

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan negatif terhadap *agency cost* pada perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021. *Corporate Social Responsibility* yang tinggi akan membuat *agency cost* menjadi rendah karena mengurangi asimetri informasi.

Kemudian, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap *agency cost* pada perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan suatu perusahaan, maka semakin tinggi juga tingkat kepentingan yang ada pada pihak principal dan agen yang akan menimbulkan semakin besar biaya keagenan.

Corporate Social Responsibility dan pertumbuhan perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *agency cost* pada perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021.

B. Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan sebagai berikut:

- Pada penelitian ini hanya sebatas menganalisis perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan jumlah populasi sebanyak 12 perusahaan dan jumlah sampel 9 perusahaan.

- Penelitian terhadap *agency cost* terbatas karena hanya dengan 2 variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan pertumbuhan perusahaan.
- Periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini masih relatif singkat yaitu tahun 2017 - 2021.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

- Bagi perusahaan, variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *agency cost*, sehingga perusahaan harus dapat meningkatkan *Corporate Social Responsibility* agar dapat mengurangi nilai *agency cost* yang berkaitan dengan asimetri informasi. Pertumbuhan perusahaan harus terus ditingkatkan, namun tetap dengan memerhatikan *agency theory* yang kaitannya dengan *agency problem* dan *agency cost*.
- Bagi investor dan calon investor, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam melakukan keputusan investasi dengan melihat kualitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan, tingkat pertumbuhan perusahaan dan *agency cost* yang dikeluarkan oleh emiten.
- Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan kategori perusahaan yang akan diteliti sehingga memperoleh data yang lebih akurat dan mampu

menggambarkan reaksi di Bursa Efek Indonesia, menambahkan variabel independen lainnya, dan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama.