

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi merupakan proses yang harmonis atau gradual, tetapi merupakan perubahan yang spontan dan terputus-putus (*discontinues*), yaitu gangguan-gangguan terhadap keseimbangan yang telah ada. Pertumbuhan ekonomi dikarenakan oleh adanya perubahan-perubahan terutama dalam lapangan industri dan perdagangan. Berproduksi berarti mengkombinasikan bahan-bahan dan tenaga yang ada atau yang dapat dicapai menghasilkan barang dengan metode lain (*inovasi*) (Sukirno, 2007).

Perekonomian modern, keberadaan perusahaan atau organisasi bisnis telah berkembang pesat, yang semakin mempersempit persaingan antar perusahaan. Hal inilah yang mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi yang tepat dalam setiap aktivitas bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan. Kondisi keuangan adalah salah satu hal yang terpenting dalam penilaian prestasi perusahaan, dimana keadaan keuangan dapat terjadi peningkatan (*increase*) dan penurunan (*decrease*). Kondisi keuangan perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangannya. Perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi terkait operasional perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, *underwriter* dan pengguna informasi lainnya. Perusahaan perlu lebih teliti terhadap apa pengukuran dan perhitungan laporan keuangan sebagai bentuk antisipasi dari ketidakpastian ekonomi di masa depan (Fauzi & Badriyah, 2023)

Teori sinyal (*Signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Menurut Brigham dan Houston (2011) teori sinyal menjelaskan tentang persepsi manajemen terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan, dimana akan mempengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan. Sinyal tersebut berupa informasi yang menjelaskan tentang upaya manajemen dalam mewujudkan keinginan pemilik. Informasi tersebut dianggap sebagai indikator penting bagi investor dan pelaku bisnis dalam mengambil keputusan investasi di dalam pasar modal.

Pasar modal secara keseluruhan merupakan tempat berjumpanya para penjual dan pembeli untuk bernegosiasi dalam rangka memperoleh modal. Pedagang di pasar modal adalah perseroan yang membutuhkan modal (emiten), sehingga mereka berusaha untuk menjual efek/saham di pasar modal. Sedangkan pembeli (investor) adalah pihak yang perlu membeli modal di perseroan yang menurut mereka yakini produktif (Soemitra, 2009).

Tempat berkumpulnya pedagang dan pembeli penawaran saham di Indonesia adalah di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan melalui perusahaan sekuritas. Efek yang di perdagangan adalah efek syariah dan juga efek non Syariah. Index Saham Syari'ah Indonesia (ISSI) adalah catatan saham yang mencerminkan seluruh saham syari'ah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Ketika Index Saham Syari'ah (ISSI) dikirim pada tanggal 12 Mei 2011, jumlah saham syari'ah yang tercatat di BEI adalah 214 penawaran. Kehadiran Index Saham Syari'ah (ISSI) melengkapi index syari'ah saat ini, tepatnya Jakarta Islamic

Index (JII). Konstituen ISSI adalah seluruh saham syari'ah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan tercatat di Daftar Efek Syari'ah (DES). Konstituen Index Saham Syari'ah Indonesia (ISSI) dieksplorasi seperti jarum jam (Mei dan November) dan didistribusikan menjelang awal bulan berikutnya. Konstituen ISSI juga berubah jika ada saham syari'ah baru yang tercatat atau terhapus dari Daftar Efek Syari'ah (DES). Strategi perhitungan ISSI menggunakan normal tertimbang dari kapitalisasi pasar. Tahun dasar yang digunakan dalam perhitungan ISSI adalah awal dari penerbitan Daftar Efek Syari'ah (DES), tepatnya Desember 2007. Penawaran yang diatur dalam Index Saham Syari'ah Indonesia (ISSI) adalah saham yang telah memenuhi syarat sebagai saham syari'ah dan terangkum dalam Daftar Efek Syari'ah (DES) yang diberikan oleh Bapepam-LK (Suciningtias & Khoiroh, 2015).

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan sektor media yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Pada sektor media ini merupakan salah satu sektor industri dengan tingkat pengaruh yang besar, dikarenakan sektor media merupakan salah satu sektor industri yang paling sering digunakan pada zaman sekarang. Tingkat kapitalisasi pasar yang besar menjadi salah satu alasan yang menjadikan saham suatu Perusahaan memiliki keunggulan dibanding saham-saham dari sektor sejenis, tentunya pencapaian ini tidak terlepas dari penelitian ini dilakukan pada Perusahaan sektor media yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

Dalam penelitian ini menggunakan empat perusahaan yang memenuhi kriteria yaitu PT. Surya Citra Medika Tbk. dengan kode saham (SCMA) berdiri pada tanggal 29 Januari 1999 dengan dengan fokus pada bidang usaha yang

meliputi layanan multimedia, hiburan dan komunikasi, khususnya di bidang pertelevisian. PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk. dengan kode saham (EMTK) berdiri sejak tahun 1983 ini merupakan salah satu perusahaan inovasi yang berkembang dan berkreasi di era komputerisasi. Perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak 12 Januari 2010. PT. Tempo Inti Media Tbk. dengan kode saham (TMPO) berdiri pada tanggal 27 Agustus 1996 merupakan Perusahaan media berbasis di Indonesia yang utamanya bergerak di dalam produksi dan penerbitan surat kabar. Bisnisnya diklasifikasikan ke dalam dua segmen: penerbitan dan percetakan. Produk utamanya adalah Tempo, sebuah majalah berita mingguan. PT. Media Nusantara Citra Tbk. dengan kode saham (MNCN) adalah Perusahaan media terpadu di Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 17 Juni 1997. Perusahaan ini memiliki bisnis inti dalam konten dan kepemilikan dan pengoperasian 3 dari 10 televisi *Free-To-Air* nasional di Indonesia.

Perusahaan yang dianggap prospektif dapat diartikan sebagai perusahaan yang memberikan *profit* atau laba di masa yang akan datang. Pada dasarnya, suatu perusahaan yang baik kinerjanya akan mempunyai laba yang tinggi. Karena dalam dunia investasi, laba yang tinggi dapat dilihat dari kinerja perusahaannya, dimana semakin tinggi laba yang diharapkan maka semakin baik kinerjanya. Petumbuhan laba tidak dapat dipastikan, maka perlu adanya suatu prediksi pertumbuhan laba. Petumbuhan laba tentunya akan berpengaruh terhadap keputusan investasi para investor dan calon investor.

Salah satu alternatif untuk mengetahui informasi keuangan yang dihasilkan bermanfaat untuk memprediksi pertumbuhan laba, termasuk kondisi keuangan di masa depan adalah analisis rasio keuangan (Widhi, 2011). Jenis rasio keuangan

sangat banyak, para pemakai laporan keuangan dapat menentukan jenis rasio yang akan dipakai sesuai dengan kebutuhan mereka. Rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *Gross Profit Margin* (GPM), *Return On Equity* (ROE), dan *Stock Price*.

*Gross Profit Margin* (GPM) dalam pengertiannya merupakan perbandingan keuntungan kotor terhadap penjualan bersih. *Gross Profit Margin* bisa menerangkan taraf laba pada persentase dan harga jual yg bisa diperoleh untuk setiap unit produk. Semakin besar nilai *Gross Profit Margin* (GPM), maka semakin baik pula kegiatan operasional Perusahaan dan sebaliknya semakin kecil nilai *Gross Profit Margin* (GPM) maka semakin buruk kegiatan operasional perusahaan. Nilai *Gross Profit Margin* yang tinggi mengindikasikan bahwa Perusahaan menghasilkan laba dengan baik dan tentunya membuat para investor semakin tinggi tergiur untuk berinvestasi yang kemudia akan mempengaruhi kenaikan harga saham (*Stock Price*), begitupun sebaliknya (Kasmir,2013).

*Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang membandingkan laba neto setelah pajak dengan ekuitas yang telah di investasikan pemegang saham di perusahaan (Van Horne dan Wachowicz, 2013). *Return On Equity* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal. Margin kotor dan laba atas ekuitas sangat berbanding lurus dengan garis bawah perusahaan dan memengaruhi garis bawah. Singkatnya, margin kotor menghitung tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjual produk umum. Sementara itu, tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dalam akuisisi dihitung berdasarkan *Return On Equity* untung dari dana yang diinvestasikan.

Menurut Brigham dan Houston (2010) “Semakin tinggi *Return On Equity* (ROE) maka makin tinggi nilai perusahaan dimata investor dan calon investor dan mengakibatkan kenaikan harga saham. “

Harga saham (*Stock Price*) merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan dengan perusahaan terutama yang sudah *Go Public*. Harga saham adalah sebuah nilai yang merupakan cerminan dari kekayaan suatu perusahaan. Dengan demikian pengambilan keputusan selalu didasarkan pada pertimbangan terhadap maksimalisasi kekayaan para pemegang saham. Sartono (2010) menyatakan bahwa “Harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Sebaliknya, apabila kelebihan penawaran maka harga saham cenderung turun”.

Industri media merupakan industri kreatif yang akan terus berkembang seiring dengan kebutuhan manusia akan pengetahuan, seni, dan hiburan. Pengelolaan industri ini membutuhkan kemampuan khusus yang tidak bisa disamakan dengan mengelola usaha kreatif lainnya (Ri'aeni & Sulistiana, 2017). Perkembangan *Platform Digital* yang semakin cepat memaksa pelaku industri ini untuk tetap mengikuti arus yang ada. Dengan demikian masyarakat akan tetap mengandalkan perusahaan yang sudah lama bergelut di industri ini untuk menjadi acuan informasi yang ada. Oleh karena itu, perusahaan dalam industri ini harus memiliki pengelolaan keuangan yang tepat sehingga tetap dapat bertahan sejalan dengan arus teknologi yang semakin cepat.

Peningkatan *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) tentunya menjadi pertanda baik bagi investor karena menunjukkan kondisi profitabilitas perusahaan yang baik. Dapat dikatakan kinerja perusahaan baik karena keuntungan perusahaan meningkat dan dapat dibagikan kepada investor dalam bentuk dividen. Berdasarkan teori tersebut, *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) memengaruhi harga saham. Peneliti memilih PT. Surya Citra Medika Tbk, PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk, PT. Tempo Inti Media Tbk, dan PT. Media Nusantara Citra Tbk. sebagai subjek penelitian karena perusahaan ini merupakan raksasa industri media yang tercatat pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Berikut data *Gross Profit Margin* (GPM), *Return on Equity* (ROE), dan *Stock Price* (SP) pada sektor media PT. Surya Citra Medika Tbk, PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk, PT. Tempo Inti Media Tbk, dan PT. Media Nusantara Citra Tbk periode 2013-2022. Berikut data Perusahaan dalam bentuk tabel dan grafik:

**Tabel 1.1**  
***Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return On Equity* (ROE) terhadap *Stock Price* (SP) pada Perusahaan Sektor Media yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2013-2022**

Kode Perusahaan	Tahun	Gross Profit Margin (%)	Ket	Return On Equity (%)	Ket	Stock Price (Rp)	Ket
SCMA	2013	1,85		46,10		2,625	
	2014	2,95	↑	41,64	↓	3,500	↓
	2015	2,78	↓	44,57	↑	3,100	↓
	2016	2,54	↓	40,78	↓	2,800	↓
	2017	2,43	↓	29,91	↓	2,480	↓
	2018	2,24	↓	28,91	↓	1,870	↓
	2019	1,93	↓	19,15	↓	1,410	↓
	2020	2,05	↑	29,51	↑	2,290	↑
	2021	2,07	↑	17,93	↓	4,680	↑
	2022	1,61	↓	7,81	↓	2,060	↓

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 1.1

EMTK	2013	8,32		15,12		5,550	
	2014	8,55	↑	9,23	↓	7,800	↑
	2015	9,07	↑	12,33	↑	10,300	↑
	2016	9,87	↑	5,51	↓	9,975	↓
	2017	8,75	↓	2,54	↓	9,500	↓
	2018	8,74	↓	14,65	↑	8,400	↓
	2019	8,51	↓	19,01	↑	5,575	↓
	2020	8,92	↑	27,40	↑	1,300	↓
	2021	11,44	↑	18,32	↓	1,030	↓
	2022	10,46	↓	14,47	↓	2,280	↑
TMPO	2013	47,03		4,12		158	
	2014	35,82	↓	10,68	↑	121	↓
	2015	44,62	↑	17,28	↑	66	↓
	2016	42,03	↓	39,77	↑	143	↑
	2017	38,20	↓	27,80	↓	268	↑
	2018	37,45	↓	11,56	↓	180	↓
	2019	35,89	↓	45,38	↑	166	↓
	2020	29,56	↓	21,02	↓	144	↓
	2021	39,60	↑	24,71	↑	137	↓
	2022	36,48	↓	15,86	↓	103	↓
MNCN	2013	56,29		21,84		2,625	
	2014	56,29	↑	12,95	↓	2,540	↓
	2015	7,04	↓	15,99	↓	1,685	↓
	2016	57,30	↑	14,40	↓	1,755	↑
	2017	62,10	↑	14,80	↑	1,285	↓
	2018	62,00	↓	14,40	↓	690	↓
	2019	19,23	↓	17,83	↑	1,450	↑
	2020	31,77	↑	23,60	↑	795	↓
	2021	29,01	↓	20,22	↓	2,480	↑
	2022	28,73	↓	45,88	↑	4,820	↑

Sumber: Data Empiris yang Diolah Peneliti dari Laporan Tahunan Perusahaan Sektor Media

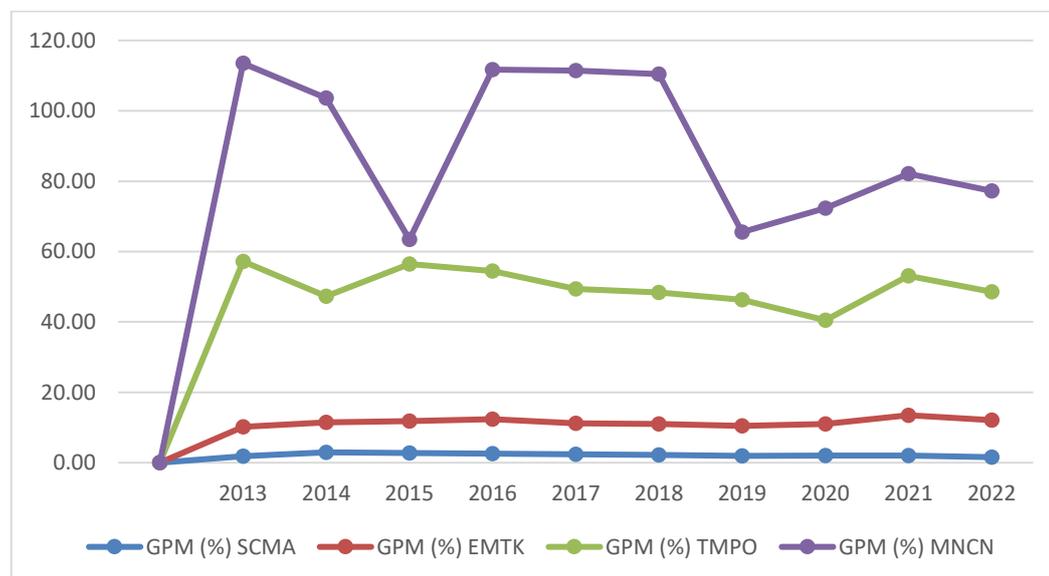
**Keterangan:**

↑ = Mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.

↓ = Mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan table 1.1 diatas bahwa keempat Perusahaan yaitu PT. Surya Citra Medika Tbk, PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk, PT. Tempo Inti Media Tbk, dan PT. Media Nusantara Citra Tbk tiap tahunnya mengalami fluktuatif peningkatan dan penurunan dalam kurun waktu tertentu, baik itu *Gross Profit Margin* (GPM), *Return on Equity* (ROE), dan *Stock Price* (SP).

**Grafik 1.1**  
**Gross Profit Margin (GPM)**  
**Perusahaan Sub Sektor Media Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah**  
**Indonesia (ISSI) Periode 2013- 2022.**



Sumber: Data Empiris yang Diolah Peneliti dari Laporan Tahunan Perusahaan Sektor Media

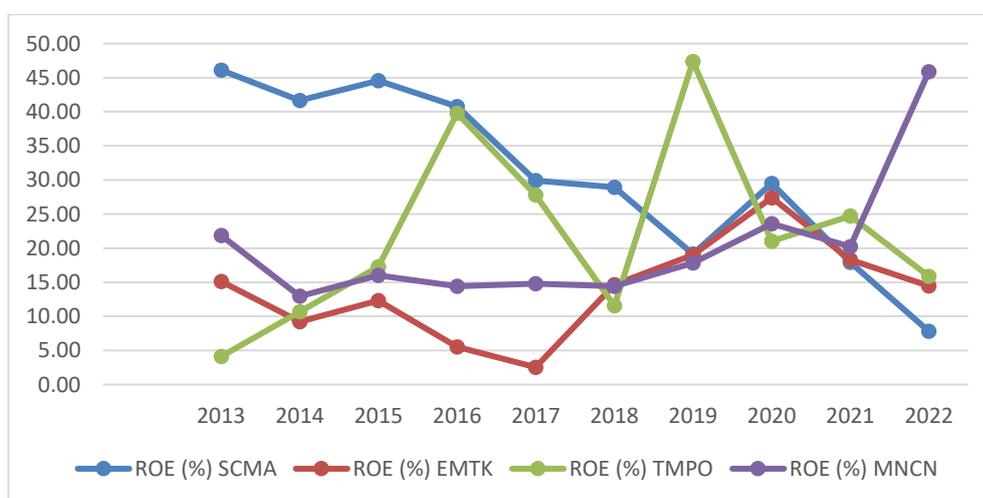
Berdasarkan gambar grafik 1.1 terdapat grafik *Gross Profit Margin (GPM)* yang tertera di atas selama 10 tahun yaitu tahun 2013-2022 pada 4 perusahaan efek syariah yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Secara keseluruhan *Gross Profit Margin (GPM)* tertinggi ada di perusahaan PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) sebesar 112,10% di tahun 2017, kemudian yang terendah terdapat di perusahaan PT. Surya Citra Medika Tbk (SCMA) sebesar 1,61% di tahun 2022.

PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) menjadi *Gross Profit Margin (GPM)* tertinggi dari 4 perusahaan efek syariah di tahun 2017, karena pada tahun 2017 manajemen perseroan berhasil menerapkan program efisiensi biaya operasional perusahaan dengan mencatat pendapatan sebesar Rp7,05 triliun. Pertumbuhan pendapatan tersebut didorong kinerja perusahaan yang mencatat

pendapatan sebesar Rp1,67 triliun. Selain pertumbuhan pendapatan, kinerja margin PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) juga meningkat signifikan pada 2017. Dan berhasil dari penjualan konten yang melonjak pada tahun 2017 dibandingkan pada tahun sebelumnya sehingga efisiensi pada segmen program dan konten berhasil menaikkan *Gross Profit Margin* (GPM) sebesar 5% dari tahun sebelumnya. (<https://www.nhis.co.id>).

Kemudian PT. Surya Citra Medika Tbk (SCMA) di tahun 2022, itu dikarenakan pengeluaran untuk mendapatkan hak siar Piala Dunia 2022. Pada saat Piala Dunia mulai ditayangkan pangsa pemirsa saluran tv tersebut mencapai 24,7% di jam tayang utama pada bulan November 2022. Namun pangsa pemirsa menurun menjadi 21,8% pada bulan Desember 2022. 65% dari biaya Piala Dunia dibayarkan pada kuartal III 2022 secara tunai. Dan sebesar 70% dari biaya tersebut dipesan sebagai biaya program pada kuartal IV 2022, sehingga menyebabkan *Gross Profit Margin* (GPM) menurun. (<https://investasi.kontan.co.id>).

**Grafik 1.2**  
**Return on Equity (ROE)**  
**Perusahaan Sub Sektor Media Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2013- 2022.**



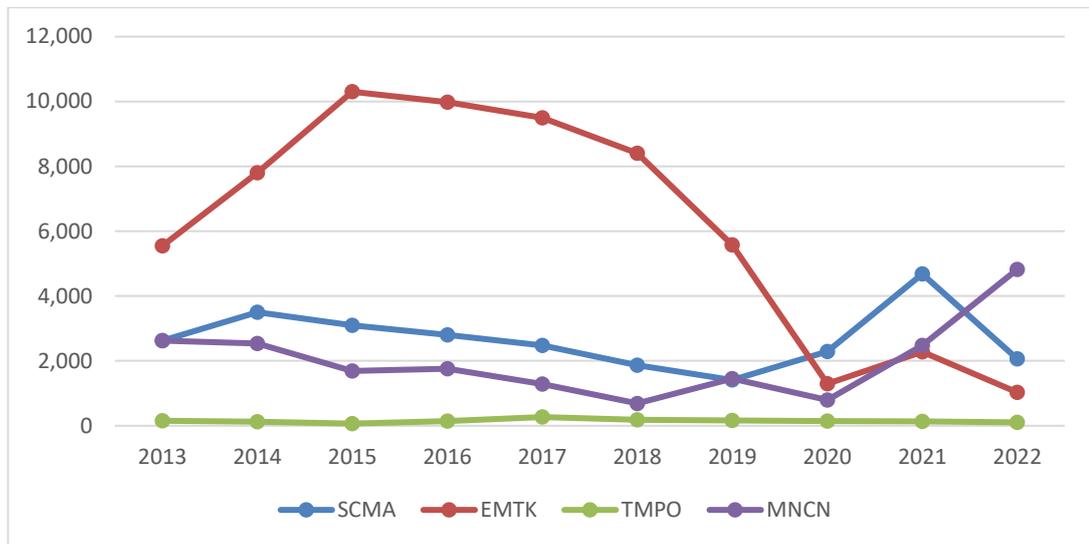
Sumber: Data Empiris yang Diolah Peneliti dari Laporan Tahunan Perusahaan Sektor Media

Berdasarkan gambar grafik 1.2 terdapat grafik *Return on Equity* (ROE) yang tertera di atas selama 10 tahun yaitu tahun 2013-2022 pada 4 perusahaan efek syariah yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Secara keseluruhan *Return on Equity* (ROE) tertinggi ada di perusahaan PT. Surya Citra Medika Tbk (SCMA) sebesar 46,10% di tahun 2013. Kemudian yang terendah terdapat di perusahaan PT. Elang Mahkota Teknologi (EMTK) sebesar 2,54% di tahun 2017.

PT. Surya Citra Medika Tbk (SCMA) menjadi *Return on Equity* (ROE) tertinggi dari 4 perusahaan efek syariah di tahun 2013, karena pada tahun 2013 pendapatan iklan naik secara signifikan disebabkan perolehan dari iklan pemilihan umum serta pendapatan iklan di program olahraga dan film televisi. Sehingga, per 2013 total liabilitas PT. Surya Citra Medika Tbk (SCMA) meningkat sebesar Rp 1,22 triliun, sedangkan total ekuitas Rp 2,79 triliun dari tahun sebelumnya. (<https://market.bisnis.com>).

Kemudian PT. Elang Mahkota Teknologi (EMTK) di tahun 2017, itu dikarenakan beban usaha yang naik 14,07% pada 2017 menjadi Rp 4,75 triliun dibandingkan 2016 yang tercatat sebesar Rp 4,16 triliun. Sepanjang 2017, liabilitas EMTK turun 6,62% menjadi Rp 4,35 triliun dibandingkan 2016 sebesar Rp 4,66 triliun. Sedangkan ekuitas EMTK naik 13,20% menjadi Rp 17,85 triliun dibandingkan 2016 sebesar Rp 15,76 triliun. Sehingga menyebabkan *Return On Equity* menurun. (<https://www.cnbcindonesia.com>).

**Grafik 1.3**  
***Stock Price* (SP)**  
**Perusahaan Sub Sektor Media Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah**  
**Indonesia (ISSI) Periode 2013- 2022.**



Sumber: Data Empiris yang Diolah Peneliti dari Laporan Tahunan Perusahaan Sektor Media

Berdasarkan gambar grafik 1.3 terdapat grafik *Stock Price* (SP) yang tertera di atas selama 10 tahun yaitu tahun 2013-2022 pada 4 perusahaan efek syariah yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Secara keseluruhan Indeks Saham terbesar ada di perusahaan PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTK) sebesar Rp. 10.300,- di tahun 2015. Kemudian yang terendah terdapat di perusahaan PT. Tempo Inti Media Tbk (TMPO) sebesar Rp.66,- di tahun 2015.

PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTK) adalah perusahaan dengan harga saham syariah tertinggi dari 4 perusahaan yang diteliti. Pada tahun 2015, karena pada tahun tersebut dilihat dari kinerja keuangan PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTK) tumbuh positif pada 2015. Pertumbuhan laba tersebut didukung oleh program efisiensi operasi yang dijalankan oleh manajemen EMTK. Selain itu, strategi pemasaran produk yang dilakukan Perseroan mampu mendongkrak pendapatan tahun lalu. Di sisi lain, melonjaknya keuntungan selisih

kurs mata uang asing juga ikut mendorong pertumbuhan pendapatan dan laba EMTK sehingga Harga Saham meningkat. (<https://pasardana.id>).

Kemudian PT. Tempo Inti Media Tbk (TMPO) di tahun 2015, itu dikarenakan turunnya pendapatan keuangan sebesar 43,01% dari 2014, naiknya beban keuangan sebesar 44,17% dan meningkatnya bagian rugi entitas asosiasi sebesar 54,69%. Dan penurunan terjadi karena naiknya beban operasional lain dan turunnya pendapatan operasi lain. (<https://market.bisnis.com>).

Berdasarkan data rumusan yang sudah di paparkan, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam yang berjudul **Pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) Terhadap *Stock Price* (SP) Pada Perusahaan Sub Sektor Media Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2013-2022.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yang akan di teliti, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Gross Profit Margin* (GPM) berpengaruh secara parsial terhadap *Stock Price* pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022?
2. Apakah *Return on Equity* (ROE) berpengaruh secara parsial terhadap *Stock Price* pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022?
3. Apakah *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) berpengaruh secara simultan terhadap *Stock Price* (SP) pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) secara parsial terhadap *Stock Price* pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022;
2. Untuk menganalisis pengaruh *Return on Equity* (ROE) secara parsial terhadap *Stock Price* pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022;
3. Untuk menganalisis pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) secara simultan terhadap *Stock Price* (SP) pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022.

### D. Manfaat Penelitian

Hasil penulisan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis :

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Membuat penelitian untuk dijadikan referensi penelitian selanjutnya dengan mengkaji pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) terhadap *Stock Price* pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022;
  - b. Memperkuat penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) terhadap *Stock Price* pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022;
  - c. Mendeskripsikan pengaruh pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) terhadap *Stock Price* pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022;

- d. Mengembangkan konsep dan teori pengaruh *Gross Profit Margiin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) terhadap *Stock Price* pada Perusahaan Sektor Media Periode 2013-2022.

## 2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai acuan untuk mengambil langkah strategis maupun pertimbangan yang diperlukan untuk menentukan harga saham perusahaan;
- b. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menganalisis saham yang diperjualbelikan pada Bursa Efek Indonesia khususnya Indeks Saham Indonesia Syariah (ISSI) sehingga para investor dapat memilih pilihan investasi;
- c. Bagi penulis, hasil penelitian ini di harapkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung;
- d. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan, dan sebagai bahan acuan pembelajaran bagi kalangan akademis;
- e. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman bagi peneliti mengenai *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Return on Equity* (ROE) terhadap *Stock Price* (SP).