

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. *Return on asset* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Perusahaan dengan tingkat *return on asset* yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang baik dan efisiensi dalam pengelolaan aset, sehingga memiliki sumber daya finansial yang lebih memadai untuk melaksanakan dan melaporkan program *corporate social responsibility*.
2. *Return on equity* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil ini mencerminkan bahwa *return on equity* yang lebih merefleksikan tingkat pengembalian bagi pemegang saham, bukan kemampuan operasional atau ketersediaan sumber daya perusahaan secara keseluruhan. Ketika *return on equity* mengalami peningkatan atau penurunan, kondisi tersebut tidak secara langsung mempengaruhi keputusan manajemen dalam mengalokasikan dana untuk aktivitas CSR.
3. Hasil pengujian memperlihatkan *net profit margin* berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Tinggi tingkat *net profit margin* umumnya memiliki orientasi efisiensi dan pengendalian biaya yang ketat. Dalam upaya mempertahankan margin laba yang tinggi, manajemen cenderung membatasi pengeluaran yang tidak memberikan dampak langsung

terhadap peningkatan laba, termasuk aktivitas dan pengungkapan CSR, yang sering dipersepsikan sebagai biaya tambahan.

4. Hasil pengujian memperlihatkan *price earning ratio* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil ini mengindikasikan pengaruh pasar terhadap keputusan pengungkapan CSR bersifat lemah, atau perusahaan tidak selalu merespons penilaian pasar dengan meningkatkan pengungkapan social, meskipun PER positif, faktor-faktor lain seperti ukuran perusahaan, regulasi, tekanan stakeholder, atau komitmen manajemen terhadap keberlanjutan lebih menentukan kebijakan CSR.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan kali ini memiliki beberapa keterbatasan untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya agar memperoleh hasil yang jauh lebih baik. Adapun keterbatasan pada penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian ini menghasilkan *R-Square* yang cenderung kecil karena hanya menggunakan kinerja Perusahaan yang diproksi melalui *return on asset*, *return on equity*, *net profit margin* dan *price earning ratio* dalam kaitannya dengan *corporate social responsibility*. Sedangkan masih banyak faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility* seperti ukuran perusahaan ataupun tata kelola perusahaan.
2. Populasi yang digunakan hanya terbatas pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI serta periode pengamatan yang relatif pendek, yaitu dari tahun 2022-2024.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya perusahaan meningkatkan efisiensi penggunaan aset dan profitabilitas operasional. Dengan kinerja aset yang lebih baik, perusahaan akan memiliki sumber daya finansial yang memadai untuk mendukung program CSR. Hal ini dilakukan guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap perusahaan.
2. Perusahaan perlu menyeimbangkan kepentingan pemegang saham dengan tanggung jawab sosial, misalnya melalui anggaran CSR yang konsisten, sehingga investor melihat bahwa perusahaan memperhatikan keberlanjutan, bukan hanya profit jangka pendek, menyeimbangkan tujuan profitabilitas ekuitas dengan komitmen terhadap CSR, misalnya dengan menetapkan anggaran CSR terstruktur meski ROE tinggi.
3. Perusahaan lebih proaktif dalam mengkomunikasikan program CSR kepada investor dan publik, sehingga investor dapat menilai perusahaan tidak hanya dari kinerja keuangan, tetapi juga dari komitmen sosial dan lingkungan, yang mendukung reputasi dan keberlanjutan jangka panjang.
4. Lebih meningkatkan transparansi dan komunikasi CSR kepada publik dan investor, agar CSR menjadi bagian dari strategi reputasi dan kepercayaan stakeholder.
5. Hendaknya penelitian selanjutnya menambahkan variabel independen serta memperluas jangka tahun pengamatannya.