BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan dan analisis pada penelitian yang berjudul "PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN RASIO KEUANGAN TERHADAP *MARKET VALUE ADDED* (MVA) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PADA TAHUN 2006 - 2013", dapat disimpulkan :

1) Secara simultan, variabel ESOP, ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000, CR, DER, TAT, ROS, dan PER, berpengaruh signifikan terhadap MVA dengan persentase pengaruh sebesar 2,82%, sedangkan sisanya sebesar 97.18% dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model.
2) Secara parsial, pengaruh setiap aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap citra perusahaan (MVA) adalah sebagai berikut:
   a. Perusahaan yang menerapkan ESOP di Indonesia, tidak menunjukan perbedaan citra perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan ESOP.
   b. Perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO 9000, dianggap telah memiliki sistem pendokumentasian yang dapat menjaga kualitas produk dan pelayanan pada konsumen. Sistem pendokumentasian yang jelas

juga dapat mengurangi informasi yang asimetris antara agen dan prinsipal, sehingga nilai perusahaan menurut pemangku kepentingan dianggap lebih baik. Inilah yang menyebabkan perusahaan yang memiliki sertifikat ISO 9000 memiliki citra perusahaan yang lebih baik.

c. Penilaian yang negatif bisa terjadi pada perusahaan yang dianggap perduli pada lingkungan. Perusahaan yang justru memiliki sertifikat ISO 14000. Citra perusahaan yang menunjukan aktivitas tanggung jawab sosial akan berdampak negatif, jika tidak sesuai dengan reputasi perusahaan.

d. Perusahaan yang memiliki sertifikat OHSAS 18000, terlihat memiliki kecenderungan untuk memiliki citra perusahaan yang lebih baik. Karyawan memiliki jaminan rasa aman saat bekerja dengan standar baku yang akan memengaruhi kesehatan dan keselamatan kerja karyawan. Namun demikian peningkatan rasio ini kurang menunjukan pengaruh perbedaan pada peningkatan citra perusahaan.

3) Secara parsial, pengaruh setiap rasio keuangan terhadap citra perusahaan (MVA) adalah sebagai berikut:

a. Rasio lancar (*current ratio*) yang dimiliki perusahaan, menunjukan kecenderungan semakin besar rasio lancar, membuat para pemangku kepentingan dan pemilik modal meragukan kemampuan manajer dalam mengelola keuangan perusahaan dan mempertanyakan citra perusahaan. Namun demikian peningkatan rasio ini kurang menunjukan pengaruh perbedaan pada peningkatan citra perusahaan.

b. Perusahaan yang mengikuti Teori *Pecking-order*, memiliki *Debt-Equity Ratio* yang kecil, tidak disukai oleh investor. Sehingga citra perusahaan justru akan meningkat jika perusahaan memiliki rasio DER yang cukup besar.

c. Ketika terjadi pertumbuhan penjualan, umumnya manajer dan pemilik modal akan merasa senang, dan berharap aset perusahaan akan bertambah banyak. Jika perusahaan tidak dapat mengimbangi laju pertumbuhan penjualan dengan pendanaannya, maka perusahaan bukan mendapatkan keuntungan, tetapi akan dihadapkan pada resiko kebangkrutan. Hal inilah yang menyebabkan rasio *total asset turnover* yang terlalu besar justru memberikan citra perusahaan yang mengkhawatirkan pemangku kepentingan dan pemilik modal.

d. Para pemangku kepentingan dan pemilik modal melihat pertumbuhan citra perusahaan yang lebih baik seiring dengan pertumbuhan ROS perusahaan. Meskipun demikian peningkatan rasio ini kurang menunjukan pengaruh perbedaan pada pertambahan citra perusahaan.

e. *Price-Earning Ratio* (PER) memberikan indikasi pada para pengelola perusahaan, tentang pandangan pemilik modal mengenai risiko dan harapan yang baik akan citra masa depan perusahaan. Namun demikian peningkatan rasio ini kurang menunjukan pengaruh perbedaan pada peningkatan citra perusahaan.

6.2. Saran

1) Bagi shareholder, sebelum melakukan pengambilan keputusan berinvestasi pada perusahaan tertentu, perlu mempertimbangkan keberadaan informasi yang asimetris. Pada penelitian ini, ditunjukan bahwa perkembangan tingkat penjualan perusahaan yang terlalu pesat, dan didanai oleh pinjaman jangka panjang, belum tentu menunjukan kondisi perusahaan yang sehat, dan memberikan tingkat keuntungan yang besar.
2) Bagi perusahaan, reputasi perusahaan yang mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan harus didahulukan, sebelum perusahaan melakukan publikasi dan promosi mengenai kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penting dipahami, bahwa reputasi perusahaan juga tidak lepas dari kebersamaan dan kerjasama perusahaan di industri sejenis untuk menjaga dan bertanggung jawab pada lingkungan dan sosialnya. Perusahaan perlu memiliki sertifikat standar internasional (ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000), agar perusahaan dan karyawan dapat memiliki pengetahuan tentang kesadaran pentingnya tanggung jawab sosial.
3) Bagi akademisi dan peneliti, perlu adanya penelitian lanjutan mengenai nilai perusahaan. Penelitian lanjutkan diharapkan melibatkan jumlah dana yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk aktivitas CSR. Penelitian selanjutnya juga dapat juga melibatkan hubungan antara kontribusi CSR perusahaan terhadap pembangunan daerah dalam meningkatkan citra perusahaan. Penelitian lanjutan diperlukan juga untuk memperoleh gambaran lebih detail mengenai

pertumbuhan rasio keuangan perusahaan. Pada penelitian ini pertumbuhan rasio keuangan yang diamati dalam kurun tahunan. Penelitian lanjutan diharapkan mengamati pertumbuhan rasio keuangan perusahaan dalam kurun bulanan. Hal ini disebabkan adanya kecenderungan perubahan perilaku investor yang dapat berubah di setiap bulan dalam setahun yang mempengaruhi MVA.