

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh profitabilitas yang diproksikan melalui ROA dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderating, maka dapat diambil sebuah kesimpulan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan. Adapun kesimpulannya :

1. Hasil penelitian variabel profitabilitas dengan nilai perusahaan menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga akan mendapatkan respon yang positif dari para investor dan nilai perusahaan akan meningkat.
2. Hasil penelitian variabel ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini diduga bahwa apabila ukuran perusahaan memiliki total aset yang besar, maka pihak manajemen akan lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada diperusahaan tersebut.
3. Hasil penelitian variabel profitabilitas dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi memperkuat dan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa

semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

4. Hasil penelitian variabel ukuran perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi memperlemah dan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini diduga karena pemegang saham akan lebih fokus ke program sosial apabila perusahaan tersebut telah tergolong kedalam perusahaan besar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran untuk perbaikan bagi peneliti selanjutnya adalah :

1. Pada penelitian berikutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lain sebagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang kemudian dimoderasi dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) .
2. Pada peneliti selanjutnya diharapkan variabel CSR digunakan sebagai variabel independent, karena dalam penelitian ini hasil dari CSR sebagai variabel moderating menunjukkan hasil yang tidak sesuai dengan teori yang ada.
3. Pada penelitian berikutnya dapat pula menggunakan proksi serta metode pengolahan data yang berbeda agar menghasilkan pengolahan data yang lebih serta dapat melihat dampak jangka panjang bagi perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu :

1. Periode pengamatan terbatas selama tiga tahun yaitu 2013-2015.
2. Terdapat unsur subjektifitas dalam menentukan indeks pengungkapan, karena tidak ada suatu ketentuan baku yang dijadikan standar dan acuan, sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam kategori yang sama dapat berbeda antar setiap peneliti