

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang masuk pada sektor utama (industri penghasil bahan baku) dan sektor industri manufaktur.
2. Ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan kata lain ukuran perusahaan berfungsi sebagai variabel pemoderasi dalam pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti, perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang tinggi dengan pengungkapan CSR yang lebih luas akan cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Hasil tersebut dapat dijadikan salah satu pertimbangan kebijakan perusahaan dengan ukuran perusahaan yang tinggi untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga mampu menjaga kepercayaan investor untuk berinvestasi di perusahaan.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel independen lain yang mungkin mempengaruhi nilai perusahaan seperti struktur modal, profitabilitas, dan *growth*. Selain itu juga dapat mengganti indikator variabel penelitian dengan menggunakan kategori pengukuran tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maupun nilai

perusahaan yang berbeda. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pengukuran-pengukuran alternatif untuk variabel dependen yang mewakili nilai perusahaan seperti Tobin's Q. Penilaian pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) misalnya dengan menggunakan indeks yang dikeluarkan GRI (*Global Reporting Index*).