

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa fenomena, yaitu: kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur tahun 2021, variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung dan beberapa perusahaan manufaktur ditahun 2021 tergolong perusahaan impresif/tebar pesona.
2. Profitabilitas yang diproksikan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya dengan meningkatnya nilai profitabilitas akan mampu meningkatkan nilai suatu perusahaan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk membeli saham. Seiring dengan peningkatan permintaan saham akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat.
3. Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder* sehingga laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sehingga dapat disimpulkan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat.

## B. Saran

Saran-saran yang dapat diajukan untuk penelitian berikutnya adalah sebagai berikut.

1. Bagi akademisi, diharapkan lebih menggali pengetahuan mengenai konsep *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan dengan cara membaca banyak referensi yang membahas tentang hal tersebut. *Corporate Social Responsibility* memiliki ruang lingkup yang sangat luas maka hendaknya akademisi lebih peka terhadap masalah yang berkembang karena *Corporate Social Responsibility* memiliki dampak terhadap masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya:
  - a. Dalam penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa CSR yang diungkapkan pada tahun  $t$  berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan tahun  $t$  juga. Namun setelah dilakukan pengujian, ternyata CSR pada tahun  $t$  tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan tahun  $t$ . Sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan model pengujian dengan pengambilan data CSR tahun sebelumnya. Hal ini berdasarkan asumsi bahwa pengungkapan sosial yang telah dilakukan perusahaan dapat menjadi pertimbangan bagi para *stakeholder* untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang.
  - b. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang terbatas pada perusahaan manufaktur dikhawatirkan belum bisa mewakili semua jenis perusahaan dan kurang mencerminkan perkembangan nilai perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan objek penelitian yang lebih luas supaya memperoleh hasil yang lebih baik dan dapat mencerminkan secara keseluruhan.

- c. Penelitian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang belum atau jarang diteliti yang disinyalir dapat mempengaruhi besarnya nilai perusahaan, misalnya *good corporate governance*.
3. Bagi perusahaan, variabel profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan harus dapat meningkatkan profit agar nilai perusahaan meningkat serta dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. Pengungkapan CSR yang rendah tidak begitu berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga perusahaan perlu meningkatkan CSR untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini berdasarkan teori *stakeholder*.
4. Bagi investor, agar lebih seksama dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak hanya memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi akan tetapi mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti kualitas pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh emiten dan tingkat profitabilitas yang dihasilkan oleh emiten.