

**PENGARUH PENINGKATAN PENJUALAN TERHADAP  
PENGEMBALIAN SAHAM PT.UNILEVER INDONESIA DENGAN  
SOSIAL MEDIA SEBAGAI VARIABEL MODERASI TAHUN 2013 - 2015**

(Diajukan untuk memenuhi salah satu tugas mata kuliah Metodologi Penelitian  
semester delapan)

**TUGAS METODOLOGI PENELITIAN**

Disusun oleh :

**EMUNDA PRIMADIAYU PUTRI**

1201134128



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**BANDUNG**

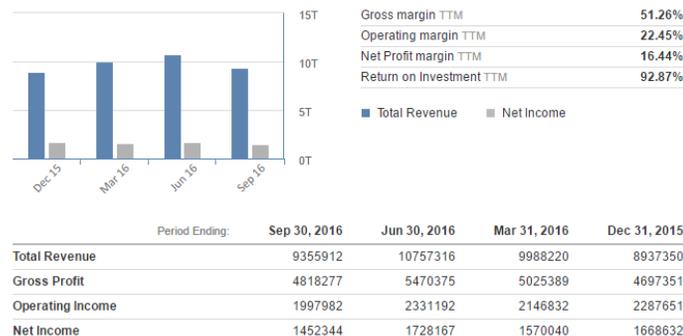
**2017**

### 1.1. Latar belakang penelitian

Penjualan memiliki peranan penting bagi setiap perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat terjual kepada konsumen dan sesuai dengan target perusahaan sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Wikipedia, penjualan adalah aktivitas pertukaran kepemilikan barang atau jasa untuk suatu harga tertentu yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah. Penjualan dapat dilakukan dengan berbagai metode seperti penjualan langsung yang berarti penjual dan pembeli langsung bertatap muka, atau melalui agen penjualan (Wikipedia, 2016). Seperti yang dilansir oleh Raffiansyah, keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari volume penjualan yang didapat. Oleh karena itu kualitas produksi dan strategi penjualan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan dan direncanakan dengan sangat baik agar produk dapat terjual sesuai dengan target yang diinginkan. Dengan adanya peningkatan penjualan yang tinggi, perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang optimal, karena keuntungan dan kepuasan pelanggan menjadi indikator penilaian penting bagi keberhasilan suatu perusahaan dan keberlangsungan hidup perusahaan (Kompasiana, 2015).

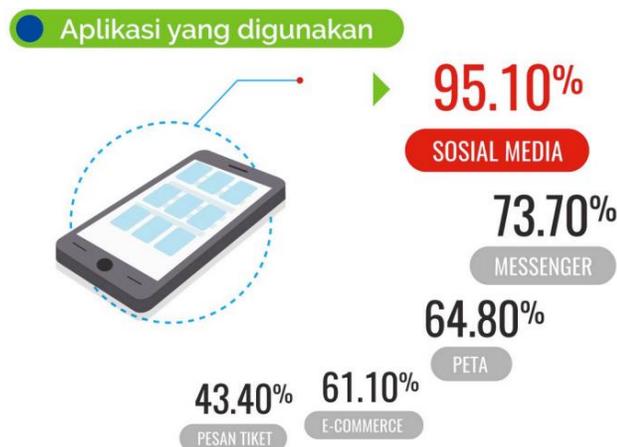
Menurut Henry tahun 2009, investasi adalah kegiatan menanamkan uang pada saat ini, untuk mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang. Kata investasi dan ekonomi adalah dua hal yang saling berkaitan dan hampir setiap hari media memberitakan mengenai perubahan ekonomi dan investasi keuangan. Semakin tinggi intensitas kegiatan ekonomi di suatu wilayah, maka peluang untuk memenuhi kebutuhan hidup bagi masyarakat di wilayah tersebut juga semakin tinggi. Henry juga mengungkapkan bahwa investasi itu diperlukan untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*). Berbagai kebutuhan kehidupan masyarakat dikelompokkan pada dua golongan yang pertama kebutuhan berbentuk barang (*goods*) seperti makanan dan minuman, pakaian, perumahan, kendaraan dan sebagainya serta yang kedua yaitu kebutuhan berbentuk jasa, seperti perawatan kesehatan, perlindungan keamanan dan sebagainya. Oleh karena itu, tanpa adanya investasi saat ini (baik yang dilakukan secara sukarela maupun terpaksa) akan sulit membayangkan kebutuhan barang dan jasa di masa yang akan datang dapat terpenuhi dengan baik (Henry, 2009).

Seperti yang dilansir oleh Joice tahun 2015, terdapat dua komponen dari imbal hasil saham yang diterima investor yaitu, pendapatan dari hasil dividen perusahaan yang diberikan dan penurunan atau kenaikan dari harga saham. Apabila harga saham naik maka investor akan mendapatkan keuntungan (*Capital Gain*), dan apabila harga saham turun maka investor akan rugi (*Capital Loss*). Pendapatan yang menjadi sumber penghasilan perusahaan salah satunya adalah dari penjualan. Penjualan yang tinggi dan mendapat respon yang baik dari konsumen menjadi tujuan dari setiap perusahaan (Joice, 2015). Perusahaan terbuka mempublikasikan segala laporan perusahaan secara transparan kepada publik melalui laporan tahunan. Laporan tahunan atau *annual report* adalah laporan yang diterbitkan setiap tahun dan berisi informasi penting. Salah satunya adalah informasi mengenai laporan keuangan dasar seperti neraca, laporan laba rugi, laporan ditahan, dan laporan arus kas. Laporan ini menyajikan angka-angka akuntansi dari operasi dan posisi keuangan perusahaan. Ketika berinvestasi saham pada suatu perusahaan akan mengalami kemungkinan atau probabilitas, yaitu daftar dari semua kejadian atau hasil yang mungkin terjadi dengan peluang terjadinya yang ditentukan untuk setiap kejadian dan hasil (Eugene, 2001). Peneliti mengambil objek pada perusahaan *Consumer Goods* terutama Unilever. Berikut adalah data pendapatan dari ke empat perusahaan *Consumer Goods* sebagai perbandingan yang menunjukkan bahwa Unilever memiliki pendapatan yang paling besar diantara Indofood, Wings dan Nissin, serta memiliki presentase *Return on Investment* yang paling besar. Untuk datanya Unilever sendiri adalah sebagai berikut :



Gambar 1.2.2.  
 Gambar Unilever *Income Statement*  
 ( sumber : *investing.com* )

Faktor eksternal juga mempengaruhi peningkatan penjualan yaitu efek dari penggunaan sosial media. Masyarakat sudah tidak asing lagi dengan penggunaan internet sebagai sumber pencarian informasi, hal ini ditunjukkan oleh data hasil penelitian APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2016 bahwa pengguna internet di Indonesia memiliki presentase sebesar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia. Berdasarkan data yang diolah APJII dan Mastel tahun 2016, tiga alasan utama mengakses internet itu dipraktikkan melalui tiga kegiatan utama, yaitu mengakses sosial media sebesar 95,10%, *messenger* sebesar 73,70%, dan untuk melihat peta sebesar 64,80% (APJII, 2016).



Gambar 1.2.5.  
 Gambar Data Statistik Aplikasi yang digunakan  
 ( sumber : *APJII, 2016* )

Dengan banyaknya pengguna sosial media menyebabkan penyimpanan data *user* pada *cloud* juga sangat banyak yang menimbulkan pihak *researcher* menjadi susah melakukan pengolahan data apabila data tersebar secara luas dan tidak terkoordinir dengan baik. Untuk itu, diperlukan adanya teknik analisis pengolahan data yang tepat dan efisien, yaitu dengan menggunakan *Big Data Analytic*. Tinjauan *online* yang dibagikan masyarakat melalui sosial media mengenai pengalaman

yang dirasakan terhadap suatu produk baik positif maupun negatif akan dilihat oleh pengguna lain akun sosial media.

Gilang melansir bahwa fase pengumpulan data menjadi tantangan utama para penyedia jasa dan informasi yang menerapkan *Big Data Analytics* di Indonesia. *Big Data* itu sendiri adalah sekumpulan data dalam jumlah besar bahkan mungkin tidak terbatas dari sisi volume, variasi, dan kecepatan yang membutuhkan penanganan serta pengelolaan melalui media penyimpanan yang sangat besar (Antaraneews, 2015). Pada awalnya membuat suatu algoritma mengenai langkah – langkah dalam pengolahan data mulai dari pengumpulan data terkait, pengolahan data hingga muncul *output* yang dibutuhkan oleh peneliti, fungsinya adalah untuk mempermudah peneliti dalam mendapatkan hasil dari penelitian sesuai dengan algoritma atau prosedur yang telah dibuat. Kemudian dari berbagai data yang sudah didapatkan, harus dipilah – pilah antara data yang penting dan tidak penting, proses ini dinamakan *preprocessing data secara real time*. Sentimen analisis dilakukan juga untuk mengidentifikasi sentiment dari teks ulasan online yang memiliki hasil antara sentiment positif atau sentimen negatif. Berdasarkan probabilitas, sentiment diberi label positif, negatif atau netral menggunakan klasifikasi hirarki dan diberi kode 1, -1, dan 0. (Filbert Lee, 2016).

Perusahaan yang memiliki pendapatan tinggi, stabilitas dan performansi yang baik serta terus berkembang mampu menarik para perhatian investor untuk menanamkan saham di perusahaan tersebut. Tidak serta merta investor menanamkan saham nya untuk suatu perusahaan, tentu dengan harapan perusahaan mampu memberikan pengembalian saham sebesar sekian persen dari total penjualan sesuai dengan kesepakatan bersama. Harapan pengembalian atau *expected return* yang di peroleh investor tergantung pada tinggi atau rendahnya tingkat penjualan produk. Apabila tingkat penjualan produk meningkat maka investor juga akan mendapatkan tingkat pengembalian saham yang tinggi, begitu juga sebaliknya. Media sosial juga berperan dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, berdasarkan fenomena yang ada penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh peningkatan penjualan terhadap tingkat pengembalian saham yang diterima investor dengan menggunakan sosial media sebagai variabel moderasinya. Sosial media diolah dengan menggunakan pengolahan *Big Data Analysis*.

## 1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diketahui bahwa investasi terutama saham pada suatu perusahaan penting dilakukan dengan harapan mendapatkan keuntungan yang lebih di masa yang akan datang. Pengembalian yang akan diterima investor bergantung pada dividen yang diberikan oleh perusahaan. Salah satu penyebab dividen suatu perusahaan memiliki nilai yang tinggi adalah dari aktivitas penjualan yang juga cukup tinggi. Dengan adanya peningkatan penjualan pada produk tertentu akan meningkatkan *profit* untuk perusahaan terkait. Hal ini berbanding lurus dengan tingkat pengembalian saham yang diterima oleh investor. Dengan memperhatikan periode waktu penjualan pada masa tertentu yang disesuaikan dengan periode pengolahan menggunakan analisis *Big Data* akan ditemukan keselarasan mengenai jumlah peningkatan penjualan dan akan berdampak pada pengembalian saham yang meningkat bagi investor.

Pengguna aktif sosial media di Indonesia cukup tinggi karena banyak informasi yang didapatkan dari sekedar *online* pada sosial media atau ikut meng-*update* status. Informasi yang disampaikan dapat dikonsumsi secara umum oleh publik sehingga masyarakat mengetahui berita yang sedang ramai dibicarakan. Dengan adanya hal tersebut dapat diolah secara lebih akurat dengan

menggunakan *Big Data Analysis* untuk mengetahui apakah berita yang sedang ramai dibicarakan membawa dampak positif atau negatif bagi konsumen. Apabila dari hasil analisis dinyatakan berita tersebut membawa pengaruh positif maka pengaruh terhadap penjualan suatu produk akan meningkat karena konsumen cenderung membeli produk yang sedang dibicarakan di sosial media tersebut.

### 1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas bahwa investor yang menginvestasikan saham di suatu perusahaan tentu mengharapkan pengembalian yang akan diterimanya memiliki nilai yang sesuai dengan yang diharapkan atau *expected return* yang sesuai. Pada umumnya tingkat pengembalian saham ini dipengaruhi salah satunya oleh peningkatan penjualan, namun dengan adanya *trend* sosial media sebagai variabel moderasi maka akan berpengaruh juga terhadap pertumbuhan penjualan atau *growth sales*. Dengan demikian maka pertanyaan penelitian tingkat pengembalian saham adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah terdapat pengaruh tingkat penjualan terhadap pengembalian saham PT. Unilever Indonesia ?
- 2) Apakah terdapat pengaruh tingkat penjualan terhadap pengembalian saham PT. Unilever Indonesia dengan tinjauan *online* sebagai variabel moderasi ?

### 1.4. Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENGARANG/TAHUN	JUDUL ARTIKEL	VARIABEL	METODE PENELITIAN	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Alain Yee LoongChong, Eugene Ch'ng Filbert Lee (2016)	<i>Predicting Online Product Sales via Online Reviews, sentiment, and Promotion</i> (ini sebagai panduan untuk variabel moderasi nya yaitu sosial media)	<i>Online Review, Product Demand,</i>	-Menggunakan alat <i>online review</i> atau <i>sentiment analysis</i> -Menggunakan <i>Big Data Architecture, Neural Network and Sensitivity Analysis</i> -Kuantitatif . Variabel independen : <i>online review, sentiment and promotion.</i> Variabel dependen : <i>product sales.</i>	Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa <i>online review customer</i> di <i>social media</i> terutama memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan menjadi lebih baik.	-olah data menggunakan <i>big data analytic, sentiment analysis</i> dan diambil dari <i>online review customer.</i> -Menggunakan <i>t-test.</i>	Menggunakan <i>sentivity a</i> algoritma
2	Chi-Lu Peng, Kuan-Ling	<i>Investor</i>	<i>Customer</i>	-Kuantitatif	Hasil	-Menghitung	- <i>Stock Ma</i>

	Lai, Maio-Ling, Chen An-Pin wei (2015)	<i>Sentiment, customer satisfaction and stock returns</i>	<i>satisfaction, return stock and investor sentiment</i>	-Variabel independen : <i>investor sentiment and customer satisfaction.</i> -Variabel dependen : <i>return stock.</i>	penelitian ini adalah pengembalian saham juga dipengaruhi oleh sentiment dari investor terhadap pasar saham	<i>retur stock</i> -Menggunakan sentiment analisis	<i>Reaction t</i> ( <i>American Satisfaction</i> ) -Menggunakan sentiment investor
3	Bunga Novitasari (2015)	Pengaruh Profitabilitas, Peningkatan Penjualan, dan Kebijakan Deviden terhadap Harga Saham	Profitabilitas, Peningkatan penjualan, kebijakan deviden dan Harga Saham.	-Kuantitatif. -Variabel independen : Profitabilitas, peningkatan penjualan dan kebijakan deviden. -Variabel dependen : Harga saham.	Hasil penelitian ini adalah peningkatan penjualan ternyata juga berpengaruh pada harga saham, tetapi belum diketahui untuk pengembalian sahamnya.	-Mengukur profitabilitas -Mengukur peningkatan penjualan	-Menghitung saham -Mempert kebijakan
4	Tjiptowati Endang Iriyanti (2008)	Pengaruh Kandungan Informasi Arus Kas, Komponen Arus Kas, dan Laba Akuntansi Terhadap Harga dan Return Saham.	Informasi dan komponen arus kas, laba akuntansi, harga san return saham.	-Penelitian asosiatif/hubungan. - <i>sample</i> diperoleh dengan metode <i>purposive sampling.</i>	Hasil penelitian ini adalah bahwa perubahan arus kas operas mempengaruhi <i>return saham.</i>	-Menggunakan laporan keuangan sebagai alat penelitian. -Menggunakan arus kas dan laba akuntansi. -Menghitung <i>return stock.</i>	-Menghitung saham.
5	Narasimhan Jegadeesh' (2002)	<i>Revenue Growth and Stock Return</i>	<i>Revenue, Sales, and Stock Return</i>	-Kuantitatif. -Variabel independen : Revenue Growth. -Variabel dependen: Stock Return.	-Terdapat pengembalian saham yang signifikan dengan adanya peningkatan penjualan.	-Menggunakan <i>annual report.</i>	-Model SU SUE

## DAFTAR PUSTAKA

- Wikipedia. (2016). *Penjualan*. Tersedia : <https://id.wikipedia.org/wiki/Penjualan> [30 Januari 2017]
- Kompasiana. (2015). *Pentingnya Penjualan Bagi Perusahaan Manufaktur*. Tersedia : [http://www.kompasiana.com/raffiansyahjc/pentingnya-penjualan-bagi-perusahaan-manufaktur\\_563c6e58c723bdb1093d6e61](http://www.kompasiana.com/raffiansyahjc/pentingnya-penjualan-bagi-perusahaan-manufaktur_563c6e58c723bdb1093d6e61) [30 Januari 2017]
- Faizal Noor, Henry. (2009). *Investasi. Pengelolaan Keuangan Bisnis dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat*. Cetakan I. Jakarta
- Kompas. (2015). *Menghitung Imbal Hasil Investasi*. Tersedia : <http://print.kompas.com/baca/ekonomi/finansial/2015/04/04/Menghitung-Imbal-Hasil-Investasi> [31 Januari 2017]
- F.Brigham, Eugene dan F.Houston. (2001). *Fundamentals of Financial Management*. Edisi kedelapan. Jakarta, Erlangga
- APJI. (2016). *Hasil Survey Ekosistem DNA Nasional*. Tersedia : <https://apji.or.id/gudang/down/Hasil-Survey-Ekosistem-DNA-Nas.pdf> [31 Januari 2017]
- Antaranews. (2015). *Fase Pengumpulan Tantangan Utama Big Data di Indonesia*. Tersedia : <http://www.antaranews.com/berita/477302/fase-pengumpulan-tantangan-utama-big-data-di-indonesia> [31 Januari 2017]
- Filbert Lee. (2016). “*Predicting Online Product Sales via Online Reviews, Sentiments, and Promotion Strategies:A Big Data Architecture and Neural Network Approach*”. *International Journal of Operations & Production Management*. Volume 36Hal: 358-383