

Bab V

Penutup

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan yaitu mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2017, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga dapat disimpulkan dengan praktik CSR, perusahaan tidak akan meningkatkan nilai perusahaan.
2. *Firm size*/Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan peningkatan *Firm Size* tidak menyebabkan nilai perusahaan ikut meningkat.
3. *Leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan peningkatan *leverage* tidak menyebabkan nilai perusahaan ikut meningkat.
4. *Firm age*/umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan peningkatan *firm age* tidak menyebabkan nilai perusahaan ikut meningkat.

5. *Growth*/pertumbuhan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan peningkatan pada nilai *growth* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
6. Profitabilitas memiliki pengaruh positif/serah terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi nilai profitabilitas akan ikut meningkatkan nilai perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dirancang dengan baik, namun hasil penelitian ini masih memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan dengan jumlah data yang relatif kecil yaitu 150 data yang berasal dari 50 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2015-2017.
2. Penelitian hanya dilakukan dengan rentan waktu 3 tahun.
3. Banyaknya sampel yang diambil tidak dihitung berdasarkan persentase dari total perusahaan dari masing-masing sektor.

5.3 Implikasi Penelitian

5.3.1 Implikasi Teoritis

Menurut CSR Europe (2013) dalam buku Mardikanto (2014) *Corporate Social Responsibility* adalah cara perusahaan mengelola dan memperbaiki dampak sosial dan lingkungan untuk menghasilkan nilai bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan dengan berinovasi, strategi, organisasi, dan operasi. Pada akhirnya tujuan utama pelaksanaan CSR pada perusahaan adalah memenuhi tuntutan

hukum dan untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan menarik konsumen dan investor hingga akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Namun, penelitian ini menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang kemungkinan hasil ini dipengaruhi oleh penerapan kegiatan CSR oleh perusahaan yang hanya dilakukan pada beberapa aspek saja. Dengan demikian penelitian ini tidak mendukung argumen bahwa aktivitas CSR dapat meningkatkan citra perusahaan yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada nilai perusahaan.

5.3.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini menunjukkan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya penerapan praktik CSR pada perusahaan yang diungkapkan ke dalam laporan tahunan tidak meningkatkan nilai perusahaan. Namun praktik CSR sudah menjadi kesadaran yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan demi menjaga lingkungan dan aspek-aspek lainnya seperti kesejahteraan karyawan dan perlindungan konsumen, sehingga diharapkan perusahaan ikut serta mempraktikkan CSR.

5.4 Saran

- Peneliti selanjutnya diharapkan membuat penelitian serupa dengan jumlah sampel yang lebih banyak sehingga hasil yang didapatkan lebih valid.
- Peneliti selanjutnya diharapkan membuat penelitian serupa dalam rentang waktu yang lebih lama sehingga dapat membandingkan pengaruh CSR dari waktu ke waktu.

- Peneliti selanjutnya sebaiknya menentukan jumlah sampel berdasarkan persentase yang sama pada masing-masing sektor.

