

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 118 perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals, kesimpulan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Tingkat Strategic Management Accounting Disclosure (SMAD) tahun 2025 relatif tinggi dengan rata-rata Indeks SMAD sebesar 80,39 persen. Namun, distribusinya tidak merata antarindikator. Informasi umum mengenai strategi, risiko, rantai pasok, dan kinerja lebih sering muncul daripada informasi manajerial yang lebih spesifik seperti life-cycle costing, target costing, profitabilitas pelanggan/channel, dan benchmarking.
2. Profitabilitas cenderung menurun selama periode pengamatan. Rata-rata ROE turun dari 9,69 persen pada 2022 menjadi 6,42 persen pada 2025 dan menghasilkan rata-rata Δ ROE sebesar -3,27 poin persentase. Sebanyak 69 perusahaan mengalami penurunan ROE, sedangkan 49 perusahaan mengalami peningkatan.
3. SMAD tahun 2025 tidak menunjukkan keterkaitan yang signifikan dengan perubahan profitabilitas 2022–2025. Korelasi Spearman menghasilkan $\rho = 0,108$ dengan $p = 0,246$, yang menunjukkan hubungan positif sangat lemah dan tidak signifikan secara statistik.

6.2. Keterbatasan Penelitian

Sejumlah keterbatasan berikut perlu dipertimbangkan ketika menafsirkan hasil penelitian:

1. *SMAD hanya diukur dari annual report 2025 sehingga penelitian belum menggambarkan perubahan pengungkapan dari tahun ke tahun.*
2. Pengukuran menggunakan skala dikotomi 0–1 pada 42 indikator sehingga hanya menangkap keberadaan informasi, belum kedalaman, kualitas, atau tingkat spesifikasinya. Definisi operasional yang digunakan juga masih terbatas pada kriteria coding dalam penelitian ini dan dapat dikembangkan lebih lanjut.
3. Sejumlah indikator memiliki frekuensi pengungkapan rendah, yaitu life-cycle costing 10,17 persen, target costing 11,86 persen, profitabilitas pelanggan/channel 17,80 persen, dan benchmarking 18,64 persen. Penelitian belum menelaah alasan rendahnya pengungkapan tersebut, termasuk kemungkinan pengaruh materialitas, kerahasiaan, atau sensitivitas kompetitif.
4. Sumber pengukuran SMAD terbatas pada annual report, sehingga skor tidak dapat digunakan untuk memastikan apakah teknik SMA tertentu benar-benar diterapkan di internal perusahaan.
5. Profitabilitas diukur menggunakan ROE pada dua titik, 2022 dan 2025. Pendekatan ini belum menangkap dinamika tahunan di antara kedua periode dan ROE juga sensitif terhadap perubahan laba bersih serta struktur ekuitas.
6. Objek penelitian hanya mencakup sektor Consumer Non-Cyclicals dan analisis belum memasukkan karakteristik lain seperti ukuran perusahaan, leverage, struktur kepemilikan, subsektor, maupun tata kelola yang mungkin berkaitan dengan pengungkapan dan profitabilitas.

6.3. Saran

Saran berikut disusun berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian mendatang dapat memberi perhatian khusus pada indikator dengan tingkat pengungkapan rendah, terutama life-cycle costing, target costing,

profitabilitas pelanggan/channel, dan benchmarking. Fokus tersebut dapat diarahkan untuk menjelaskan mengapa informasi tertentu hanya sedikit muncul dalam annual report.

Untuk menelusuri penyebabnya, content analysis dapat dipadukan dengan metode kualitatif, misalnya wawancara dengan manajemen, fungsi keuangan, akuntansi manajemen, atau pihak yang terlibat dalam penyusunan annual report. Pendekatan tersebut dapat membantu membedakan apakah rendahnya pengungkapan berkaitan dengan tidak digunakannya praktik, kebijakan pelaporan, materialitas, kerahasiaan, sensitivitas kompetitif, atau pertimbangan lain.

Definisi operasional 42 indikator juga dapat dikembangkan dengan memperjelas batas informasi yang memenuhi dan tidak memenuhi setiap indikator, menyediakan contoh pengungkapan, dan mempertimbangkan skala yang menilai kedalaman atau kualitas informasi, tidak hanya keberadaannya. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas periode pengamatan SMAD, menambahkan ukuran profitabilitas lain, serta membandingkan beberapa sektor agar pola pengungkapan dan hubungannya dengan kinerja dapat dinilai dalam konteks yang lebih beragam.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat meningkatkan kejelasan informasi strategis yang relevan dalam annual report dengan tetap mempertimbangkan materialitas dan sensitivitas kompetitif. Rekomendasi ini tidak berarti seluruh informasi internal harus dipublikasikan, terutama informasi yang berpotensi mengurangi keunggulan bersaing.

3. Bagi Investor

Investor sebaiknya memperlakukan SMAD sebagai informasi pelengkap, bukan sebagai satu-satunya dasar untuk menilai perubahan profitabilitas. Evaluasi perusahaan tetap perlu menggabungkan kondisi keuangan, risiko, struktur modal, prospek industri, dan informasi relevan lainnya.