

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *size*, profitabilitas, *leverage*, *female directors*, dan *female commissioners* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *size* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2016. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewanti *et al.*, (2018), Grigoris Giannarakis (2014), dan Waluyo (2017).

Variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2016. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, seperti yang telah dilakukan oleh Suskim Riantani dan Hafidz Nurzamzam (2015) serta Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2012). Tidak berpengaruhnya profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dikarenakan pada saat tingkat keuntungan perusahaan tinggi, manajer merasa tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu kepentingan perusahaan untuk mengalokasikan laba sebagai tujuan manajemen laba (Suskim Riantani dan Hafidz Nurzamzam, 2015). Seringkali manajer mengabaikan kepentingan *stakeholder* ketika manajer

memiliki tujuan lain dan berbalik dengan tujuan utama perusahaan. Informasi mengenai kesuksesan keuangan perusahaan seharusnya diimbangi dengan informasi lainnya di luar informasi keuangan tentang perusahaan seperti mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2012) menemukan bahwa perusahaan menganggap bahwa tanggung jawab sosial sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan, oleh karena itu berapapun laba yang diperoleh oleh entitas tidak akan menurunkan atau meningkatkan tanggung sosial yang dilakukan entitas.

Variabel *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2016. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, seperti yang telah dilakukan oleh Suskim Riantani dan Hafidz Nurzamzam (2015) dan Eddy Rismanda Sembiring (2005). Tidak berpengaruhnya *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dikarenakan ketika perubahan struktur modal terjadi, menambah atau mengurangi utang tidak akan mempengaruhi peningkatan ataupun penurunan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Suskim Riantani dan Hafidz Nurzamzam, 2015). Ketika suatu perusahaan telah memiliki hubungan yang baik dengan *debtholder* dan telah membuat kesepakatan maka *debtholder* tidak akan melihat tingkat *leverage* perusahaan, sedangkan mengungkapkan tanggung jawab sosial itu penting bagi perusahaan. Sehingga berapapun utang yang dimiliki oleh perusahaan, perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab perusahaan. Sedangkan menurut Eddy Rismanda Sembiring (2005) tinggi rendahnya tingkat *leverage*

perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Di Indonesia, derajat ketergantungan yang tinggi dari perusahaan terhadap utang juga, 50% perusahaan di Indonesia mempunyai struktur utang yang lebih tinggi dari struktur modalnya. Tetapi walaupun hal ini terjadi perusahaan tetap mengungkapkan tanggung jawab perusahaan sama seperti perusahaan dengan struktur utang yang lebih kecil daripada struktur modalnya.

Variabel *female directors* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2016. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, seperti yang telah dilakukan oleh Khan (2010) dan Giannarakis (2014) dan Arlindania (2011). Tidak berpengaruhnya *female directors* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dikarenakan menemukan bahwa representasi wanita dalam dewan tidak berpengaruh terhadap pelaporan *Corporate Social Responsibility*, rendahnya keberadaan wanita dalam jajaran *top level management* membuat peran wanita jadi terbatas bahkan tidak terlihat sama sekali dalam beberapa kasus seperti pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Khan, 2010 dan Giannarakis, 2014). Sedangkan Arlindania (2011) menemukan bahwa tidak berpengaruhnya keberadaan wanita dalam dewan direksi dikarenakan faktor budaya di Indonesia, yaitu persepsi bahwa pengendalian pengambilan keputusan ditentukan oleh laki-laki sebagai kepala keluarga (entitas), sikap mudah mengalah untuk menghargai laki-laki, serta masih rendahnya jumlah wanita dalam jajaran *top level management* sehingga semakin meminimalisasi peran wanita dalam mengaplikasikan suatu kebijakan.

Variabel *female commissioners* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2016. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, seperti yang telah dilakukan oleh Dian Yuni Anggraeni dan Chaerul D.Djakman (2017). Tidak berpengaruhnya *female commissioners* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dikarenakan terdapat fenomena *glass ceiling* atau hambatan bagi kaum minoritas (wanita) untuk menduduki posisi *top level management* di Indonesia (Dian Yuni Anggraeni dan Chaerul D.Djakman, 2017). Sedangkan Hymowitz & Schellhardt tahun 1986 mendefinisikan *glass ceiling* sebagai hambatan tidak terlihat yang dialami oleh wanita dan kaum minoritas dalam mencapai posisi puncak dalam hirarki organisasi (Hymowitz & Schellhardt, 1986 dalam Sposito, 2013). Fenomena *Glass Ceiling* banyak merugikan pihak wanita, walaupun mereka mempunyai pendidikan yang lebih tinggi atau kemampuan yang sama dengan laki-laki tapi mereka tidak dilihat mempunyai kemampuan yang sama dalam posisi puncak perusahaan (Kepart & Schumacher, 2005).

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai prosedur ilmiah, namun dalam penelitian ini masi memiliki keterbatasan yaitu :

1. Perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini hanya perusahaan manufaktur *high profile* saja, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi.

2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada *size*, *profitabilitas*, *leverage*, *female directors*, dan *female commissioner*.
3. Penelitian ini hanya menggunakan laporan tahunan (*annual report*) untuk memperoleh data terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan
4. Periode pengamatan yang dilakukan hanya selama tahun 2015-2016.

5.3. Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian diatas, peneliti mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian lebih lanjut dapat menggunakan sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi.
2. Dalam penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel independen lainnya, seperti *sales growth*, umur perusahaan, *solvabilitas*, *Good Corporate Governance*, dan komposisi komisaris independen.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan *website* perusahaan, media cetak dan elektronik, laporan *sustainability* untuk melihat aspek pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengamatan dengan menggunakan periode yang lebih panjang untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan menggambarkan keadaan yang sebenarnya.