

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan serta landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh struktur modal terhadap *price earning ratio* pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2009, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata struktur modal pada perusahaan barang konsumsi periode 2005-2009 yaitu sebesar 92,24%. Dengan demikian, rata-rata perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2009 menggunakan proporsi hutang dan ekuitas yang hampir sama.
2. Rata-rata *price earning ratio* pada perusahaan barang konsumsi periode 2005-2009 sangat tinggi yaitu sebesar 77,69 kali (nilai rata-rata yang cukup besar ini dikarenakan terdapat perusahaan yang memiliki nilai outlier). Akan tetapi, hal tersebut mengindikasikan besarnya ekspektasi atau harapan para investor terhadap saham-saham perusahaan barang konsumsi untuk memberikan *return* yang tinggi pada masa yang akan datang.
3. Struktur modal yang diformulasikan dalam *debt to equity ratio* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *price earning ratio*

pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2009.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka penulis merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian diketahui bahwa struktur modal pada perusahaan barang konsumsi periode 2005-2009 cenderung berfluktuasi. Meskipun struktur modal perusahaan berfluktuasi, sebaiknya struktur modal tersebut dipertahankan di bawah 100% atau dengan mencari proporsi struktur modal yang optimal sehingga dapat menghasilkan *return* yang lebih besar dan dapat mengefisienkan biaya modal yang harus dikeluarkan.
2. Penelitian pada perusahaan barang konsumsi menunjukkan bahwa rata-rata *price earning ratio* sangat tinggi. Sebaiknya, perusahaan dapat menurunkan nilai *price earning rationya* dengan cara menaikkan laba per lembar saham. Hal ini dikarenakan nilai *price earning ratio* yang terlalu tinggi berarti harga sahamnya jauh lebih tinggi daripada laba per lembar sahamnya. Hal ini dapat mengurangi minat investor untuk berinvestasi. Dengan PER rendah, maka investor dapat membeli saham dengan harga yang relatif murah terhadap labanya, sehingga kemungkinan untuk mendapatkan *capital gain* juga semakin besar.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain yang secara teori mempengaruhi *price earning ratio* seperti

return on equity, *earning per share*, *dividend payout ratio* dan sebagainya agar dapat diketahui faktor manakah diantara sekian banyak faktor yang dominan mempengaruhi *price earning ratio*. Selain itu, diharapkan pula agar menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang sebenarnya.

