

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Telkom telah melakukan berbagai jenis aksi korporasi selama Januari-September 2013 diantaranya adalah 9 peristiwa terkait akuisisi (7 diambilalih dan 2 mengambilalih), 4 peristiwa terkait ESOP, 7 peristiwa terkait dividen, dan 7 peristiwa terkait stock split.
- b. Aksi korporasi Telkom terkait akuisisi pada periode Januari-September 2013 secara signifikan tidak terbukti efektif memberikan sinyal informasi yang mempengaruhi harga saham.
- c. Aksi korporasi Telkom terkait ESOP pada periode Januari-September 2013 secara signifikan tidak terbukti efektif memberikan sinyal informasi yang mempengaruhi harga saham.
- d. Aksi korporasi Telkom terkait dividen pada periode Januari-September 2013 secara signifikan tidak terbukti efektif memberikan sinyal informasi yang mempengaruhi harga saham.
- e. Aksi korporasi Telkom terkait stock split pada periode Januari-September 2013 secara signifikan tidak terbukti efektif memberikan sinyal informasi yang mempengaruhi harga saham.

Selain hasil penelitian di atas, beberapa analisis yang dapat disajikan sebagai pengkayaan dari penelitian adalah sebagai berikut:

- 1). Tidak bereaksinya pasar terhadap aksi korporasi Telkom diduga disebabkan adanya pengawasan dan pelaporan yang intensif terhadap perusahaan terbuka oleh pemerintah dan lembaga pasar modal. Hal ini dapat mengurangi terjadinya *asymmetric information* antara manajemen sebagai *agent* dengan investor sebagai *principal*. Investor menjadi rasional dan tidak tertarik untuk berspekulasi di saham Telkom. Hal ini mendukung pendapat Dobbin dan Jung bahwa *Corporate Board* yang lebih independent bisa menyelaraskan kepentingan manajer dan pemegang saham.
- 2). Walaupun aksi korporasi adalah perangkat *signaling* untuk mengumumkan lebih banyak informasi dengan tujuan untuk menyesuaikan harga saham ke nilai sebenarnya dan menghalangi penilaian rendah oleh pasar, namun demikian perangkat *signaling* tersebut belum tentu efektif. Sebab motivasi membeli investor tidak semata-mata dipengaruhi promosi dari emiten melalui aksi korporasi, namun bisa juga berdasarkan alasan-alasan non-keuangan seperti emosi ataupun intuisi.

## 1.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Bagi manajemen Telkom, untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam arti meningkatkan harga saham, tidak efektif dilakukan melalui aksi korporasi sebagai sinyal untuk memancing reaksi pasar. Tapi harus dilakukan dengan cara-cara yang lebih fundamental, misalnya dengan peningkatan kinerja melalui operasional perusahaan *ataupun corporate restructuring*. Namun demikian aksi korporasi adalah salah satu perangkat bagi manajemen untuk memberi sinyal dan mempromosikan *value* perusahaan kepada investor, untuk itu walaupun tidak efektif, manajemen harus tetap melakukan pengumuman sebagai bentuk menjaga hubungan dengan investor dan meningkatkan persepsi/image perusahaan di mata *investor* dan calon *investor*.
- b. Untuk memperdalam hasil penelitian ini, maka penulis merekomendasikan dilakukannya penelitian lebih lanjut. Beberapa penelitian yang mungkin bisa memperkaya penelitian ini seperti:
- 1). Penelitian dengan data beberapa perusahaan yang setipe dengan Telkom, misal untuk perusahaan kategori BUMN atau kategori Telekomunikasi.
  - 2). Penelitian dengan uji kecepatan reaksi atau memperpanjang jendela pengamatan lebih dari 11 hari, mungkin akan menghasilkan hasil yang berbeda, kalau ternyata reaksi pasar terhadap peristiwa di Indonesia termasuk kategori lambat.
  - 3). Penelitian dengan variabel yang lebih banyak tidak hanya abnormal return. Misalnya volatilitas dan likuiditas saham.

Penelitian-penelitian lanjutan ini diharapkan akan memperkaya kesimpulan dan lebih komprehensif, khususnya terkait efektifitas sebuah aksi korporasi yang dilakukan oleh perusahaan.