

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Sampel penelitian ini adalah perusahaan yang menjadi peserta *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* tahun 2016. Total sampel yang digunakan sebanyak 8 perusahaan dengan 40 data perusahaan selama 5 tahun. Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa *Good Corporate Governance* yang diukur dengan jumlah Direksi, dan Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diprosikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Pada hasil penelitian ini terlihat bahwa hanya Direksi dan Dewan Direksi yang mempengaruhi profitabilitas. Serta rasio profitabilitas yang sangat dipengaruhi yaitu *EPS* dan *ROE*. Hasil ini didapatkan setelah dilakukannya penilaian *Outer Model*, sehingga indikator yang memiliki nilai *Loading* kecil dari 0.5 harus dieliminasi. Pembuktian ini berhasil membuktikan bahwa *Good Corporate Governance* dapat mempengaruhi tinggi-rendahnya Profitabilitas.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diprosikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Setelah dilakukan penilaian *Outer Model* dan dilakukan eliminasi terhadap indikator yang memiliki nilai *loading* kecil dari 0.5, didapatkan hasil bahwa perusahaan yang menjadi objek penelitian ini melakukan kegiatan *CSR* hanya berfokus pada indikator lingkungan saja

sehingga pembuktian ini tidak berhasil membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi tinggi-rendahnya Profitabilitas.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* bukan variabel moderating antara pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas yang diproksikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Pembuktian ini tidak berhasil membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel moderating antara *Good Corporate Governance* terhadap profitabilitas.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

- Variabel independen yang diuji hanya terbatas pada beberapa komponen *Good Corporate Governance* yaitu Direksi, Dewan Komisaris dan Komite Audit.
- Variabel dependen yang digunakan hanya terbatas pada beberapa rasio profitabilitas yaitu *ROA*, *ROE*, *ROI*, dan *EPS*.
- Sampel penelitian pada penelitian ini hanya pada 8 perusahaan dengan 5 tahun periode penelitian sehingga hanya terdapat 40 total sampel penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian diatas, saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

- Penggunaan variabel lain selain *GCG* dan *CSR* yang kemungkinan bisa menjadi faktor yang berpengaruh terhadap Profitabilitas
- Menggunakan proksi lainnya dalam mengukur *Good Corporate Governance*, Profitabilitas maupun *Corporate Social Responsibility*.

- Penelitian selanjutnya dapat menambah sampel penelitian dengan memasukkan industri-industri lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan jangka waktu yang lebih panjang sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif dan akurat.

5.4 Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran, maka implikasi penelitian ini diantaranya:

- GCG merupakan prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawabannya kepada para *shareholder* khususnya, dan *stakeholder* pada umumnya. Oleh karena itu, sebuah perusahaan diharapkan menerapkan GCG sebagai usaha meningkatkan kinerja dan profitabilitas perusahaan
- *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu elemen penting dalam kerangka *sustainability*, yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan menciptakan citra yang baik sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan diharapkan lebih serius dalam menerapkan CSR agar menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan profitabilitas.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur untuk penelitian selanjutnya dan dapat menambah wawasan terkait bagaimana GCG dapat mempengaruhi profitabilitas pada perusahaan.