

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang penjelasan latar belakang pemilihan studi kasus penelitian, masalah yang akan diteliti, tujuan melakukan penelitian, batasan-batasan dalam penelitian, dan manfaat bagi investor dan perusahaan *e-commerce*.

1.1 Latar Belakang

Perdagangan elektronik (*electronic commerce* atau *e-commerce*) adalah penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* melibatkan transfer dana dan pertukaran data elektronik, sistem manajemen dan pengumpulan data secara otomatis. *E-commerce* adalah salah satu bisnis yang paling sering digeluti oleh masyarakat di Indonesia karena memberikan keuntungan yang menjanjikan.

Bisnis *e-commerce* saat ini sudah semakin berkembang di Indonesia. Meski begitu, belum banyak perusahaan *e-commerce* yang memperdagangkan sahamnya di bursa. Bursa Efek Indonesia (BEI) dan OJK aktif dalam mendorong perusahaan untuk mencatatkan sahamnya, termasuk startup atau yang diklasifikasikan sebagai perusahaan teknologi. Segala cara dilakukan untuk menarik para founder startup tertarik agar tercatat sebagai perusahaan terbuka, hingga upaya yang terbaru adalah rencana membuat papan akselerasi.

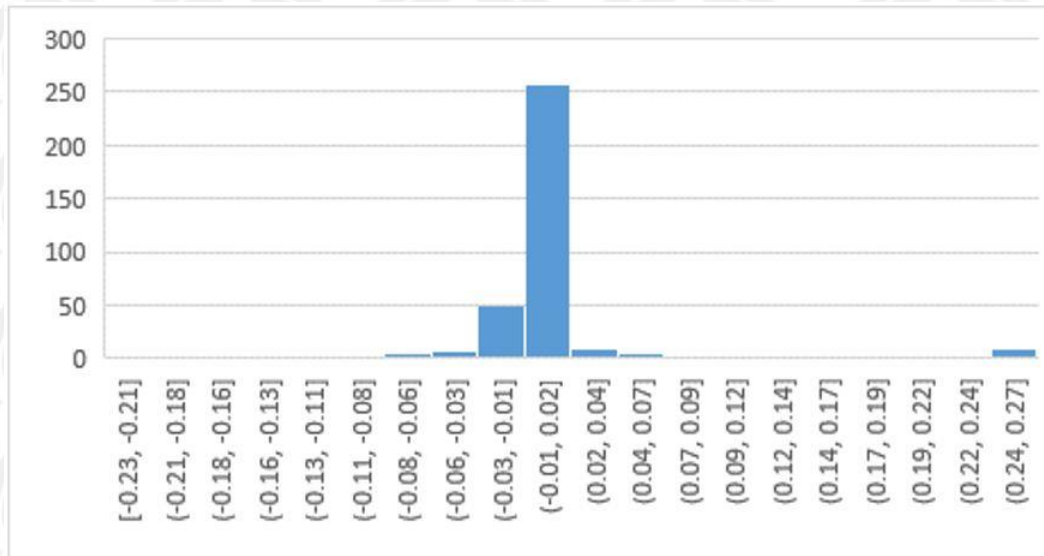
Sejak munculnya *startup* di Indonesia, termasuk munculnya empat perusahaan teknologi yang memperoleh status *unicorn*, baru ada tiga (menyusul Passpod pada akhir tahun) yang sudah terdaftar. Mereka adalah PT M-Cash Integrasi Tbk (MCAS), PT Kioson Komersial Indonesia Tbk (KIOS) dan PT NFC Indonesia Tbk (NFCX), telah tercatat di papan pengembangan. Dua perusahaan yang terakhir tergabung dalam grup Kresna Graha Investama.

Kioson memanfaatkan momentum sebagai perusahaan teknologi pertama yang terdaftar. Sahamnya sudah diperdagangkan sejak 5 Oktober 2017. MCASH menyusul kurang dari sebulan kemudian, pada 1 November 2017, kemudian NFC pada 12 Juli 2018. Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Rudiantara juga mendorong *e-commerce* lain agar mengikuti jejak perusahaan *e-commerce* yang sudah melepas saham di bursa. Ia berharap perusahaan *e-commerce* berstatus unicorn bisa segera menyusul.

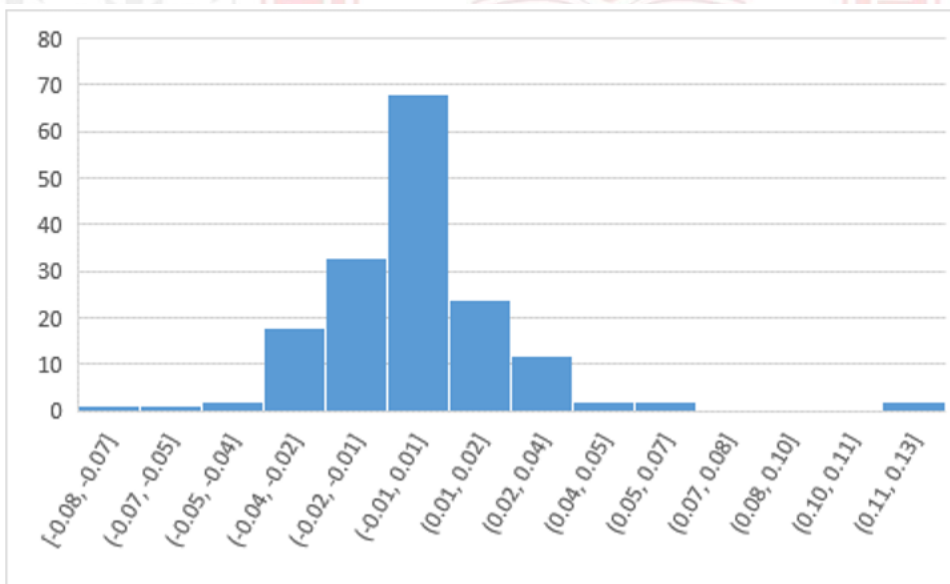
Pertimbangan utama bagi pemilik dana (investor) dalam mengoptimalkan keputusan investasi adalah memaksimalkan tingkat imbal hasil investasi (*return*) pada risiko (*risk*) investasi tertentu. Pembuatan kerangka keputusan investasi sangat menentukan keberhasilan seorang investor dalam mengoptimalkan tingkat imbal hasil investasi dan mengurangi sekecil mungkin risiko yang dihadapi. Berkaitan dengan hal tersebut diatas, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana mendesain suatu simulasi pengambilan keputusan dalam investasi saham-saham perusahaan *e-commerce* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara optimal berdasarkan nilai resiko.

Penelitian ini mengusulkan penggunaan metode VaR dengan *Bayesian Mixture Laplace Autoregressive* (MLAR) yang akan diimplementasikan untuk menganalisis perusahaan *e-commerce*, yaitu PT Kioson Komersial Indonesia Tbk (KIOS). Metode tersebut dipilih berdasarkan penelitian sebelumnya, “*On The Value at Risk Using Bayesian Mixture Laplace Autoregressive Approach for Modelling the Islamic Stock Risk Investment*” oleh Miftahurrohmah, Iriawan dan Fithriasari (2017), yang membandingkan metode *Bayesian Mixture Laplace Autoregressive* (MLAR) dengan *Mixture Normal Autoregressive* (MNAR) yang telah dilakukan oleh Putri (2016). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa analisis dengan menggunakan pendekatan MLAR menghasilkan nilai yang lebih baik dari pendekatan MNAR.

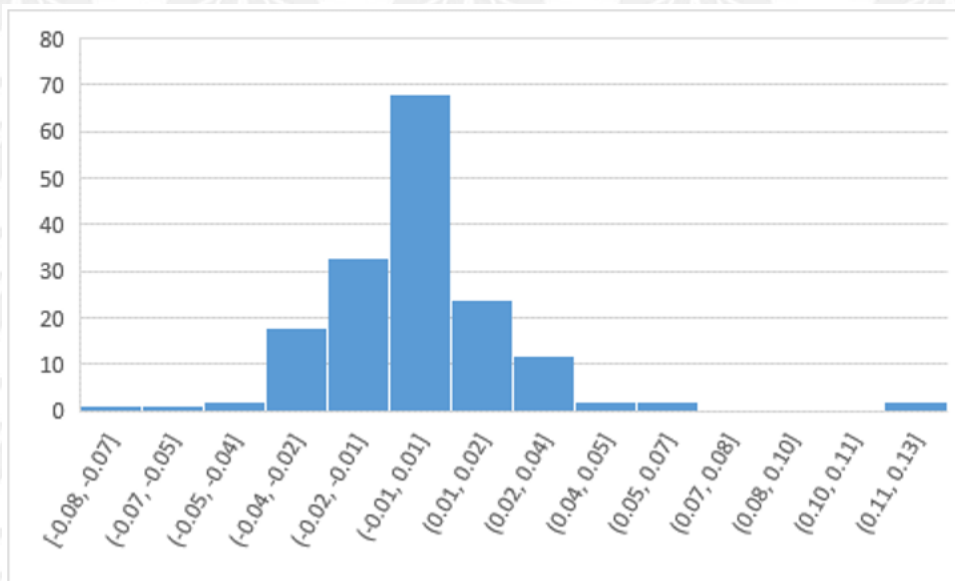
Data KIOS dipilih karena memiliki *dataset* yang lebih banyak dibandingkan NFCX dan MCASH. Selain itu, pemilihan data KIOS dan metode *Bayesian MLAR* pada penelitian ini cocok digunakan karena data cenderung berdistribusi *Laplace* dan *heavy tail*. Hal itu ditunjukkan oleh perbandingan gambar 1.1, 1.2 dan 1.3. Jadi, estimasi menggunakan *Bayesian MLAR* lebih tepat untuk menghitung VaR.



Gambar 1. 1 *Return* saham KIOS



Gambar 1. 2 *Return* saham NCFX



Gambar 1. 3 Return saham MCASH

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka didapatkan perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu :

1. Model *Bayesian MLAR* yang terbaik, sesuai dengan data *return* saham perusahaan *e-commerce*, PT Kioson Komersial Indonesia Tbk (KIOS) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana hasil estimasi VaR pada data *return* saham perusahaan *e-commerce*, PT Kioson Komersial Indonesia Tbk (KIOS) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui model *Bayesian MLAR* manakah yang sesuai dengan data *return* saham perusahaan *e-commerce*, PT Kioson Komersial Indonesia Tbk (KIOS) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mendapatkan hasil estimasi VaR pada data *return* saham perusahaan *e-commerce*, PT Kioson Komersial Indonesia Tbk (KIOS) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, lingkup pembahasan pada penelitian ini dibatasi pada :

1. Penggunaan data hanya pada perusahaan *e-commerce*, PT Kioson Komersial Indonesia Tbk (KIOS) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Estimasi VaR yang dilakukan hanya menggunakan metode *Bayesian Mixture Laplace Autoregressive* (MLAR).

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada investor dan perusahaan *e-commerce*, sebagai berikut:

1. Memberikan pengetahuan kepada investor yang ingin melakukan investasi pada perusahaan *e-commerce*, dengan melihat harga saham harian dan estimasi VaR yang dihasilkan.
2. Memberikan gambaran mengenai performa perusahaan *e-commerce*, yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan kepedepannya.

