

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh modal CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan melalui kinerja non keuangan sebagai pemediasi. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI. Setelah melakukan pengujian dan pembahasan analisis pada bab 4 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini tidak terbukti adanya pengaruh CSR terhadap kinerja nonkeuangan perusahaan yang di proksikan dengan kepuasan pelanggan dan *brand image*. Para *stakeholder* belum merasakan manfaat dari kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Pada penelitian ini tidak terbukti adanya pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan baik secara langsung maupun menggunakan maediasi (kinerja nonkeuangan). Hal ini disebabkan karena perusahaan memiliki kelemahan kompetitif yaitu, biaya yang tidak perlu (biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR) sehingga akan mengurangi keuntungan yang akan menyebabkan laba perusahaan menurun dan diikuti dengan peningkatan ROA yang tidak signifikan.
3. Pada penelitian ini terbukti bahwa kinerja nonkeuangan perusahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kepuasan pelanggan dan *brand image* dapat memberikan pengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan.

Dari hasil keseluruhan penelitian dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini kinerja non keuangan tidak terbukti memediasi CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan karena semakin besarnya kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan tidak akan menambah kepuasan pelanggan dan *brand image* dan hanya akan mengurangi kinerja keuangan karna biaya yang tidak perlu.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan dalam melakukan penelitian:

1. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan sektor manufaktur dalam satu periode saja sehingga hasil penelitian tersebut tidak dapat di generalisasi kan.
2. Ukuran kinerja non keuangan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan kepuasan pelanggan dan *brand image*. Hal ini disebabkan oleh banyaknya penelitian terdahulu yang menggunakan ukuran kinerja tersebut.

5.3 Saran

Terdapat beberapa hal yang dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya dalam mendalami topik ini adalah memperluas populasi dan sampel yang digunakan. Selain memperluas populasi dan sampel sebaiknya pengukuran kinerja non keuangan diperluas dengan menambah konten dasar perspektif untuk pengukurann kinerja non keuangan karena pengukuran kinerja keuangan sangat banyak dan variatif sehingga dapat lebih mencerminkan kinerja nonkeuangan yang telah dilakukan dan dicapai oleh perusahaan. Untuk lebih hasil yang lebih akurat penelitian selanjutnya dapat menggunakan laporan keuangan untuk mengukur kegiatan CSR yang telah dilakukan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfamaini R. (2016) Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dengan Menggunakan Global Reporting Initiative (GRI). *E-Journal Manajemen Kinerja* 2.
- Brigham dan Houston. (2007). *Essentials of Financial Management: Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto. 2011. Jakarta: Salemba Empat.
- Cumby, J., Conrod, J., (2001). Non-financial performance measures in the Canadian biotechnology industry. *Journal of Intellectual Capital*, vol. 2, no. 3
- Davies, G., Chun, R., Da Silva, R. and Roper, S. (2003) *Corporate Reputation and Competiveness*. London: Routledge
- Fahmi, I. (2012). *Manajemen Investasi*. Bandung: Alfabeta.
- Gassing. S, Syarifuddin. (2016). *Public Relation. Edisi I*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Ghozali, I. (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamdani M. (2014). Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan dan harga saham pada perusahaan LQ45. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 10, Nomor 1, Maret 2014,27-36
- Hanafi, M.M., Halim, Abdul. (2003). *Analisa Laporan Keuangan, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Hartmann G.H Frank., Moers Frank. (1999). Testing contingency hypotheses in Budgetary Research : An Evaluation of the use of Moderated Regression Analysis. *Accounting Organizations and Society* 24.
- Hendrawati, Nadia. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan. *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Intellectual Capital* dan Dampaknya terhadap Nilai Perusahaan (Suatu Studi pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)

- Johnson M.D., and Gustafsson A. (2000). *Improving Customer Satisfaction, Loyalty, and Profit*. University of Michigan Business School Management Series. San Francisco, California: Jossey-Bass.
- Juhairi M., Arifin Z., Sunarti.(2016) Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Pada Minat Beli.
- Kaplan, Robert S dan David P. Norton. (2000). *Balanced Scorecard: Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*. Jakarta: Erlangga.
- Kartikasari, D., Siregar, M. (2017). Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan studi kasus pada PT Citra Tubindo Tbk dan PT sat Nusapersada 2010-2014
- Kasmir. (2012). *Analisa Laporan Keuangan Cetakan ke V*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____ (2014). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kesuma, Ali. (2009). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate yang Go-Public Di BEI. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. II. No. 1.
- Kotler, Philip and Armstrong Gary. (2011). *10th Edition. Marketing an Introduction*. Indonesia: Pearson.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th edition. England: Pearson Education
- Kotler, P dan Lee (2005). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: Doing the Most Good For Your Company and Your Cause*, John Wiley& Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
- Lawrence, A., T., Weber, J. (2014). *Business and Society. Fourteenth Edition*. New York: Mc Graw – Hill Companie, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardikanto, T. (2014). *Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Alfabeta, Bandung.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

- Oemar, U., Zulpaída. (2016) Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. Kirana Musi Persada. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 6 No. 1 Des 2016*
- Pedoman Penyusunan Skripsi. (2018). Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
- Plummer, J. (2007). *The Concept And Application Of Life Style Segmentation And Brand Image*. *Journal Of Marketing*, Vol. 17, No.4
- Priantinah, D., Nur, Marzully (2012), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal. 1 (1):22-34*.
- Rahman, Reza. (2009). *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta : Buku Kita
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communication A Framwork for PE Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sarwoko, E., Churiyah, M. (2007), Pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian minuman merek aqua berkaitan dengan penerapan program CSR
- Sembiring, 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta). *Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi, Solo*.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sherin, Juliani (2017). Pengaruh Modal Intelektual terhadap Profitabilitas Perusahaan: Siklus Hidup Perusahaan sebagai Pemoderasi
- Sovani J.T., Dhani A F., Arifin Z. (2017) Pengaruh Penerapan *Corporate Ssocial Rseposibility (CSR)* Terhadap Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek
- Subramanyam. K. R, dan John J. Wild. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Penerjemah Dewi Y. Jakarta: Salemba Empat
- Sukhemi. (2007). Evaluasi Kinerja Keuangan Pada PT. Telkom, Tbk, Vol.1.
- Sulistiyani. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu, Yogyakarta

- Tunggal, Amin Widjaja. (2001). *Pengukuran Kinerja dengan Balanced Scorecard*. Jakarta: Harvarindo
- Ulum, B., Arifin, Z., Fanami, D. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap citra (Survei pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending-Probolinggo).
- Utami, P. (2017). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan High Profile Terbuka di Indonesia
- Veloutsou. (2005). *Determinants of Customer Satisfaction in Fast Food Industry*. *Journal of Management Strategy*, Vol. No. 3
- Warda, R., Syarifuddin., Ferdiansiah, M.I. (2013). Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Wibawanti, A.B., Untung, Sri., Pahala, Y. (2017). Implikasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pelabuhan Indonesia II. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik - Vol. 04 No. 02, Juli 2017 .ISSN 2355-4721*
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep Aplikasi CSR*. Jakarta: Fashco Publishing.
- Widowati, S. (2016). Analisis Pengaruh Arus Kas Operasi, Laba, Kepuasan Pelanggan, Untuk Memprediksikan Arus Kas Operasi Masa Depan. Di dapat dari <http://repository.wima.ac.id/11648/>
- Wijayanti, T., Sutaryo, P., Muhamad, A. (2011). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh*
- Winardi W., Wahyu, Ika. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- Yaparto M., Frisko, D., Eriandani, R. (2013). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011
- Yudiana, F.E., Setyono, J. (2016) Analisis *Corporate Social Responsibility*, Loyalitas Nasabah, *Corporate Image* dan Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah. Di dapat dari <http://inferensi.iainsalatiga.ac.id>

- Yusdantara, K., Rahanatha, G.B. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT. Coca Cola Amatil Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 4, 2015: 813-831. ISSN : 2302-8912*
- Zeithaml, V., A. and Bitner, M., J. (2000). *Service Marketing Edition 1. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.*