BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan mengenai *Return On Equity* dan *EarningPer Share* beserta pengaruhnya terhadap *return* saham pada perusahaan periklanan, percetakan, dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2008 hingga tahun 2013, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Secara parsial, *Return On Equity* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *return* saham. Hal ini menunjukan bahwa tidak setiap peningkatan *Return On Equity* dapat mengakibatkan *return* saham meningkat, dikarenakan investor dalam kaitannya dengan tingkat pengembalian saham lebih melihat pada jumlah laba yang mampu dihasilkan oleh perusahaan.
2. Secara parsial, *Earning Per Share* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham. Hal ini menunjukan bahwa informasi mengenai laba bersih dari setiap jumlah lembar saham yang beredar dapat dijadikan acuan bagi investor untuk melihat tingkat pengembalian saham yang diberikan perusahaan, sehingga dengan nilai *Earning Per Share* yang tinggi akan cenderung dapat meningkatkan *return* saham.
3. Secara simultan, variabel *Return On Equity* dan *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hal ini menunjukan

bahwa secara bersama-sama variabel *Return On Equity* dan *Earning Per Share* digunakan investor sebagai pertimbangan dalam menilai tingkat pengembalian saham, sehingga semakin tinggi variabel *Return On Equity* dan *Earning Per Share* dapat meningkatkan *return* saham.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, pembahasan, dan uraian simpulan yang telah dibahas sebelumnya, maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis sampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Saran Praktis

1) Bagi perusahaan periklanan sebaiknya terus meningkatkan kinerja perusahaan dan kinerja keuangannya terutama yang berkaitan dengan rasio kemampuan laba sehingga dengan rasio kemampuan laba yang baik akan menimbulkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut.

2) Bagi investor yang ingin berinvestasi di Bursa Efek Indonesia khususnya perusahaan periklanan hendaknya juga menggunakan dasar analisis fundamental khususnya dalam mencermati kinerja perusahaan dalam menentukan portofolio investasinya

3) Perusahaan periklanan diharapakan memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi makroekonomi dan memiliki strategi-strategi baru untuk meningkatkan laba agar tidak terlalu terkena dampak dari perubahan makroekonomi tersebut. Selain itu perusahaan periklanan

serbaiknya melakukan inovasi produk dan peningkatan kualitas manajemen yang mencakup segala aspek. Tujuan penyesuaian, perbaikan dan peningkatan kualitas manajemen tersebut adalah agar semakin mampu menjalankan fungsi intermediasinya dalam rangka memperoleh laba.

2. Saran Akademis

a. Bagi pengembangan ilmu akuntansi, sebaiknya untuk penelitian selanjutnya tidak hanya menggunakan variabel *earning per share* dan *return on equity,* tetapi dapat juga digunakan variabel lain seperti *price earning ratio, dividend per share, net profit margin, debt to equity ratio,* dan lain-lain agar dapat menghasilkan hasil penelititan yang lebih akurat dalam mengetahui variabel apa saja yang dapat berpengaruh terhadap harga saham baik secara parsial maupun simultan.

b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menambah informasi tambahan pemikiran dan kajian dalam peneltian selanjutnya yang berhubungan dengan *earning per share* dan *return on equity*. Selain itu juga peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel lain seperti tingkat suku bunga, valuta asing dan lain-lain.