BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh *Corporate Governance* (CG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kesan manajemen, yang menggunakan komite audit, dewan komisaris, jumlah halaman CSR, dan strategi narasi CSR sebagai proksi, pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022, dapat disimpulkan sebagai berikut.

Model 1:

1. Jumlah rapat dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah halaman pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
2. Jumlah rapat komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah halaman pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Proporsi komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah halaman pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
4. Jumlah anggota dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah halaman pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
5. Jumlah anggota komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah halaman pada laporan dewan komisaris

serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.

6. Jumlah halaman CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah halaman pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
7. Jumlah kata narasi CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah halaman pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.

Model 2:

1. Jumlah rapat dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah kata pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
2. Jumlah rapat komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah kata pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Proporsi komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah kata pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
4. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah kata pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
5. Ukuran komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah kata pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.

6. Jumlah halaman CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah kata pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.
7. Jumlah kata narasi CSR hampir berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen yang diukur melalui jumlah kata pada laporan dewan komisaris serta bagian analisis dan pembahasan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan.

V.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan sejumlah implikasi yang relevan, baik dari sisi teoritis maupun praktis. Dari aspek teoritis, temuan penelitian ini turut memperluas wawasan dalam kajian terkait pengaruh *Corporate Governance* (CG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap praktik kesan manajemen dalam laporan tahunan. Penelitian ini secara khusus menyoroti penggunaan pendekatan naratif, seperti jumlah halaman dan kata yang mengarah pada masa depan, sebagai indikator kesan manajemen. Hasil tersebut mendukung kerangka berpikir yang dibangun dalam teori keagenan, signaling, dan legitimasi, yang menjelaskan strategi manajerial dalam membentuk persepsi stakeholder.

Sementara itu, dari sisi praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi manajemen perusahaan agar lebih memahami dampak dari penggunaan narasi dalam laporan tahunan. Temuan ini juga mendorong implementasi CG dan CSR yang lebih bermakna dan tidak sekadar formalitas. Bagi investor dan pihak berkepentingan lainnya, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengevaluasi kualitas informasi non-keuangan dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar pertimbangan bagi regulator untuk meninjau kembali ketentuan mengenai pengungkapan naratif dalam laporan tahunan guna memperkuat prinsip transparansi dan akuntabilitas perusahaan.

V.3 Keterbatasan Penelitian

- 1) Penelitian ini hanya menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Oleh karena itu, temuan hanya dapat digeneralisasikan pada sektor manufaktur dan belum mencerminkan kondisi seluruh sektor industri di Indonesia.
- 2) Nilai Adjusted R Square yang rendah pada semua model menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan belum cukup kuat dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada faktor lain di luar model yang lebih berpengaruh terhadap Kesan Manajemen.
- 3) Penentuan proksi untuk CG, CSR, dan Kesan Manajemen murni berdasarkan kuantitas halaman atau kata dapat kurang akurat menangkap kualitas pengungkapan dan nuansa narasi. Hal ini menimbulkan risiko bias pengukuran yang memengaruhi validitas hasil.

V.4 Saran Penelitian Berikutnya

- 1) Penelitian ini menggunakan jumlah halaman dan jumlah kata pada bagian CSR untuk melihat seberapa besar pengungkapan CSR perusahaan. Tapi ukuran ini belum bisa menunjukkan isi atau kualitas informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya bisa mempertimbangkan cara lain, seperti membuat skor isi CSR atau menganalisis isi tulisannya (misalnya positif atau negatif) agar bisa lebih menggambarkan strategi komunikasi yang digunakan perusahaan.
- 2) Dalam penelitian ini, ukuran CG dilihat dari jumlah rapat, ukuran dewan, dan proporsi komisaris independen. Namun, hasilnya banyak yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan manajemen. Hal ini mungkin karena proksi yang digunakan masih terbatas. Maka dari itu, penelitian berikutnya bisa mencoba

menggunakan ukuran lain seperti skor efektivitas dewan atau indeks tata kelola perusahaan.

- 3) Penelitian ini hanya fokus pada perusahaan manufaktur yang ada di BEI tahun 2022. Karena itu, hasilnya belum tentu berlaku untuk sektor lain. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas, sebaiknya penelitian selanjutnya mencakup perusahaan dari sektor lain seperti keuangan, jasa, atau pertambangan.
- 4) Penelitian ini mengukur kesan manajemen berdasarkan jumlah halaman dan jumlah kata yang mengarah ke masa depan. Tapi ukuran ini belum bisa menangkap strategi komunikasi secara lebih detail. Maka, ke depan bisa ditambahkan ukuran lain, misalnya gaya bahasa yang digunakan, nada kalimat (positif/negatif), atau tingkat kemudahan bacaan, yang masih bisa dihitung secara kuantitatif.
- 5) Penelitian ini hanya melihat pengungkapan CSR dari laporan tahunan. Padahal, sekarang banyak perusahaan juga menyampaikan aktivitas CSR-nya melalui media sosial atau situs resmi. Jadi, penelitian berikutnya bisa mencoba melihat media lain tersebut untuk memahami bagaimana perusahaan membentuk kesan melalui berbagai saluran.