

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Management Ownership*, *Institutional Ownership*, *Leverage* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Manufaktur *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2016, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Management Ownership*, *Institutional Ownership*, dan *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.. Berdasarkan *output* didapat nilai $F_{hitung} = 3.319$ lebih besar dari $F_{tabel} = 2,740$ dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *Management Ownership*, *Institutional Ownership*, dan *Leverage* secara bersama-sama (simultan) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Manufaktur *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. *Management Ownership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Artinya semakin tinggi *Management Ownership* maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* semakin meningkat.

3. *Institutional Ownership* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Artinya peningkatan atau penurunan yang terjadi pada *Institutional Ownership* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Artinya semakin tinggi *Leverage* maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan semakin rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis akan mengajukan saran-saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Ada pun saran-saran yang akan penulis kemukakan adalah

1. Karena *Management Ownership*, *Institutional Ownership* dan *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka agar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bisa lebih baik maka *Management Ownership*, *Institutional Ownership* lebih ditingkatkan dan *Leverage* ditekan atau diturunkan penggunaannya.
2. Karena *Management Ownership* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka agar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bisa lebih baik saham kepemilikan

manajemen bisa lebih ditingkatkan dengan memberikan penawaran kepemilikan manajemen kepada manajemen perusahaan.

3. Karena *Institutional Ownership* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan bertolak belakang dengan teori yang ada peneliti menyarankan memperbanyak sample penelitian dan juga tahun penelitian agar lebih diperbanyak.
4. Karena *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka agar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bisa lebih baik agar *Leverage* di dalam perusahaan bisa lebih dikurangi dalam hal penggunaannya.
5. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menambah variabel lain seperti variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan lain sebagainya, yang mungkin berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di Perusahaan Manufaktur *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2016 sehingga dapat menghasilkan kontribusi yang lebih besar dan diharapkan