
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Neneng Hasanah

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No. 1, Tangerang Selatan, 15412, Indonesia

Email: hasanahneneng9@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of leverage, company size, and profitability on the disclosure of corporate social responsibility of public firms of textiles and garment that listed in the Indonesia Stock Exchange over 2016 until 2018. The independent variables of this study are leverage, company size, and profitability while the dependent variable is the Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. This study conducts logistic regression analysis on 45 public firms of textiles and garment that taken by purposive sampling method. The results of this study show that: (1) leverage significantly effect on corporate social responsibility disclosure; (2) company size insignificant on corporate social responsibility disclosure; and (3) profitability significantly effect on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: leverage; company size; profitability; corporate social responsibility disclosure

1. PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. CSR atau yang lebih dikenal di Indonesia sebagai pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang disebut *triple bottom line*. Peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketentuan dari pasal ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Perusahaan di sektor industri dapat menjadi lebih produktif seiring peningkatan laba melalui penerapan konsep akuntansi lingkungan sehingga dapat mengatasi masalah yang timbul dari operasi bisnis (Nakasone, 2015). Pendirian perusahaan pada awalnya hanya untuk memperoleh laba (profit) dan juga untuk memenuhi keinginan para *stakeholders*-nya. Pada saat ini perusahaan dituntut ke arah yang lebih luas agar tidak hanya menghasilkan profit saja namun juga mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam melakukan bisnis dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Kesadaran masyarakat yang semakin meningkat akan pentingnya peran perusahaan dalam lingkungan sosial menjadikan masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya (Fariati dan Segoro, 2013).

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya. Rasio *leverage* bertujuan untuk menganalisa pembelanjaan yang dilakukan berupa komposisi utang dan modal serta kemampuan

perusahaan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya. *Leverage* juga merupakan sarana untuk mendorong peningkatan keuntungan atau pengembalian hasil/nilai tanpa menambah investasi. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976).

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan faktor yang penting dalam menentukan nilai perusahaan. *Size* menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aset perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan menjadi gambaran kemampuan finansial perusahaan dalam suatu periode tertentu. Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk menilai perusahaan. Pada umumnya perusahaan besar memiliki nilai aset yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar lebih mudah memasuki pasar modal. Perusahaan dengan ukuran (*size*) yang lebih besar diperkirakan mempunyai kesempatan untuk menarik utang dalam jumlah yang besar dibandingkan dengan perusahaan yang kecil karena nilai aset yang dijadikan jaminan lebih besar dan tingkat kepercayaan bank juga lebih tinggi. Sumber dana yang besar tersebut dapat digunakan oleh perusahaan untuk lebih meningkatkan keuntungan perusahaan melalui ekspansi dan efisiensi (Maspupah, 2014).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya, dimana profitabilitas diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Terjadinya peningkatan laba mampu memberikan sinyal positif kepada para investor bahwa perusahaan tersebut *profitable* dan diharapkan dapat memberikan kesejahteraan kepada para pemegang saham melalui pengembalian saham yang tinggi (Pramana dan Mustanda, 2016). Apabila kinerja perusahaan dilihat dari profitabilitasnya mampu memberikan hasil yang baik, maka profitabilitas menjadi faktor penting dalam pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan kepada manajemen perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh tingkat *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung sosial di perusahaan Tekstile dan Garmen yang terdaftar di BEI dalam periode 2016-2018. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan informasi bagi para investor dalam mengambil keputusan dan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori pemangku kepentingan (*stakeholders*). Menurut teori ini, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*-nya (Rosiana et al., 2013). Selain untuk memaksimalkan laba terdapat tujuan lain yang lebih luas yaitu aktivitas sosial perusahaan yaitu mencakup semua pihak tidak hanya internal perusahaan. Teori *stakeholders* memaksa manajer perusahaan untuk lebih responsif terhadap lingkungan eksternal dan harus bertindak etis dan sesuai dengan etika agar keberlanjutan perusahaan tetap terjaga (Kocmanova et al., 2011). Teori *stakeholders* berusaha untuk menggambarkan, menjelaskan, dan mendapatkan alternatif untuk *good corporate governance* yang mencakup dan menyeimbangkan banyak kepentingan. Teori ini menggabungkan kekuasaan eksekutif yang menyatakan bahwa tujuan korporasi adalah untuk memaksimalkan kekayaan perusahaan secara keseluruhan. Sebagai bentuk dialog antara perusahaan dengan *stakeholders*, maka perusahaan perlu melaporkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Menurut Freeman (1984), sesuai teori *stakeholders* maka manajemen menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola hubungan dengan para

pemangku kepentingannya serta membuat berbagai keputusan (dilandasi pertimbangan normatif) sehingga dapat meminimalisir dampak buruk keputusan perusahaan terhadap para pemangku kepentingan.

Teori keagenan. Menurut Jensen dan Meckling (1976), teori ini menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara pihak yang memberi wewenang (*principal*) dengan penerima (*agent*) dimana investor sebagai *principal* dan manajer sebagai pihak yang menerima wewenang (*agent*), dimana hubungan keduanya memiliki potensi konflik kepentingan. Perbedaan kepentingan dapat dikurangi dengan menerapkan *corporate governance* dalam pengendalian dan pengaturan perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976). *Corporate governance* dapat menurunkan konflik keagenan melalui salah satu kunci pengungkapan informasi yang mendetail dan lengkap antara pihak internal atau manajemen perusahaan, pemegang saham, dewan komisaris, dan *stakeholders* lainnya (Jensen dan Meckling, 1976).

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam melaksanakan kewajiban berdasarkan kebijakan dan hukum yang berlaku dengan memperhatikan kepentingan *stakeholders* dan lingkungan sekitar (Azheri, 2011: 26). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai pengungkapan sosial, akuntansi sosial, pelaporan sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses penyampaian informasi kepada pihak eksternal perusahaan mengenai dampak-dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan diantaranya dampak lingkungan tempat perusahaan beraktivitas, sosial dan ekonomi.

Leverage. Perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang (Wallace et al., 1994). Dengan semakin tinggi *leverage*, yang mana akan menambah beban tetap perusahaan, maka untuk program *corporate social responsibility* menjadi terbatas atau semakin tinggi *leverage*, maka semakin rendah program *corporate social responsibility*. *Leverage* dalam penelitian ini diproksikan *debt to equity ratio* (DER) yang membandingkan antara total utang dan total ekuitas (Sugiono dan Untung, 2008:63).

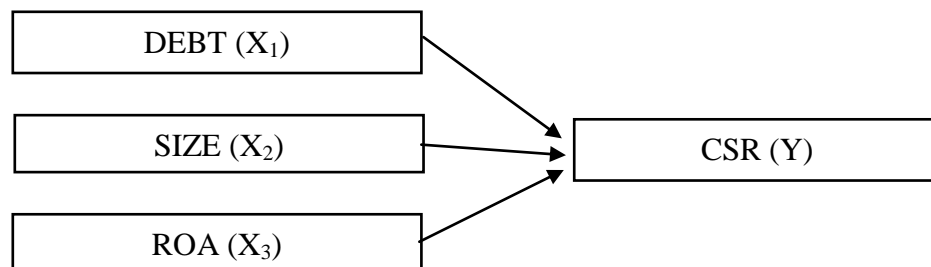
Ukuran perusahaan (*size*). Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Perusahaan yang besar biasanya mendapatkan perhatian yang lebih dari masyarakat. Suatu aktivitas perusahaan besar dapat memungkinkan timbulnya dampak yang besar bagi masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan besar dituntut untuk mengungkapkan informasi lebih luas sebagai bentuk pertanggungjawaban dibandingkan perusahaan kecil (Suta dan Laksito, 2012).

Profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan skala yang digunakan untuk mengukur kemampuan menciptakan laba dari sebuah perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Fariati dan Segoro, 2013). Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA), yaitu mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh aset yang ada (Sugiono dan Untung, 2008:71).

Pengembangan hipotesis antar variabel. Tanggung jawab sosial merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholders* supaya memberikan dukungan penuh terhadap aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan laba perusahaan yang tercermin pada peningkatan nilai perusahaan (Putri dan Raharja, 2013). *Stakeholders* memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan sehingga kewenangan *stakeholders* ditentukan oleh besar kecilnya wewenang yang dimiliki atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2014:440).

1. *Hubungan leverage dan pengungkapan tanggung jawab sosial.* Perusahaan dengan tingkat rasio utang yang tinggi cenderung akan memilih strategi untuk meningkatkan pendapatan (Watts dan Zimmerman, 1990). Semakin tinggi ketergantungan perusahaan terhadap kreditur maka akan semakin tinggi juga keinginan untuk menghindari pelanggaran perjanjian utang (*debt covenant*). Perusahaan akan menampilkan performa yang lebih baik agar kreditur dapat menginvestasikan dana secara lebih maksimal sehingga perusahaan akan meminimalkan biaya, misalnya biaya kegiatan sosial (Agustina et al., 2017). Belkaoui dan Karpik (1989) menyatakan bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki kemampuan yang rendah dalam menjalankan kegiatannya dan berakibat rendahnya pengungkapan karena perusahaan berupaya tidak melanggar kontrak utang dengan mengurangi aktivitas pengurang laba. Setyorini dan Ishak (2012) menemukan bahwa terdapat hubungan antara tanggung jawab sosial dengan *leverage*.
H1: Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
2. *Hubungan ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial.* Ukuran perusahaan memiliki peran penting dalam memberikan keyakinan kepada investor atas kemampuan perusahaan dalam mengelola aset dan mengakses modal. Budiman (2015) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sebaliknya, Susilatri et al. (2011) membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
H2: Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. *Hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial.* Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Fariati dan Segoro, 2013). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan entitas guna menghasilkan laba dalam meningkatkan nilai pemegang saham sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya (Hackston dan Milne, 1996). Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan salah satu indikator pengelolaan manajemen perusahaan yang sehat dan baik. Budiman (2015), dan Susilatri et al. (2011) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Gambar 1 menggambarkan kerangka pemikiran penelitian ini berdasarkan kajian literatur.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2018. Tabel 1 menunjukkan sampel penelitian yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel terpilih adalah sebanyak 15 perusahaan dengan total 45 data observasi. Data penelitian ini bersumber dari laporan keuangan audit dan laporan tahunan serta laporan tanggung jawab sosial yang disajikan secara terpisah dari situs resmi Bursa Efek Indonesia.

Tabel 1. Sampel penelitian

1	Perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di tahun BEI 2016-2018.	21
2	Perusahaan yang tidak memiliki laporan keuangan lengkap pada periode penelitian.	4
3	Perusahaan tekstil dan garmen yang tidak menerbitkan laporan keuangan berturut-turut selama periode penelitian.	2
4	Jumlah sampel akhir selama 3 tahun	15
	Total objek penelitian = 3 tahun x 15 perusahaan	45

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik (*logistic regression*) pada tingkat signifikansi 5% dengan bantuan pengolah data E-Views versi 9. Penggunaan alat regresi logistik disebabkan karena variabel dependen yaitu tanggung jawab sosial yang diukur secara *dummy*. Analisis regresi logistik tidak memerlukan uji normalitas model (Ghozali dan Ratmono, 2013:337). Model regresi dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

$$CSR = \alpha + \beta DEBT + \beta SIZE + \beta ROA + \varepsilon$$

Model regresi penelitian ini menunjukkan α adalah konstanta, DEBT adalah *leverage*, SIZE adalah ukuran perusahaan, dan ROA adalah profitabilitas. Berdasarkan model penelitian, maka Tabel 2 menyajikan definisi operasional dan pengukuran variabel dari penelitian ini.

Tabel 2. Definisi operasional dan pengukuran variabel

Variabel	Definisi	Ukuran
DEBT (X ₁)	Tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya. Rasio ini membandingkan total utang dan total ekuitas.	Persen
SIZE (X ₂)	Besar atau kecilnya sebuah perusahaan yang diproksikan dengan total aset perusahaan.	Persen
ROA (X ₃)	Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.	Persen
CSR (Y)	Merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam melaksanakan kewajiban berdasarkan kebijakan dan hukum yang berlaku dengan memperhatikan kepentingan <i>stakeholders</i> dan lingkungan sekitar.	Satuan

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil penelitian

Uji kelayakan model regresi. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai H-L sebesar 19,3305 dengan nilai probabilitas sebesar 0,3120 dimana nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model adalah layak.

Tabel 3. Hasil uji kelayakan model regresi

	Quantile of Risk		Dep=0		Dep=1		Total Obs	H-L Value
	Low	High	Actual	Expect	Actual	Expect		
1	0.0575	0.3723	4	3.21322	0	0.78678	4	0.97943
2	0.3855	0.4605	3	2.91235	2	2.08765	5	0.00632
3	0.4662	0.4812	0	2.09364	4	1.90636	4	4.39294
4	0.4821	0.6092	3	2.37678	2	2.62322	5	0.31148
5	0.6633	0.6717	0	1.32443	4	2.67557	4	1.98004
6	0.6747	0.7066	0	1.53850	5	3.46150	5	2.22230
7	0.7107	0.7360	2	1.10053	2	2.89947	4	1.01418
8	0.7390	0.7593	4	1.25297	1	2.74703	5	8.03657
9	0.7624	0.7738	1	0.92717	3	3.07283	4	0.00745
10	0.9230	0.9368	0	0.35298	5	4.64702	5	0.37979
		Total	17	17.0926	28	27.9074	45	19.3305
	H-L Statistic		19.3305					
	Andrews Statistic		27.7918					
	Prob. Chi-Sq(8)		0.3120					
	Prob. Chi-Sq(10)		0.1900					

Uji akurasi prediksi. Tabel 4 menunjukkan bahwa kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah sebesar 66,67%, dalam arti terdapat 30 perusahaan (66,67%) yang diprediksi melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sedangkan 33,33% mengindikasikan 15 perusahaan yang diprediksi tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Tabel 4. Hasil uji akurasi prediksi

	Estimated Equation			Constant Probability		
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
P(Dep=1)≤C	9	7	16	0	0	0
P(Dep=1)>C	8	21	29	17	28	45
Total	17	28	45	17	28	45
Correct	9	21	30	0	28	28
% Correct	52.94	75.00	66.67	0.00	100.00	62.22
% Incorrect	47.06	25.00	33.33	100.00	0.00	37.78
Total Gain*	52.94	-25.00	4.44			
Percent Gain**	52.94	NA	11.76			

	Estimated Equation			Constant Probability		
	Dep=0	Dep=1	Total	Dep=0	Dep=1	Total
E(# of Dep=0)	8.23	8.86	17.09	6.42	10.58	17.00
E(# of Dep=1)	8.77	19.14	27.91	10.58	17.42	28.00
Total	17.00	28.00	45.00	17.00	28.00	45.00
Correct	8.23	19.14	27.37	6.42	17.42	23.84
% Correct	48.41	68.35	60.82	37.78	62.22	52.99
% Incorrect	51.59	31.65	39.18	62.22	37.78	47.01
Total Gain*	10.64	6.13	7.83			
Percent Gain**	17.09	16.22	16.66			

*Change in % Correct from default (constant probability) specification

**Percent of Incorrect (default) prediction corrected by equation

Analisis korelasi. Tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel independen berkorelasi dengan variabel dependen.

Tabel 5. Hasil uji analisis korelasi

	DEBT	SIZE	ROA	CSR
DEBT	1.000	0.114	-0.005	-0.263
SIZE	0.114	1.000	-0.013	-0.335
ROA	-0.005	-0.013	1.000	0.038
CSR	-0.263	-0.335	0.038	1.000

Model regresi logistik yang terbentuk. Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai probabilitas *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebesar 0,1403 dan hal ini berarti bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Nilai probabilitas ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebesar 0,0382 dan hal ini berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Nilai probabilitas profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebesar 0,8539 dan hal ini berarti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Persamaan regresi yang terbentuk disajikan berikut.

$$CSR = 4.221412 + 0.143257DEBT - 0.156082SIZE + 0.004801 ROA$$

Koefisien determinasi (McFadden R-Squared). Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *McFadden R-Squared* adalah sebesar 0.70058 sehingga besarnya nilai koefisien determinasi adalah sebesar 70,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi dari variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas adalah sebesar 70,1% dan sisanya sebesar 29,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji oleh penelitian ini.

Tabel 6. Hasil analisis regresi logistik

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	4.221412	1.728643	2.442038	0.0146
DEBT	0.143257	0.097143	-1.474708	0.0183
SIZE	-0.156082	0.075293	-2.072999	0.0741
ROA	0.004801	0.026070	0.184151	0.0345
McFadden R-squared	0.70058	Mean dependent var	0.622222	
S.D. dependent var	0.490310	S.E. of regression	0.465730	
Akaike info criterion	1.322931	Sum squared resid	8.893075	
Schwarz criterion	1.483524	Log likelihood	-25.76595	
Hannan-Quinn criter.	1.382798	Deviance	51.53191	
Restr. deviance	59.66692	Restr. log likelihood	-29.83346	
LR statistic	8.135010	Avg. log likelihood	-0.572577	
Prob (LR statistic)	0.043302			
Obs with Dep=0	17			
Obs with Dep=1	28			
Total obs	45			

4.2. Pembahasan

Leverage dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan Tabel 6, variabel DEBT memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,143257 dengan probabilitas lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,0183 sehingga hipotesis pertama (H1) berhasil didukung atau H0 ditolak. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini mendukung Setyorini dan Ishak (2012) yang juga menemukan bahwa terdapat hubungan antara *leverage* dengan tanggung jawab sosial.

Ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan Tabel 6, variabel SIZE menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar -0,156082 dengan probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu 0,0741 sehingga hipotesis kedua (H2) berhasil didukung atau H0 ditolak. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Susilatri et al. (2011) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan Tabel 6, variabel ROA menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar 0,004801 dengan probabilitas lebih kecil dari 0,05 yaitu 0.0345 sehingga hipotesis ketiga (H3) berhasil didukung atau H0 ditolak. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan Budiman (2015), dan Susilatri et al. (2011) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Leverage terbukti memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini menunjukkan bahwa peran manajemen tidak hanya memaksimalkan laba perusahaan tetapi manajemen lebih responsif terhadap lingkungan eksternal dan harus bertindak etis dan sesuai dengan etika agar keberlanjutan perusahaan tetap terjaga, sehingga teori *stakeholders* berperan dalam luasnya pengungkapan tanggung jawab perusahaan lebih luas. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini tidak mendukung Budiman (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pengungkapan profitabilitas dibutuhkan transparansi sehingga penelitian ini mendukung teori keagenan. Hubungan antara *principal* dan *agent* memiliki potensi konflik kepentingan. Perbedaan kepentingan dapat dikurangi dengan menerapkan *corporate governance* dalam pengendalian dan pengaturan perusahaan. *Corporate governance* dapat menurunkan konflik keagenan melalui salah satu kunci pengungkapan informasi yang mendetail dan lengkap antara pihak internal atau manajemen perusahaan, pemegang saham, dewan komisaris, dan *stakeholders* lainnya.

5.2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel penelitian yang tidak hanya dari industri tekstil dan garmen saja tetapi juga mencakup industri lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Pengukuran terhadap variabel *leverage* pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan proksi lain seperti *long term debt to equity ratio*, *time interest earned*, dan *fixed charge coverage*.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial seperti kepemilikan saham, komisaris independen, dan komite audit.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Sulia, & Rice. (2017). Pengungkapan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan: Dari sudut pandang teori akuntansi positif dan corporate governance. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), 33-44. <https://doi.org/10.24815/jdab.v4i1.5697>
- Azheri, B. (2011). Corporate Social Responsibility dari voluntary menjadi mandatory. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Belkaoui, A., & Karpik, P. G. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 2(1), 36-51. <https://doi.org/10.1108/09513578910132240>
- Budiman, N. A. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 1(1), 14-34. <https://doi.org/10.26486/jramb.v1i1.9>
- Fariati, & Segoro, W. (2013). Pengaruh ukuran entitas, profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada Entitas Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI Periode 2010-2011. *Jurnal Elektronik*, 5, 278-286. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/view/1214>
- Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pittman Publishing Inc.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2014). Teori akuntansi: International Financial Reporting System (IFRS). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2013). Analisis multivariat dan ekonometrika, teori, konsep, dan aplikasi dengan Eviews 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinant of social and enviromental disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(1), 77-108. <https://doi.org/10.1108/09513579610109987>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kocmanova, A., Hrebicek, J., & Docekalova, M. (2011). Corporate governance and sustainability. *Economics & Management*, 16, 543-550. <https://www.researchgate.net/publication/228461240>
- Maspupah, I. (2014). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tanggungjawab sosial perusahaan, kepemilikan institutional, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada Perusahaan Properti yang masuk kedalam Kelompok Daftar Efek Syariah Periode 2009-2012). Skripsi. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/13434>
- Nakasone, G. T. (2015). Contabilidad ambiental: Una propuesta basada en los reportes de sostenibilidad en las industrias minera, petrolera y de gas/Environmental accounting in Peru: A proposal based on the sustainability reporting in the Mining, Oil and Gas Industries. *Contabilidad y Negocios*, 10(19), 5-26. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/14085>
- Pramana, N. A. D., & Mustanda, K. (2016). Pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 561-594. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17586>
- Putri, H. C. M., & Raharja, S. (2013). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating. *Diponegoro*

-
- Journal of Accounting*, 2(3), 1-15.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3412>
- Rosiana, G., Juliarsa, G., & Sari, M. (2013). Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 5(3), 723-738. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/7666>
- Setyorini, C. T., & Ishak, Z. (2012). Corporate social and environmental disclosure: A positive accounting theory view point. *International Journal of Business and Social Science*, 3(9), 152-164. <http://ijbssnet.com/journal/index/1235>
- Sugiono, A., & Untung, E. (2008). *Panduan praktis dasar analisa laporan keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Susilatri, Agusti, R., & Indriani, D. (2011). Pengaruh leverage, profitabilitas, size, umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 412-428. <https://pekbis.ejournal.unri.ac.id/index.php/JPEB/article/view/406>
- Suta, A. Y., & Laksito, H. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan informasi sukarela laporan tahunan (Studi empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 1-9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/37>
- Wallace, R. S. O., Nasser, K., & Mora, A. (1994). The relationship between the comprehensiveness of corporate annual reports and firm characteristics in Spain. *Accounting and Business Research*, 25(97), 41-53. <https://doi.org/10.1080/00014788.1994.9729927>
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1990). Positive accounting theory: A ten year perspective. *The Accounting Review*, 65(1), 131-156. <https://www.jstor.org/stable/247880?seq=1>
-