

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan guna mendapatkan bukti empiris atas pengaruh profitabilitas dan *CSR Disclosure* terhadap nilai perusahaan dengan *Media Exposure* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terindeks LQ45 selama periode 2018-2020 dengan sampel sebanyak 32 perusahaan total observasi sebanyak 96, hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas yang diproksikan melalui *Return on Equity* (ROE) dalam penelitian ini menunjukkan hasil berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terindeks LQ45 pada tahun 2018-2020 dengan proksi *Price to Book Value* (PBV). Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka akan menjadi sinyal positif atas prospek perusahaan yang menguntungkan bagi investor sehingga nilai perusahaan akan mengalami peningkatan.
2. *CSR Disclosure* yang diproksikan melalui *CSR Disclosure Index* (CSRDI) dalam penelitian ini menunjukkan hasil berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terindeks LQ45 pada tahun 2018-2020 dengan proksi *Price to Book Value* (PBV).
3. Hasil penelitian ini menunjukkan *Media Exposure* yang diproksikan melalui *Janis-Fadner Coefficient* mampu dijadikan sebagai variabel moderasi, namun tidak memperkuat pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan dengan proksi *Price to Book Value* (PBV). Hal ini mengartikan bahwa pengungkapan profitabilitas pada media massa yang digunakan perusahaan memiliki batasan yakni hanya sebagai sarana komunikasi yang melengkapi kemudahan akses informasi dan menggiring opini publik, tetapi belum mampu untuk memperkuat persepsi investor dalam memutuskan penanaman modal pada

suatu perusahaan bersangkutan. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa *Media Exposure* yang diprosikan melalui *Janis-Fadner Coefficient* mampu dijadikan sebagai variabel moderasi dan dapat memperkuat pengaruh *CSR Disclosure* yang diprosikan dengan *CSR Disclosure Index* (CSRDI) terhadap nilai perusahaan dengan proksi *Price to Book Value* (PBV). Semakin banyak suatu perusahaan mengungkapkan CSR pada konten media (*Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan Website*) yang menarik perhatian, menambah informasi dan menimbulkan kontribusi aktif masyarakat (pemberdayaan) terhadap suatu perusahaan, maka akan mengarahkan persepsi dan pengambilan keputusan investor yang pada akhirnya memperkuat nilai perusahaan bersangkutan.

5.2 Saran

Peneliti menyadari masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini baik pada subjek, periode, dan juga objek penelitian. Subjek pada penelitian ini terbatas pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terindeks LQ45 yang pengambilan sampelnya dikerucutkan sesuai tujuan penelitian melalui teknik *purposive sampling*. Periode penelitian hanya sebatas 3 (tiga) tahun atau periode saja yakni 2018-2020 dengan objek atau variabel yang diteliti pada bagian keuangan yang hanya direpresentasikan oleh profitabilitas, sedangkan bagian non-keuangan pun hanya direpresentasikan oleh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR Disclosure*).

Berdasarkan keterbatasan yang peneliti sadari serta hasil atas penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) sangat banyak dan bukan hanya terklasifikasi pada indeks LQ45, tetapi masih terdapat 39 indeks lainnya, yaitu IDX80, IDX30, IDX Quality30, IDX Value30, IDX Growth30, IDX ESG Leaders, IDX High Dividend 20, IDX BUMN20, Indonesia Sharia Stock Index (ISSI), JII70, JII, IDX-MES BUMN 17, IDX SMC Composite, IDX SMC Liquid, KOMPAS100, BISNIS-27, MNC36, Investor33, infobank15, Sminfra18, SRI-KEHATI, ESG Sector Leader

IDX-KEHATI, ESG Quality 45 IDX KEHATI, PEFINDO25, PEFINDO i-Grade, Indeks Papan Utama, Indeks Papan Pengembangan, IDXENERGY, IDXBASIC, IDXINDUST, IDXNONCYC,IDXCYCLIC, IDXHEALTH, IDXFINANCE, IDXPROPERT, IDXTECHNO, IDXINFA, dan IDXTRANS yang masing-masingnya memiliki klasifikasi indeks dengan pengukuran atau fokus berbeda. Penelitian selanjutnya pun dapat pula dilakukan pada perusahaan per sektor, seluruh perusahaan terdaftar di BEI, dan perusahaan lainnya disesuaikan dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan.

2. Periode penelitian dapat dilakukan penambahan kebawah (tahun-tahun sebelum 2018) atau keatas (tahun-tahun setelah 2020) sehingga diharapkan dapat menggambarkan hasil yang lebih luas lagi karena tentunya kondisi dilapangan akan dihadapkan pada fenomena berbeda yang memungkinkan cerminan hasil penelitian dengan analisis lebih dalam dibandingkan penelitian yang telah peneliti lakukan ini.
3. Variabel independen sebagai variabel yang menggambarkan nilai perusahaan dapat ditambah atau diubah dengan meneliti variabel pembentuk nilai perusahaan lainnya seperti *leverage*, likuiditas, struktur modal, ukuran perusahaan, *Good Corporate Governance* (GCG) sebagaimana yang dikemukakan dalam Bab I pada penelitian ini ataupun variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan nilai perusahaan ataupun profitabilitas, *CSR*, dan *Media Exposure*. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh penelitian ini sebesar 50,9% sebelum adanya variabel moderasi dan 53,9% setelah adanya moderasi mengartikan bahwa memang masih terdapat faktor lain mampu menggambarkan nilai perusahaan pada persentase sebesar 49,1% jika tanpa moderasi dan 46,1% jika menggunakan moderasi, serta memungkinkan penggunaan variabel dan indikator lain pada penelitian serupa dapat menghasilkan pengaruh yang lebih besar dan luas dalam menggambarkan variabel dependen.
4. Pengukuran pada tiap-tiap variabel yang serupa (profitabilitas, *CSR Disclosure*, *Media Exposure*, dan nilai perusahaan) pun dapat dilakukan

melalui indikator pengukuran yang lain yaitu dengan *Return on Asset* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), *Gross Profit Margin* (GPM) untuk meneliti profitabilitas, variabel *dummy* untuk meneliti *CSR* dan *Media Exposure*, serta *Price to Earning Ratio* (PER) dan *Tobin's Q* meneliti nilai perusahaan.

5. Variabel profitabilitas, *CSR Disclosure*, dan interaksi dengan *Media Exposure* memiliki pengaruh pada pembentukan nilai perusahaan sehingga dengan faktor-faktor ini perusahaan perlu untuk memerhatikan tingkat profitabilitas, kelengkapan pengungkapan tanggung jawab sosial, dan pengungkapan aktivitas-aktivitas operasional penting melalui media karena secara keseluruhan mampu berkontribusi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perhatian perusahaan akan kebutuhan maupun tuntutan investor, *stakeholder* lainnya, fokus pada kondisi keuangan dan non-keuangan perusahaan secara seimbang, serta sadar akan adanya manfaat besar dari peluang yang timbul dari media massa dapat menyumbang peran dalam pembentukan nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham sebagaimana paradigma *signaling theory*, *stakeholder theory*, *triple bottom line theory*, *media richness theory*, dan *dragonfly effect*.
6. Investor diharapkan mempertimbangkan aspek-aspek yang mampu membentuk nilai perusahaan secara seksama dan tidak hanya menaruh fokus pada tingginya nilai perusahaan saja karena perusahaan yang bertanggung jawab memberikan timbal balik yang baik atas kontribusi *stakeholder* akan memerhatikan seluruh aspek yang membangun perusahaan, bukan hanya untuk menciptakan keunggulan dan keberlanjutan usahanya tetapi juga harmonisasi dengan seluruh *stakeholder*-nya.