

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji dan analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020-2022 secara lengkap maupun kurang lengkap tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor seperti investor seringkali fokus pada kinerja keuangan jangka pendek daripada keuntungan jangka panjang dari kegiatan CSR, investor kurang mempercayai informasi sukarela seperti pengungkapan CSR yang sulit untuk diukur secara akurat, investor menganggap CSR sebagai suatu hal yang kurang relevan dalam pengambilan keputusan serta kurangnya bukti yang konsisten yang menunjukkan bahwa CSR secara langsung meningkatkan nilai perusahaan pada penelitian yang ada dapat membuat pelaku pasar skeptis.
2. Profitabilitas memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, sehingga profitabilitas tidak berfungsi sebagai *moderating* variabel. Hal ini dikarenakan ketika perusahaan telah mencapai laba yang tinggi, mereka merasa tidak perlu

mengungkapkan tanggung jawab sosial. Hal tersebut didasarkan dengan asumsi bahwa para investor sudah tidak terlalu memperhatikan pengungkapan CSR secara rinci, mengingat bahwa perusahaan terutama perusahaan sektor energi memiliki kewajiban untuk melaksanakan tanggungjawab sosial. Meskipun perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, mereka tidak merasa terdorong untuk meningkatkan pengungkapan CSR, dan investor pun tidak menggunakan informasi tersebut sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan investasi. Tingginya tingkat profitabilitas tidak menjamin perusahaan meningkatkan tanggung jawab sosialnya.

## **5.2. Saran**

Adapun saran dari penelitian ini guna untuk mengembangkan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih maksimal serta beragam dan berguna untuk penelitian kedepannya.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan objek lain atau memperluas populasi, sehingga dapat mempresentasikan pengaruh antar variabel yang lebih efektif.

### **5.3. Keterbatasan dan Implikasi**

#### **5.3.1. Keterbatasan Penelitian**

Meskipun dalam penelitian ini telah dirancang dan dikembangkan sedemikian rupa, namun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Keterbatasan jumlah tahun penelitian, jumlah tahun penelitian dapat diperpanjang ke tahun-tahun sebelumnya dan tahun-tahun terbaru agar lebih menggambarkan tingkat nilai perusahaan di Indonesia.
2. Keterbatasan pengumpulan data, karena data yang digunakan data sekunder maka terdapat beberapa perusahaan yang tidak memberikan informasi secara lengkap seperti tidak adanya laporan tahunan, laporan keuangan, atau laporan tanggung jawab sosialnya.
3. Keterbatasan sampel penelitian, dikarenakan banyaknya perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan. Terbatasnya sampel pada penelitian ini menghambat temuan pada perusahaan sektor energi untuk membahas lebih dalam mengenai *corporate social responsibility*.

#### **5.3.2. Implikasi**

Implikasi dalam penelitian ini dapat diwujudkan dengan implikasi secara teoritis dan praktis, berikut ini adalah bentuk implikasi dari penelitian ini:

### 1. Implikasi praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak manajemen perusahaan sektor energi untuk lebih memperhatikan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan di tengah pesatnya teknologi informasi dan ketatnya persaingan bisnis global.

### 2. Implikasi Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan untuk dijadikan sebagai referensi atau literatur bagi pembaca dan penelitian selanjutnya terkait dengan variabel *corporate social responsibility* dan tingkat profitabilitas yang tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.