

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh persepsi pasar dalam pembentukan harga saham melalui pendekatan *Growth Value Map* (GVM). Fokus penelitian diarahkan untuk mengkaji sejauh mana kinerja keuangan perusahaan, kinerja pasar saham dan kondisi makroekonomi mempengaruhi pembentukan persepsi pasar/investor atas masa depan pertumbuhan perusahaan (*Future Growth Opportunity*/ FGO). FGO didefinisikan sebagai selisih harga pasar saham dengan harga saham menurut *earning per share* (EPS) yang keduanya dinyatakan dalam angka relatif terhadap nilai bukunya. Semakin tinggi nilai FGO suatu perusahaan, semakin baik persepsi atau penilaian pasar atas masa depan pertumbuhan perusahaan.

Penelitian dilakukan dengan mengambil obyek penelitian terhadap sekitar 82 perusahaan bukan keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mewakili lebih dari 80% nilai kapitalisasi saham dalam dengan rentang waktu penelitian tahun 2002 – 2009. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pembentukan persepsi atau penilaian/investor atas FGO perusahaan lebih dominan dipengaruhi oleh kinerja pasar saham dan kondisi makroekonomi daripada kinerja keuangan perusahaan. Namun demikian, kinerja keuangan perusahaan, khususnya tingkat profitabilitas dan ekspansi usaha, masih tetap menjadi sorotan pelaku pasar dalam menilai FGO perusahaan, meskipun peranannya terbatas.

Kesimpulan penelitian di atas secara umum konsisten dengan hasil kuesioner terhadap 42 pelaku pasar yang mewakili beberapa perusahaan sekuritas. Para pelaku pasar menilai bahwa kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar saham serta kondisi makroekonomi domestik serta ekonomi global sebagai faktor penting dalam menilai FGO perusahaan. Namun pelaku pasar cenderung menilai bahwa tingkat profitabilitas dan kegiatan ekspansi usaha merupakan faktor sangat penting dalam mempengaruhi pembentukan persepsi atau penilaian pasar terhadap FGO perusahaan.

Dilihat dari perspektif perusahaan, kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan manajemen perusahaan tidak banyak mempengaruhi penilaian investor atas FGO perusahaan karena besarnya pengaruh *behavior* pelaku pasar. Meskipun demikian, manajer perusahaan dapat mengelola persepsi pasar dengan tetap menjaga terpeliharanya sentimen positif terhadap perusahaan melalui kebijakan yang diarahkan untuk menjaga dan mendorong agar saham perusahaan tetap aktif diperjualbelikan dan memimalkan potensi timbulnya berita negatif terhadap perusahaan. Disamping itu, perhatian terhadap kinerja keuangan harus terus mendapat perhatian manajer khususnya yang terkait dengan pengembangan kapasitas usaha. Selanjutnya, kesimpulan penelitian ini juga menegaskan pentingnya kebijakan makroekonomi yang mampu menjaga *confidence* pasar.

Kata kunci : Persepsi pasar, *Future Growth Opportunity*, BEI, kinerja keuangan perusahaan, kinerja pasar saham dan kondisi makroekonomi.