

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *stakeholder pressure* dan *media exposure* terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45 dalam kurun waktu 2021-2023. Sampel penelitian berjumlah 125 observasi dari 50 perusahaan yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka hal yang dapat disimpulkan

- a) Variabel *consumer proximity industry* yang diukur dengan variabel *dummy* yakni dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan *high profile* dan nilai 0 untuk perusahaan *low profile*, menunjukkan hasil pengaruh signifikan bersifat negatif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini tentunya tidak lepas dari adanya keterbatasan yang ada. Keterbatasan ini diharapkan dapat menjadi bahan perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- a) Sebanyak 11 perusahaan tidak menerbitkan laporan tahunan dan *sustainability report* selama tiga tahun berturut-turut dan 16 perusahaan hanya menerbitkannya di satu atau dua tahun penelitian sehingga mengurangi jumlah sampel penelitian.
- b) Meskipun banyak perusahaan yang telah menerbitkan *sustainability report* tetapi tidak seluruh perusahaan menggunakan indeks GRI sebagai dasar atau pedoman menerbitkan *sustainability report*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut beberapa saran yang dapat diberikan dan diharapkan dapat digunakan di kemudian hari

- a) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan proksi pengukuran lain pada variabel penelitian. Untuk variabel *consumer proximity industry* peneliti dapat menggunakan proksi pengukuran lain seperti dengan penggunaan indeks GRI atau mengukur dengan cara melakukan survey atau wawancara

terhadap konsumen sehingga dapat membandingkan apakah hasilnya akan sama atau mengalami perubahan.

- b) Kepada perusahaan diharapkan untuk ikut memberikan edukasi kepada konsumen mengenai konsep keberlanjutan. Selain itu, perusahaan harus mengevaluasi kembali *sustainability report* sebagai bentuk tanggung jawab dan pelaksanaan kewajibannya.
- c) Kepada pemerintah diharapkan dapat memberikan edukasi kepada konsumen agar lebih cermat dan bijak dalam memilih produk atau jasa yang akan digunakan. Pemerintah juga dapat mendorong perusahaan untuk memperbaiki kualitas pengungkapan *sustainability report* melalui regulasi atau kebijakan yang lebih baik.
- d) Bagi investor untuk lebih memperhatikan bagaimana kualitas *sustainability report* pada perusahaan yang termasuk dalam kategori *consumer proximity industry*. Kualitas *sustainability report* pada perusahaan dalam kategori tersebut mungkin saja akan memiliki risiko baru di masa depan sehingga perlu dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi.
- e) Kepada masyarakat, sebagai konsumen harus lebih peduli dan selektif dalam menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dengan memerhatikan apakah perusahaan telah menjalankan tanggung jawabnya dengan baik.