

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari penjelasan hasil penelitian mengenai Pengaruh Penerapan *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Perbankan di Indonesia Yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2020-2023. Hasil pembahasan peneliti mengambil kesimpulan bahwa, *Green Banking* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *Green Banking* belum mampu meningkatkan nilai perusahaan. Faktor lain karena kurangnya informasi atau literatur tentang *Green Banking* di Indonesia, yang menyebabkan investor tidak mempertimbangkan *Green Banking* sebagai elemen penting dalam pemilihan investasi saham.

Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap untuk mendapatkan respons positif dari *stakeholder* seperti investor dan kreditor yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan penjualan.

Growth Opportunity berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan suatu perusahaan akan mengarah pada peningkatan tingkat profitabilitas yang tinggi, karena pertumbuhan ini memiliki keuntungan bagi investor. Sebagai contoh, bisnis yang berkembang akan menunjukkan peningkatan nilai perusahaan.

Green Banking, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Growth Opportunity berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kompleks antara *Green Banking, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas memberikan beberapa implikasi dari hasil penelitian ini yaitu *Green Banking* belum mampu meningkatkan nilai perusahaan dan kurangnya informasi atau literatur tentang *Green Banking* di Indonesia.

Perusahaan yang menerapkan CSR berharap untuk mendapatkan respons positif dari *stakeholder* seperti investor dan kreditor yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan lebih cenderung menggunakan *spin-off*, karena ini adalah cara untuk mengurangi masalah pengawasan dan meningkatkan transparansi.

C. Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Penelitian ini terbatas pada perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2023 dengan jumlah sampel 43 perusahaan.
2. Dilihat dari variabel dependen, penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat memengaruhi variabel dependen.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang menyatakan adanya pengaruh negatif dan signifikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan perbankan konvensional Indonesia dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara individu memiliki pengaruh paling besar, maka saran dapat diberikan ialah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan

Berdasarkan temuan penelitian, perusahaan dapat menggunakan *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan *Growth Opportunity* sebagai acuan dalam menentukan nilai perusahaan. Mengingat pengaruh positif *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara konsisten dari waktu ke waktu mengikuti *trend*

pendapatan yang stabil dan bertumbuh.

2. Bagi investor

Memperhatikan *Green Banking* sebelumnya (*Green Economy*) dapat memberikan gambaran tentang kemungkinan perkembangan nilai perusahaan di masa depan dan stabilitas nilai perusahaan. Mengamati tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan merupakan hal yang penting, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bagus menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap untuk mendapatkan respons positif dari *stakeholder* seperti investor dan kreditor yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi peneliti

Meskipun penelitian ini telah melibatkan variabel-variabel penting seperti *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan *Growth Opportunity* masih ada banyak variabel lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Peneliti dapat mempertimbangkan variabel-variabel seperti profitabilitas perusahaan, ukuran perusahaan, *leverage*, dan risiko perusahaan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.