

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*. Untuk menentukan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial digunakan indeks pengungkapan. Dan perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebesar 26 perusahaan dalam penelitian selama tahun 2013-2016.

Dari hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif.

Hasil penelitian ini menerima hipotesis 1 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR, dengan demikian perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hasil penelitian ini juga mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil. Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mempengaruhi biaya keagenan tersebut.

2. Secara parsial ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif.



Hasil penelitian ini menerima hipotesis 2 yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris mempengaruhi pengungkapan CSR sehingga besar kecilnya dewan komisaris perusahaan menentukan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Semakin besar dewan komisaris, semakin banyak pihak yang dapat melakukan pengawasan terhadap manajemen, sehingga banyak pula butir-butir informasi yang mendetail yang dituntut untuk dibuka dalam laporan tahunan.

3. Secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini menolak hipotesis 3 yang menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi pengungkapan CSR. Artinya perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. “*Good news*” ini dapat berupa aktivitas-aktivitas sosial lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial yang luas.



4. Secara parsial *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini menolak hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *leverage* mempengaruhi pengungkapan CSR. Sehingga besar kecilnya rasio *leverage* suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hal ini diduga sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, yang mengakibatkan *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan.

5. Secara simultan ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa keempat variabel ini yaitu ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* secara simultan mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa apabila salah satu dari variabel independen tidak ada maka dapat mengurangi luasnya pengungkapan CSR. Dari hasil uji koefisien determinasi nilai R menyatakan bahwa ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* mampu menjelaskan variabel pengungkapan CSR sebesar 30,1 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang sekaligus dapat merupakan arah bagi penelitian yang akan datang antara lain :

1. Jumlah sampel yang digunakan masih tergolong rendah, karena hanya dikhususkan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang dan

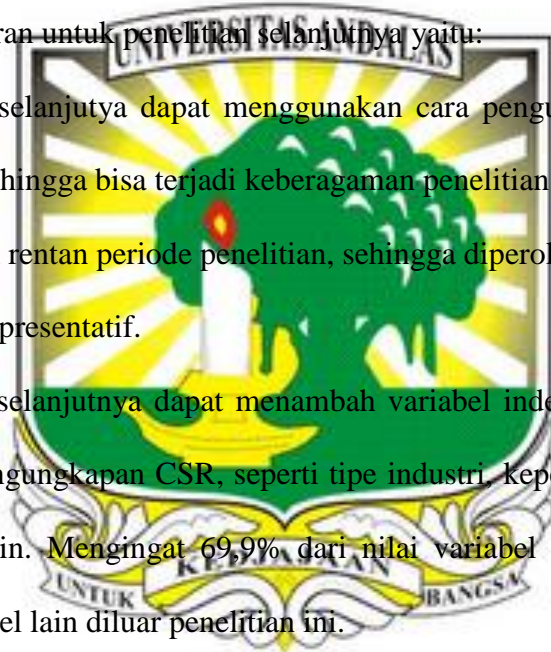
konsumsi saja sehingga masih banyak perusahaan yang belum masuk dalam penelitian ini.

2. Penelitian ini hanya mengidentifikasi 4 faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan karena keterbatasan waktu penelitian.

### 5.3 Saran

Berdasarkan beberapa keterbatasan penelitian yang telah diungkapkan, maka diberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan cara pengungkapan CSR yang berbeda, sehingga bisa terjadi keberagaman penelitian.
2. Menambah rentan periode penelitian, sehingga diperoleh hasil yang lebih baik dan representatif.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen yang terkait dengan pengungkapan CSR, seperti tipe industri, kepemilikan manajemen dan lain-lain. Mengingat 69,9% dari nilai variabel dependen dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.



### 5.4 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi kontribusi implikasi kepada pihak manajemen perusahaan, investor maupun calon investor dan juga pihak pemerintah. Implikasi ini dirasa sangat penting karena untuk dapat mengatasi polemik antara kalangan pelaku usaha dan pemerintah tentang perlunya CSR. CSR sudah menjadi isu global yang mendapat perhatian luas dari kalangan pelaku

bisnis dan dunia usaha. Pasar modal di Indonesia semakin berkembang dan tetap menjadi daya tarik bagi para investor baik investor lokal maupun investor internasional sehingga dapat meningkatkan iklim investasi di Indonesia.

#### 1. Implikasi bagi perusahaan

Implikasi kebijakan bagi pihak perusahaan adalah bahwa perusahaan perlu melaksanakan *corporate social responsibility* sebagai salah satu strategi perusahaan karena dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dapat menjadi *conflict resolution* yang dapat mereduksi *agency cost* yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga dengan temuan ini diharapkan perusahaan dapat merubah paradigma mereka bahwa *corporate social responsibility* hanya merupakan beban yang dapat mengurangi laba perusahaan.

Perusahaan perlu merumuskan strategi dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* sesuai dengan karakteristik perusahaan dan lingkungan bisnis yang dihadapi oleh perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan acuan pelaksanaan *corporate social responsibility* misalnya dengan menerapkan *corporate social responsibility* sesuai dengan standard yang ditentukan oleh ISO 26000 yaitu yang mengatur mengenai pelaksanaan *corporate social responsibility*. Dengan menggunakan acuan tersebut maka perusahaan memiliki standarisasi kelayakan dalam *corporate social responsibility* sehingga pelaksanaan *corporate social responsibility* dapat menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat memberikan implikasi positif pada nilai perusahaan.



Selanjutnya, perusahaan juga perlu memperhatikan mengenai besaran dana yang digunakan untuk pelaksanaan *corporate social responsibility* agar tidak terjadi *over investment*. Maka perusahaan perlu melakukan alokasi anggaran yang khusus digunakan untuk pelaksanaan *corporate social responsibility* yang disesuaikan dengan kemampuan finansial perusahaan sehingga tidak mengganggu aliran kas perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaan.

Perusahaan juga perlu menempatkan CSR untuk menjadikan perusahaan sebagai *the good corporate citizenship* yaitu mencoba menempatkan CSR dalam praktik bisnis. Aktivitas *corporate citizenship* berdampak positif pada peningkatan legitimasi perusahaan, reputasi dan loyalitas konsumen serta keunggulan kompetitif perusahaan.

## 2. Implikasi bagi Investor

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* mereduksi biaya agensi (*agency cost*) yang meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan melaksanakan program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability and growth*) dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana dalam meraih keuntungan (*profit centre*). Investor dapat menjadikan hal tersebut sebagai acuan untuk mempertimbangkan perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility* sebagai bagian yang diperhitungkan dalam pengambilan keputusan investasi karena perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* berarti memperhatikan keberlanjutan usaha perusahaan.



Berdasarkan hal tersebut di atas tentunya investor atau calon investor dapat menggunakan laporan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai salah satu informasi yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan investasi sehingga investor tidak hanya terfokus pada laporan keuangan yang biasanya dijadikan sumber informasi utama bagi investor dalam melihat kondisi fundamental perusahaan. Informasi yang diperoleh investor dari laporan pertanggung jawaban sosial perusahaan dapat memberikan gambaran seberapa besar komitmen perusahaan terhadap *stakeholder*, yang merupakan salah satu penciptaan nilai (*value creation*) agar perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang yang tentunya akan memaksimalkan nilai dari pemegang saham.

### 3. Implikasi bagi Pemerintah

Pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia telah ditetapkan dalam Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang telah diterjemahkan dalam Peraturan Pemerintah RI No. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas dan dalam undang-undang ataupun peraturan pemerintah telah diperkuat dengan ancaman sanksi bagi perusahaan yang melanggarnya. Namun Undang- Undang ini merupakan ketentuan yang terbatas hanya pada perusahaan perseroan yang dalam kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam sehingga menjadi tidak wajib bagi perusahaan yang kegiatan usahanya tidak berkaitan dengan sumber daya alam, selain itu ketentuan ini juga tidak berlaku bagi perusahaan dengan bentuk usaha lain seperti CV, Firma, Koperasi dan perorangan. Sebaiknya pemerintah



dapat memberikan ketentuan yang sama bagi perusahaan-perusahaan di luar yang ditentukan dalam undang-undang tersebut tentunya dengan proporsi yang berbeda karena pelaksanaan *corporate social responsibility* memiliki dampak yang positif terhadap kelangsungan hidup perusahaan dan pada pembangunan yang berkelanjutan.

Hal lain yang perlu menjadi implementasi adalah berkenaan dengan besaran biaya yg harus dikeluarkan oleh perusahaan misalkan ditetapkan besarnya prosentase dinilai dari prosentase laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan atau prosentase dari keterkaitan kegiatan perusahaan yang berdampak pada sumber daya alam dan lingkungan. Perusahaan dapat memiliki acuan yang jelas tentang berapa besar dana yang harus dialokasikan pada CSR. Perlu juga untuk diatur standarisasi pelaksanaan sehingga perusahaan ataupun pemerintah memiliki standar penilaian untuk melakukan justifikasi bahwa perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan karena hal ini berkaitan dengan ketentuan sanksi yang akan diberikan pada perusahaan yang tidak melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Adanya standarisasi yang baku maka juga akan memudahkan pemerintah dalam melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Untuk melakukan evaluasi juga diperlukan adanya tim monitoring pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

