail setelah menerapkan *E-commerce* sebesar Rp. 16.205 dengan jumlah harga saham penutupan 30 hari kerja sebelum dan 30 hari kerja setelah menerapkan *E-commerce* hal ini menunjukkan terjadi penurunan harga saham rata-rata setelah menerapkan *E-commerce*.

Uji Korelasi

Tabel 2
Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	SEBELUMLPPF & SETELAHLPPF	30	-,235	,212

Sumber: SPSS (Data diolah)

Tabel 2 menunjukkan tingkat korelasi harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* dengan nilai korelasi sebesar -0,235 dan signifikansi sebesar 0,212 yang berarti adanya hubungan antara kedua variabel berpasangan kuat.

Uji Hipotesis

Tabel 3

		Paired Samples Test						t	df	Sig. (2-tailed)
		Paired Differences								
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	of the Difference					
Lower	Upper									
Pair 1	SEBELUMLPF - SETELAHLPF	650,83333	1107,93539	202,28040	237,12346	1064,54321	3,217	29	0,003	

Sumber: SPSS (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa *mean* penurunan sebesar 650,83333, koefisien t sebesar 3,217 variabel harga saham sebelum dan variabel harga saham setelah menerapkan *E-commerce* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harga saham sebelum dan harga saham setelah menerapkan *E-commerce* terlihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,003, karena nilai yang diperoleh adalah $< 0,05$ maka keputusannya menolak H_0 . Artinya terdapat perbedaan harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* tetapi signifikan.

PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Statistik Deskriptif

Tabel 4

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	SEBELUMAMRT	596,5000	30	5,43774	,99279
	SETELAHAMRT	592,6667	30	13,94159	2,54537

Sumber: SPSS (Data diolah)

Pada Tabel 4, rata-rata harga saham sub sektor retail sebelum menerapkan *E-commerce* sebesar Rp. 596,5000 sedangkan rata-rata harga saham sub sektor retail setelah menerapkan *E-commerce* sebesar Rp. 592,6667 dengan jumlah harga saham penutupan 30 hari kerja sebelum dan 30 hari kerja setelah menerapkan *E-commerce* hal ini menunjukkan terjadi penurunan harga saham rata-rata setelah menerapkan *E-commerce*.

Uji Korelasi

Tabel 5

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	SEBELUMAMRT & SETELAHAMRT	30	,002	,990

Sumber: SPSS (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa tingkat korelasi harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* 0.002 yang artinya hubungan antara kedua variabel berpasangan lemah

Uji Hipotesis

Tabel 6

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	SEBELUMAMRT - SETELAHAMRT	3,83333	14,95299	2,73003	-1,75021	9,41687	1,404	29	0,171

Sumber: SPSS (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 6, mean penurunan sebesar 3,83333 Koefisien t sebesar 1,404 variabel harga saham sebelum dan variabel harga saham setelah menerapkan *E-commerce* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang tidak signifikan antara harga saham sebelum dan harga saham setelah menerapkan *E-commerce* terlihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,171 karena nilai yang diperoleh adalah $> 0,05$ maka keputusannya menerima H_0 . Artinya terdapat perbedaan harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* tetapi tidak signifikan.

PT. Mitra Adiperkasa Tbk. Statistik Deskriptif

Tabel 7

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	SEBELUMMAPI	3785,6667	30	160,91191	29,37836
	SETELAHMAPI	4617,1667	30	306,63548	55,98372

Sumber: SPSS (Data diolah)

Tabel 7 menunjukkan bahwa rata-rata harga saham sub sektor retail sebelum menerapkan *E-commerce* sebesar Rp. 3785,6667 sedangkan rata-rata harga saham sub sektor retail setelah menerapkan *E-commerce* sebesar Rp. 4.617,1667 dengan jumlah harga saham penutupan 30 hari kerja sebelum dan 30 hari kerja setelah menerapkan *E-commerce* hal ini menunjukkan terjadi penurunan harga saham rata-rata setelah menerapkan *E-commerce*.

Uji Korelasi

Tabel 8

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	SEBELUMMAPI & SETELAHMAPI	30	-,422	,020

Sumber: SPSS (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 8, tingkat korelasi harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* adalah sebesar -0,422 yang artinya hubungan antara kedua variabel berpasangan kuat.

Uji Hipotesis

Tabel 9

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	SEBELUMMAPI - SETELAHMAPI	-831,50000	401,96318	73,38810	-981,59552	-681,40448	-11,330	29	0,000

Sumber: SPSS (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat bahwa mean sebesar -831,50000 Koefisien t sebesar -11.33 variabel harga saham sebelum dan variabel harga saham setelah menerapkan *E-commerce* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harga saham sebelum dan harga saham setelah menerapkan *E-commerce* terlihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,000 karena nilai yang diperoleh adalah < 0.05 maka keputusannya menolak H_0 . Artinya terdapat perbedaan harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* tetapi signifikan.

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbandingan harga saham dengan membandingkan periode 30 hari kerja sebelum dan 30 hari kerja setelah setelah menerapkan *E-commerce* pada PT. Matahari Departement Store Tbk. PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. dan PT. Mitra Adiperkasa Tbk. yang terdaftar Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis pengujian data yang telah diuraikan, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harga saham sebelum dan harga saham setelah menerapkan *E-commerce* terlihat dari tingkat signifikansi sebesar 0.003, karena nilai yang diperoleh < 0.05 . Ini berarti bahwa selama 30 hari kerja setelah menerapkan *E-commerce*, *E-commerce* tidak memberikan kontribusi yang positif pada kinerja saham PT. Matahari Departement Store Tbk karena melihat harga sahamnya setelah menerapkan *E-commerce* mengalami penurunan rata-rata sebesar 650,83333 dan signifikan hal tersebut diakibatkan karena PT. Matahari Departement Store Tbk menerapkan *E-commerce* setelah bulan ramadhan dan hal itu membuat para investor memilih menjual sahamnya dikarenakan para investor merasa tidak yakin dengan pergerakan saham yang akan terjadi selama hari libur di bulan Ramadhan dan setelah Ramadhan. Pada satu hari menjelang puasa para investor memilih mengambil untung dengan cara keluar dari bursa saham dikarenakan pada

umumnya bursa saham sepi selama bulan Ramadhan, hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Al-Hajieh *et al.* (2011) menganalisis pengaruh Ramadhan terhadap tingkat pengembalian saham pada 6 negara berpenduduk mayoritas muslim di Timur Tengah selama periode 1992-2007 dengan menggunakan *Wald-Wolfowitz Runs Test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama bulan Ramadhan tingkat pengembalian saham secara signifikan lebih tinggi daripada bulan lainnya dalam tahun tersebut pada 4 dari 6 negara berpenduduk mayoritas muslim di Timur Tengah. Menurut Mohsen Alhaji, 2005 (dalam Akrami dkk, 2012) di bulan Ramadhan, kegiatan ekonomi umat Islam menurun, jumlah transaksi di pasar keuangan pun menurun, hal tersebut kemungkinan disebabkan karena dalam hukum Islam tidak diperbolehkan menjalankan transaksi bisnis yang haram dan ilegal seperti perjudian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penerapan *E-commerce* oleh PT. Matahari Departement Store Tbk bertepatan setelah bulan suci ramadhan sehingga memberikan dampak negatif terhadap harga saham karena terdapat hari libur setelah ramadhan yang membuat pergerakan harga saham tidak normal disebabkan jumlah transaksi di pasar menurun.

Hasil dari penelitian ini untuk saham PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang tidak signifikan antara harga saham sebelum dan harga saham setelah menerapkan *E-commerce* terlihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,71, karena nilai yang diperoleh $< 0,05$. Ini berarti bahwa selama 30 hari kerja setelah menerapkan *E-commerce*, *E-commerce* tidak memberikan kontribusi yang positif pada kinerja saham PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. karena melihat harga sahamnya setelah menerapkan *E-commerce* mengalami penurunan rata-rata sebesar 3,83333 namun tidak signifikan hal tersebut diakibatkan karena pasar tidak langsung bereaksi setelah mengetahui peristiwa penerapan *E-commerce*, jadi investor menilai bahwa setelah penerapan *E-commerce* tidak terlalu berpengaruh pada harga saham PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widagdo (2016) dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa *E-commerce* memiliki dampak negatif dan tidak signifikan baik bagi pebisnis konvensional.

Hasil dari penelitian untuk saham PT. Mitra Adiperkasa Tbk. menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harga saham sebelum dan harga saham setelah menerapkan *E-commerce* terlihat dari tingkat signifikansi sebesar 0, karena nilai yang diperoleh $< 0,05$. Ini berarti bahwa selama 30 hari kerja setelah menerapkan *E-commerce*, *E-commerce* memberikan kontribusi yang positif pada kinerja saham PT. Mitra Adiperkasa Tbk karena melihat harga sahamnya setelah menerapkan *E-commerce* mengalami peningkatan rata-rata sebesar 831,50000 dan signifikan hal tersebut diakibatkan karena pasar langsung bereaksi setelah mengetahui peristiwa penerapan *E-commerce*, sehingga para investor memandang bahwa penerapan *E-commerce* memiliki pengaruh positif pada harga saham PT. Mitra Adiperkasa Tbk, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sa'ad (2017) dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara keseluruhan analisis regresi linear sederhana disimpulkan bahwa, secara parsial dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dimana artinya kurang lebih 95% variabel Sistem *E-commerce* mempengaruhi Peningkatan Pendapatan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pada PT. Matahari Departement Store Tbk terdapat perbedaan negatif signifikan terhadap harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce*, PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk menunjukkan bahwa terdapat perbedaan negatif tidak signifikan terhadap harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce* dan PT. Mitra Adiperkasa Tbk menunjukkan bahwa terdapat perbedaan positif signifikan terhadap harga saham sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce*.

SARAN

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu bagi calon Investor yang berencana membeli saham pada PT. Matahari Departement Store Tbk, PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk dan PT. Mitra Adiperkasa Tbk. sebaiknya memperhatikan harga saham setelah menerapkan *E-commerce* sebagai bahan pertimbangan karena dapat dilihat dari penelitian ini bahwa setelah menerapkan *E-commerce* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap harga saham pada PT. Matahari Departement Store Tbk, berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap harga saham pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk dan berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham pada PT. Mitra Adiperkasa Tbk

Bagi Akademisi diharapkan pada penelitian selanjutnya tidak hanya meneliti perbedaan antara harga saham perusahaan retail di Bursa Efek Indonesia sebelum dan setelah menerapkan *E-commerce*, tetapi juga mencari indikator-indikator lainnya serta menambah periode pengamatan yang lebih lama agar peneliti dapat lebih jelas untuk mengamati reaksi pasar dan dijadikan sebagai bahan referensi.

Daftar Pustaka

- Akrami, Hamed, dkk. 2012. *The Effect Of Ramadhan Month On Stocks Abnormal Return Of The Companies Accepted In Tehran Stock Exchange*. Economics and Finance Review. Vol. 2(5) pp. 45-51, July, 2012 ISSN: 2047 -0401.
- Al-Hajieh, H., Redhead, K., dan Rodgers, T. 2011. *Investor Sentiment and Calendar Anomaly Effects: A Case Study of the Impact of Ramadan on Islamic Middle Eastern Markets*. Research in International Business and Finance, 25 (3): 345-356.
- Darmadji, T dan Fakhrudin M.H. 2006. *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto, Hartono. 2011. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi keenam. BPFE. Jakarta.
- Jony Wong. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Marwata. 2001. *Kinerja Keuangan Harga Saham dan Pemecahan Saham*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Volume 4, No.2.
- McLeod Pearson. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba. Jakarta.
- Sa'ad, Walia Nabila. 2017. *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung.
- Sunariyah. 2000. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Yogyakarta: Unit

- Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Preusan YKPN.
Syamsuddin dan Damayanti. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Widagdo. 2016. *Analisis Perkembangan E-commerce Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Wilayah di Indonesia*. Program Studi Pembangunan Wilayah, Fakultas Geografi, Universitas Gadjah Mada.
- Widoatmodjo, Sawidji. 2012. *Cara Sehat Investasi di Pasar Modal*. Edisi Keenam. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- www.cnnindonesia.com
<http://www.seputarforex.com>