

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian berjudul "Pengaruh Praktik Corporate Social Responsibility Dan Green Accounting Terhadap Return Saham Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediator Pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclical Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2022-2024" ini menyoroti bahwa Green Accounting dan Reputasi Perusahaan adalah faktor krusial yang secara signifikan memengaruhi Return Saham pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024. Reputasi Perusahaan teridentifikasi sebagai mediator penuh dalam menjelaskan hubungan antara Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan Akuntansi Hijau dengan Return Saham.

1. Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan Reputasi Perusahaan:

Tidak ada pengaruh signifikan: CSR, yang diukur dengan CSR Disclosure Index (GRI Standards 2021), tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan di sektor ini belum secara langsung dan signifikan membentuk persepsi positif terhadap reputasi mereka.

2. Praktik Green Accounting (GA) dan Reputasi Perusahaan:

Praktik Akuntansi Hijau (Green Accounting), yang diukur dengan variabel *dummy* (keberadaan biaya lingkungan dalam laporan keberlanjutan), ditemukan berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Menariknya, nilai t-hitung yang sangat signifikan dan negatif (-7,229) menunjukkan adanya korelasi kuat antara pencantuman biaya lingkungan (indikator Green Accounting) dengan Reputasi Perusahaan. Hal ini berpotensi mengindikasikan bahwa tindakan pengungkapan biaya lingkungan dapat diartikan sebagai cerminan keterbukaan informasi perusahaan. Namun pada dasarnya sejalan

dengan teori sustainable finance bahwa pengendalian resiko atau dampak terhadap lingkungan mampu menjaga reputasi perusahaan bahkan dapat berdampak kepada daya beli konsumen baik produk maupun investasi saham.

3. Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan Return Saham:

Berpengaruh signifikan, dalam hal ini CSR memberikan jawaban bahwa pengaruh dari setiap tindakan yang tepat sasaran akan mempengaruhi kenaikan return saham, sesuai dengan fakta yang menunjukkan bahwa setiap emiten yang melakukan CSR dengan skor yang maksimal akan sejalan dengan return saham yang tinggi.

4. Praktik Green Accounting (GA) dan Return Saham:

Berpengaruh signifikan: Green Accounting berpengaruh secara signifikan terhadap Return Saham. Hasil ini sejalan dengan penelitian Zeyun Li et al. (2022), yang menunjukkan bahwa investasi hijau (bagian dari Green Accounting) memicu kinerja keuangan yang lebih tinggi. Ini menyiratkan bahwa praktik Green Accounting, yang mencerminkan komitmen terhadap lingkungan, dihargai oleh pasar dan berpotensi meningkatkan return saham. Terbukti bahwa teori sustainable finance efektif dalam mengikat return saham agar stabil bahkan meningkat pada tiap-tiap tahunnya.

5. Reputasi Perusahaan dan Return Saham:

Berpengaruh signifikan: Reputasi Perusahaan, yang diukur dengan skor ESG (Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola), berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Return Saham. Ini mengkonfirmasi bahwa persepsi positif investor dan pemangku kepentingan terhadap reputasi perusahaan sangat penting dalam mendorong kinerja pasar saham perusahaan. Secara logika bahwa emiten yang memiliki reputasi yang baik maka akan membawa hasil yang juga baik, pada tahun 2022-2024 menunjukkan adanya hubungan yang erat antara reputasi perusahaan dengan return saham. Umumnya perusahaan dengan reputasi yang baik menunjukkan return saham yang stabil bahkan meningkat.

6. Mediasi Reputasi Perusahaan dalam Hubungan CSR dan Return Saham:

Tidak memediasi, meskipun CSR secara langsung berpengaruh pada Return Saham, Reputasi Perusahaan terbukti tidak dapat memediasi hubungan antara CSR dan Return Saham. Artinya, dampak CSR terhadap Return Saham sepenuhnya tidak dapat dijelaskan melalui Reputasi Perusahaan. Jika CSR tidak mempengaruhi reputasi, maka jalur mediasi melalui reputasi menjadi lemah. Dan jika pengaruh CSR terhadap return saham signifikan, maka sudah jelas bahwa reputasi perusahaan tidak dapat memediasi atau menjadi penghubung antara variabel CSR dengan Return Saham.

7. Mediasi Reputasi Perusahaan dalam Hubungan Green Accounting dan Return Saham:

Mediasi parsial, Reputasi Perusahaan terbukti memediasi secara parsial dan mampu menghubungkan antara Green Accounting dan Return Saham. Meskipun Green Accounting secara langsung berpengaruh positif pada Return Saham, efek ini juga sepenuhnya dijelaskan melalui Reputasi Perusahaan. Dimana ada atau tidaknya variabel reputasi perusahaan, maka Green Accounting tetap berpengaruh signifikan terhadap Return Saham. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sanitha (2023) yang mendukung dampak positif Green Accounting pada return saham.

B. Saran

Studi ini dapat dilakukan pengujian lebih lanjut diluar dari sektor Consumer Non-Cyclical ataupun dengan menggunakan populasi yang sama, dengan sampel yang juga sama namun varibael independent yang berbeda terhadap variabel dependent yang sama.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya Reputasi Perusahaan sebagai aset tak berwujud yang berharga yang dapat menerjemahkan praktik keberlanjutan menjadi nilai bagi pemegang saham. Bagi perusahaan di sektor Consumer Non-Cyclical, fokus pada Green Accounting sangat disarankan karena terbukti secara langsung dan tidak langsung (melalui reputasi) berkontribusi positif

terhadap Return Saham. Untuk CSR, meskipun pengungkapannya belum secara langsung meningkatkan reputasi, perusahaan perlu mengevaluasi bagaimana praktik dan komunikasi CSR mereka dapat lebih efektif dalam membangun reputasi yang kemudian akan berdampak positif pada kinerja pasar saham. Temuan mengenai pengaruh negatif langsung CSR terhadap Return Saham membutuhkan investigasi lebih lanjut untuk memahami persepsi pasar.

