

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis regresi linear berganda dengan jumlah data sebanyak 96 dari 24 perusahaan sampel non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 – 2023. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah pengungkapan CSR dapat dipengaruhi oleh faktor - faktor seperti *green accounting*, kepemilikan manajerial dan *media exposure*. Berikut simpulan yang ditarik dalam penelitian ini:

- 1) *Green accounting* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini berarti penerapan *green accounting* yang dilakukan perusahaan tidak selalu berdampak pada peningkatan pengungkapan CSR.
- 2) Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa tingkat kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer dalam suatu perusahaan tidak secara langsung memengaruhi seberapa banyak informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan tersebut.
- 3) *Media exposure* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Artinya tidak selalu pengungkapan aktifitas CSR di *website* perusahaan atau media sosial Instagram mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan CSR mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan diatas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Standar dan regulasi *green accounting* perlu dibuat lebih jelas, terukur dan konsisten agar perusahaan dalam memahami dan menerapkan *green accounting* dengan baik. Untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan objek penelitian sampel perusahaan sektor lain yang terdaftar di BEI.
- 2) Diperlukan upaya untuk meningkatkan keterlibatan manajer dalam pengambilan keputusan CSR dan mendorong akuntabilitas mereka atas kinerja CSR perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel lain untuk mendapatkan faktor lain yang berkaitan dengan pengungkapan CSR seperti GCG.
- 3) Mengembangkan strategi media sosial yang terintegrasi untuk mempromosikan kegiatan CSR perusahaan di berbagai *platform* media sosial tidak hanya Instagram atau *website* perusahaan saja tetapi melalui indikator lain *media exposure* seperti melalui facebook, twitter youtube atau tiktok untuk penelitian selanjutnya, serta memanfaatkan teknologi dan komunikasi untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas terhadap pengungkapan CSR.