

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, DAN ROA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Wahyu Kencono Rukmi Hadi Kusumo

Wahyukencono.r@gmail.com

Nur Fadjrih Asyik

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the influence of tax aggressiveness (ETR), firm size (SIZE), leverage (LEV), and return on assets (ROA) of corporate social Responsibility (CSR) to the mining companies which are listed in Indonesia Stock Exchange. The samples have been done by using purposive sampling method. The population is all mining companies which are listed in Indonesia Stock Exchange in 2012-2015 periods. 14 mining companies of 56 manufacturing companies have been acquired as samples with 4 year observations period (2012-2015). The data has been analyzed by using multiple linear regression analysis. The results of tax aggressiveness in this research means that costs which have been used for CSR program are addressed to the company to minimize the tax burden. In the firm size, large assets can be used for the costs of the CSR disclosure of the company. Leverage which is owned by the company will make the debtor, creditors, and investors require the company to seek for more information which is related to the CSR, its indicated as effort to obtain appropriate trust. The ROA which is owned by company will become the attention of stakeholders because the environmental impact which has been generated from the exploration.

Keywords: tax aggressiveness, firm size, leverage, return on assets, corporate social responsibility.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh agresivitas pajak (ETR), ukuran perusahaan (SIZE), *leverage* (LEV), dan *return on assets* (ROA) terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012-2015. Dari populasi sebanyak 56 perusahaan manufaktur diperoleh 14 perusahaan pertambangan sebagai sampel dengan periode pengamatan selama 4 tahun (2012-2015). Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil agresivitas pajak dalam penelitian berarti biaya-biaya yang digunakan untuk program CSR memang ditujukan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak. Dalam ukuran perusahaan, aset yang besar dapat digunakan untuk biaya-biaya pengungkapan CSR perusahaan. *Leverage* yang dimiliki perusahaan akan membuat pihak debitur, kreditur, dan investor menuntut perusahaan untuk melakukan informasi yang lebih terkait dengan CSR, hal tersebut diindikasikan sebagai bentuk untuk mendapatkan keyakinan. ROA milik perusahaan akan menjadi sorotan pihak *stakeholder* karena dengan dampak lingkungan yang dihasilkan dari eksplorasi.

Kata kunci : Agresivitas pajak, ukuran perusahaan, *leverage*, *return on assets*, *corporate social responsibility*

PENDAHULUAN

Aktivitas perusahaan pada dasarnya tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat, oleh karena itu mayoritas perusahaan dimanapun tempatnya berada melakukan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* sebagai bentuk kepedulian perusahaan dalam rangka mensejahterakan masyarakat.

Undang-undang mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal (4) tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan dewan komisaris atau rapat umum pemegang saham sesuai dengan anggaran dasar perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.

Warhust (1998) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai upaya kesungguhan entitas bisnis untuk meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasi perusahaan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Beberapa pernyataan peneliti berbanding lurus dengan konsep *triple bottom line* Elkington (1997) dengan istilah "3P" yaitu *profit, people, planet* yang mana perusahaan akan berhasil apabila tidak memperhatikan profitnya saja namun memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan peduli terhadap lingkungan. Selain itu terdapat piramida CSR Carol *et al.* (1996) yang terkenal dimana pada tingkat pertama adalah tanggung jawab ekonomi (mencari keuntungan), kedua adalah tanggung jawab untuk patuh terhadap hukum yang berlaku, yang ketiga adalah tanggung jawab dalam memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang adil, dan di posisi puncak dalam piramida adalah bisnis akan sukses apabila mendapat dukungan positif dari masyarakat. Beberapa faktor yang mempengaruhi CSR adalah agresivitas pajak, ukuran perusahaan, *leverage*, dan *return on assets*.

Lanis dan Richardson (2012) menjelaskan bahwa pajak merupakan faktor pendorong dalam keputusan perusahaan. Tindakan manajerial yang dirancang semata-mata untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresif pajak menjadi fitur yang semakin umum dari lanskap perusahaan di seluruh dunia. Namun demikian, agresivitas pajak perusahaan dapat menghasilkan biaya dan manfaat yang signifikan.

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, secara umum perusahaan yang memiliki sumber daya yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dari pada perusahaan yang memiliki sumber daya sedikit. Hal ini disebabkan adanya benturan kepentingan yang besar antara pemilik dan manajemen perusahaan dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki (Nugraha, 2013).

Wardani (2013) menyatakan bahwa *leverage* adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksternal perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Sari (2012) menyatakan bahwa *leverage* mencerminkan resiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tidak tertagihnya suatu utang. Peningkatan suatu pengeluaran akan membutuhkan dana yang lebih dari dana tersebut dapat berasal dari hutang atau *leverage*.

Menurut Wardhani (2007) *return on assets* berpengaruh positif terhadap CSR. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan CSR yang dapat dilihat dari *annual report* akan mendapat banyak keuntungan seperti kesetiaan pelanggan dan kepercayaan dari kreditor dan investor. Hal ini akan memicu keuangan perusahaan yang lebih baik. Alasan Penggunaan ROA dalam penelitian ini adalah karena ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi perusahaan salah satunya pengungkapan CSR.

Penelitian sebelumnya yang membahas hubungan antara CSR dan agresivitas pajak adalah Lanis dan Richardson (2012) yang meneliti agresivitas pajak terhadap CSR, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan hasil agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR. Namun pada tahun yang berbeda Lanis dan Richardson (2013) juga melakukan penelitian terkait agresivitas pajak dan CSR dengan menggunakan analisis regresi *ordinary least square*. Hasil yang muncul pada penelitian tersebut agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap CSR. Penelitian yang dilakukan Purwanto (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR, berbeda dengan penelitian yang dilakukan Mimba (2014) yang menyatakan dalam penelitiannya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dalam penelitian Suhaenah (2012) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian Sari (2012) menunjukkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR. Perbedaan hasil penelitian tersebut menjadikan alasan penelitian ini menggunakan variabel *leverage* karena ingin menguji kembali pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Sari (2012) menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan penelitian Suhaenah (2012) menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu, ROA digunakan dalam salah satu variabel dalam penelitian ini untuk menguji kembali apakah ROA berpengaruh terhadap CSR.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian Lanis dan Richardson (2012) yang meneliti tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Lanis dan Richardson (2012) terletak pada variabel, sampel dan tahun penelitian, yaitu penelitian ini menggunakan variabel independen agresivitas pajak, ukuran perusahaan, *leverage*, dan *return on assets* sampel perusahaan yang digunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015, sedangkan Lanis dan Richardson (2012) menggunakan variabel independen agresivitas pajak saja pada penelitiannya. *Proxy* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan ETR. Sedangkan sampel perusahaan yang digunakan adalah perusahaan pertambangan di Australia.

TINJAUAN TEORETIS

Teori Legitimasi

Perusahaan menyadari bahwa adanya kontrak sosial dengan masyarakat sangat dibutuhkan dalam kelangsungan hidup perusahaan dan dengan adanya CSR merupakan salah satu wujud tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat. Dowling dan Pfeffer, 1975 (dalam Chariri, 2008) menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem berjalan secara selaras, kita dapat menilai hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa teori tersebut menjelaskan adanya kontrak sosial perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan.

Hidayati dan Murni (2009) menyatakan bahwa untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar. Untuk memperoleh legitimasi dari investor, perusahaan senantiasa meningkatkan return saham bagi investor. Untuk memperoleh legitimasi dari kreditor, perusahaan meningkatkan kemampuannya mengembalikan hutang. Untuk memperoleh legitimasi dari konsumen, perusahaan senantiasa meningkatkan mutu produk dan layanan. Untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah, perusahaan mematuhi segala peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan aktivitas pertanggungjawaban sosial. Perusahaan dalam hal ini dianjurkan untuk menarik perhatian masyarakat dan menyakinkan akan kegiatan operasi perusahaannya agar dapat diterima dengan baik hal ini sejalan dengan teori legitimasi. Tindakan tersebut bertujuan agar memperoleh status dimana perusahaan tersebut beroperasi dan juga mendapatkan kesan positif.

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain) (Chariri, 2008). *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi ataupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Perusahaan hendaknya memperhatikan kepentingan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan oleh perusahaan.

Esensi teori *stakeholder* diatas jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan perusahaan hendaknya mengurangi *expectaion gap* dengan masyarakat sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu perusahaan hendaknya menjaga reputasi yaitu dengan cara menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation* ke arah memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial masyarakat (*stakeholder orientation*) (Hadi, 2011).

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). Menurut Harsanti (2011) CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi menganut pada prinsip *single bottom line* yaitu nilai perusahaan hanya berfokus pada kondisi keuangannya saja dan kewajiban ekonomi pada pemegang saham (*shareholder*) melainkan kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan. Oleh karena itu, CSR menganut prinsip *triple bottom line* (Elkington, 1997) yang meliputi aspek ekonomi, lingkungan dan sosial yang terkenal dengan istilah "3P" yaitu *people, planet* dan *profit*.

Dalam hal ini, CSR merupakan bentuk timbal balik terhadap masyarakat sekitar terhadap aktifitas operasi perusahaan agar mendapatkan respons baik dari masyarakat. Implementasi CSR merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan (Susiloadi, 2008).

CSR Disclosure

Pengungkapan CSR adalah proses pemberian informasi yang dirancang untuk melepaskan sosial akuntabilitas. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan oleh suatu perusahaan sebenarnya tidak diwajibkan tetapi sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat maka suatu perusahaan mayoritas melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya.

Ketentuan mengenai pengungkapan CSR di Indonesia sampai saat ini belum terdapat standar khusus, tetapi menurut Sembiring (2005) pengungkapan CSR dilakukan dengan metode *checklist* berdasarkan tujuh kriteria. Kriteria ini diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1996), dimana terdapat 90 item pengungkapan namun menurut peraturan BAPEPAM No VIII.G.2 hanya 78 item pengungkapan yang sesuai dengan kondisi

di Indonesia. Pengungkapan CSR dengan cara tersebut sama halnya dengan pengungkapan CSR dengan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep ini merupakan konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*.

Agresivitas Pajak

Christensen dan Murphy, 2004 (dalam Lanis dan Richardson, 2013) menyatakan bahwa agresivitas pajak adalah strategi perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Menurut Friesen *et al.*, 2008 (dalam Lanis dan Richardson, 2012) bahwa pembayaran pajak perusahaan seharusnya memiliki implikasi bagi masyarakat dan sosial karena membentuk fungsi yang penting dalam membantu mendanai penyediaan barang publik dalam masyarakat, termasuk hal-hal seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, transportasi umum, dan penegakan hukum. Cara untuk mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR). Menurut Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik yang penting. Perusahaan yang besar tentu akan menjaga *image* dengan mengungkapkan informasi yang akurat dan relevan dan tentu saja akan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat sehingga mendapatkan kesan yang baik. Perusahaan dengan skala besar akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil dalam laporan tahunan dikarenakan visibilitas yang lebih tinggi.

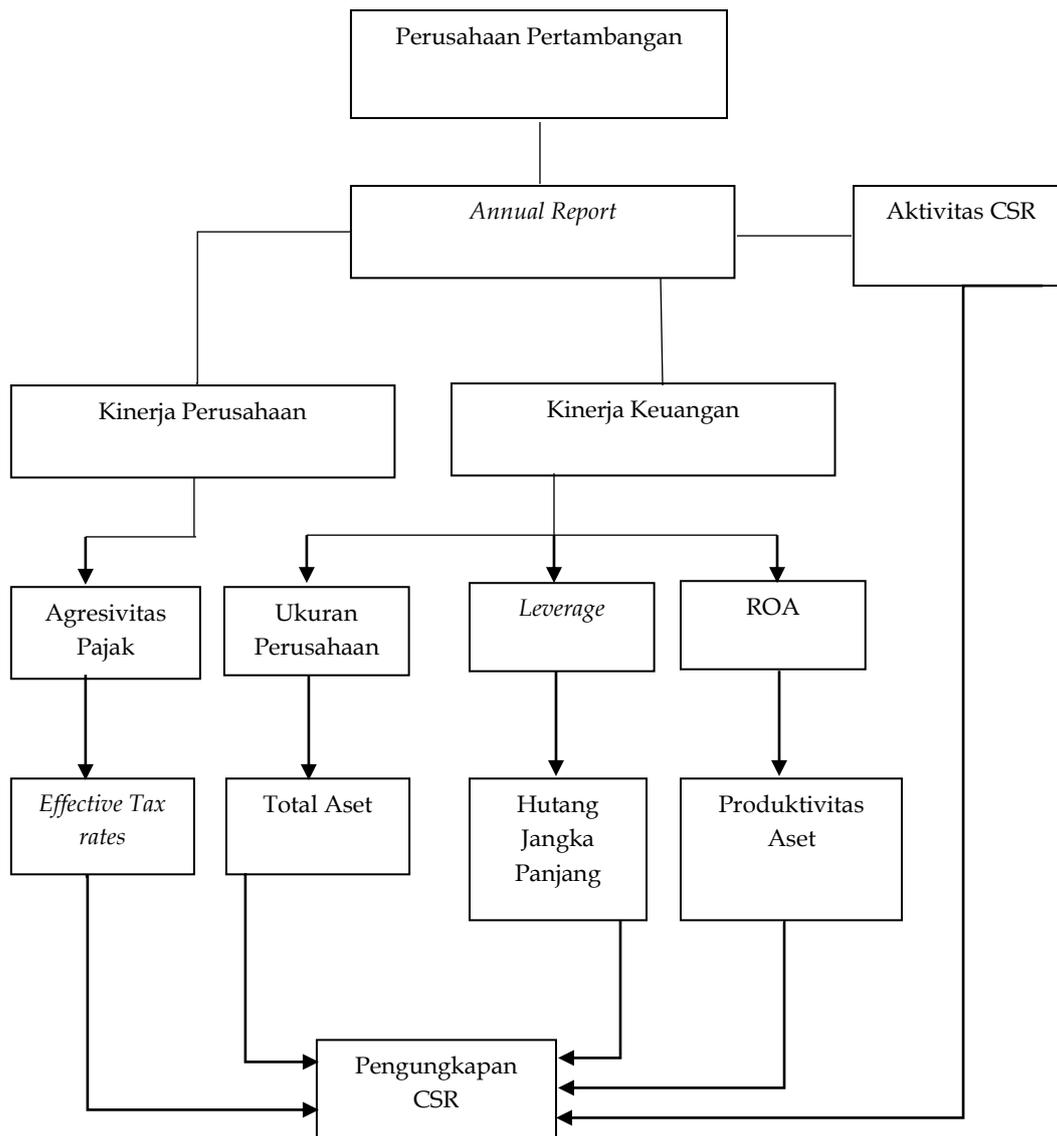
Leverage

Riyanto (2001) mendefinisikan *Leverage* sebagai penggunaan aset atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap. Rasio ini timbul apabila dalam kegiatan operasionalnya perusahaan menggunakan dana pinjaman atau menggunakan dana yang memiliki beban bunga. peningkatan permintaan tambahan informasi yang diminta oleh kreditor guna mencari tahu seberapa besar kemungkinan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya.

Return on Asset (ROA)

ROA merupakan suatu rasio penting untuk mengukur kemampuan investasi suatu perusahaan (aset) untuk memperoleh laba. Apabila total aset yang digunakan dalam operasi perusahaan mampu memberikan laba maka dapat dikatakan memiliki ROA yang positif dan memiliki peluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Sebaliknya apabila total aset yang digunakan tidak dapat menghasilkan laba maka memiliki ROA negatif dan menghambat pertumbuhan perusahaan. Menurut Lang dan Lundhlo, 1996 (dalam Lanis dan Richardson, 2013) sebuah perusahaan dengan kualitas kinerja yang baik cenderung memiliki laba yang tinggi untuk mengungkapkan "kabar baik" untuk pasar keuangan.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan demi pencapaian keuntungannya. Perusahaan dapat memperoleh keuntungan baik dari segi *financial* maupun *non financial*. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa semakin besar perusahaan maka akan semakin rendah ETR yang dimilikinya, hal ini dikarenakan perusahaan besar dianggap memiliki sumber daya untuk memanipulasi proses politik yang terjadi, atau menggunakan sumber daya yang ada untuk membuat perencanaan pajak yang baik, serta menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa sehingga dapat mengoptimalkan *tax savings*. Deegan *et al.*, 2002 (dalam Lanis dan Richardson, 2013) menunjukkan bahwa ada hubungan antara agresivitas pajak dengan *corporate social responsibility*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Sari, 2009). Menurut penelitian Andreas dan Lawer (2011) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti perusahaan besar yang memiliki sistem informasi pelaporan yang lebih baik cenderung memiliki sumber daya dan biaya untuk menghasilkan lebih banyak informasi, sedangkan perusahaan kecil lebih rendah menghasilkan informasi karena memiliki keterbatasan dalam sistem informasi pelaporan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan alat yang digunakan untuk mengukur besar perusahaan yang tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Jika perusahaan memiliki tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada kreditur atau pinjaman pihak luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah lebih banyak menggunakan modal sendiri untuk membiayai asetnya. Tingkat *leverage* perusahaan dapat digunakan juga untuk menggambarkan tingkat resiko perusahaan. 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). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

Pengaruh *Return On Asset (ROA)* Terhadap *Corporate Social Responsibility*

ROA merupakan salah satu alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. ROA disebut juga sebagai *earning power* karena rasio ini menggambarkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan. Dengan menggunakan rasio ini dapat mengetahui penggunaan aset yang ada pada perusahaan apakah sudah optimal atau belum, sehingga semakin tinggi nilai dari rasio ini maka dapat dikatakan kondisi suatu perusahaan semakin baik juga. Menurut Wicaksono (2012) ROA memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *profit* yang diperoleh perusahaan dan dinyatakan melalui ROA maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan paparan dan hasil penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: *Return on asset* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian merupakan kuantitatif, yaitu penelitian yang menganalisis data yang berbentuk angka-angka. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan data sekunder. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria-kriteria atau pertimbangan-pertimbangan tertentu. Berikut kriteria sampel yang telah ditentukan oleh peneliti : (1) Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2015. (2) Melaporkan laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2012-2015 di IDX. (3) Mengungkapkan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan selama periode 2012-2015. (4) Memiliki profitabilitas yang positif selama periode 2012-2015.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah studi pustaka dan dokumentasi. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. dokumentasi merupakan metode pengumpulan data-data sekunder yaitu berasal dari sumber yang ada. Data sekunder pada penelitian ini dapat diperoleh dengan mengakses website *www.idx.go.id*. Perusahaan yang menjadi sampel selama periode penelitian yaitu 2012-2015.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Corporate Social Responsibility

Pada penelitian ini mengadopsi indikator penelitian Hackston dan Milne, 1996 (dalam Lanis dan Richardson, 2013) dengan menggunakan *check list* dan keputusan yang relevan. Pengukuran *check list* ini dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan. Indikator tersebut seperti yang digunakan di Indonesia oleh Sembiring (2005) yang mana pengungkapan tersebut terdiri atas tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Maka rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR yaitu:

$$TCSRI = \frac{\sum X_{yi}}{ni}$$

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal maupun ilegal. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax rates* (ETR). ETR menggambarkan presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. Selain itu, ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu dan untuk mengetahui adanya agresivitas pajak dapat dilihat dari nilai ETR yang rendah (Lanis dan Richardson, 2013). Maka rumus untuk pengukuran ETR yaitu:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan menurut Lanis dan Richardson (2013) dapat diukur dengan logaritma total aset dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Log} (\text{Total Aset})$$

Leverage

Rasio *leverage* digunakan oleh manajer dalam rangka pengambilan keputusan pendanaan, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan. Adapun pengukurannya yakni dengan rumus:

$$LEV = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Return On Asset (ROA)

Profitabilitas dapat diukur dengan proksi ROA, yaitu perbandingan profitabilitas sebelum pajak terhadap total aset. Sehingga ROA merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari total aset yang dimiliki. Adapun pengukurannya yakni dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Teknik Analisis Data

Penelitian ini dirancang untuk mendapatkan bukti empiris terkait dengan pengaruh agresivitas pajak, ukuran perusahaan, *leverage*, dan *return on assets* terhadap *corporate social responsibility*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Metoda analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2011) statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi, nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum pada masing-masing variabel yaitu pengungkapan CSR, agresivitas pajak, ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, dan ROA.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi digunakan agar dapat mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali, 2011:130). Analisis regresi yang dilakukan dengan metode regresi linier berganda harus memenuhi syarat uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011). Cara untuk mendeteksi apakah variabel terdistribusi secara normalitas, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar dalam pengujian normalitas ini adalah : (1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. (2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah kondisi dimana terdapat korelasi atau hubungan antar pengamatan, baik itu dalam bentuk pengamatan deret waktu (*time series*) atau pengamatan *cross-section*. Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan linier antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu. Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan nilai *Durbin-Watson* (*d*). nilai *Durbin-Watson* akan dibandingkan dengan nilai *d*-tabel. Hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria berikut: (1) Jika nilai DW berada di antara DU sampai dengan 4-DU maka koefisien korelasi = 0, tidak ada autokorelasi. (2) Jika nilai DW lebih kecil daripada DL, koefisien autokorelasi > 0, artinya ada autokorelasi positif. (3) Jika nilai DW lebih besar daripada 4-DL, koefisien autokorelasi > 0, artinya ada korelasi negative. (4) Jika nilai DW terletak di antara DL dan DU atau nilai DW terletak di antara 4-DU dan 4 DL, berarti tidak dapat disimpulkan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance value* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2005).

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas akan dilakukan melalui melihat pola tertentu dalam grafik dengan dasar analisis pengujian gejala heterokedastisitas menurut Ghozali (2013) sebagai berikut : (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. (2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam penelitian ini model regresi berganda yang akan dikembangkan adalah sebagai berikut :

$$TCSR = \alpha_0 + \beta_1 ETR + \beta_2 SIZE + \beta_3 LEV + \beta_4 ROA + e$$

Keterangan:

TCSR	: Total CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan
a0	: Konstanta
β_1 - β_5	: Koefisien variabel
ETR	: Agresivitas pajak perusahaan
SIZE	: Ukuran perusahaan
LEV	: Leverage
ROA	: Return on asset
e	: Kesalahan pengganggu

Koefisien Determinansi (R^2)

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Gujarati, 2003 (dalam Ghozali, 2011) menyatakan jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap nol.

Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Uji kelayakan model yang menunjukkan apakah model regresi fit untuk diolah lebih lanjut. Uji kelayakan model pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2009). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut : (1) Jika nilai $F > 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan tidak layak. (2) Jika nilai $F \leq 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan layak.

Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2011) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ yaitu: (1) Jika nilai signifikansi uji t $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. (2) Jika nilai signifikansi uji t $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Atas dasar hasil analisis regresi dengan menggunakan sebesar tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh persamaan sebagai berikut:

Tabel 1
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
	1 (Constant)	-1,617	,252		
Ln_ETR	,092	,038	,252	2,413	,019
Ln_SIZE	,620	,130	,493	4,777	,000
Ln_LEV	,101	,016	,672	6,400	,000
Ln_ROA	,054	,011	,521	4,777	,000

a. Dependent Variable: Ln_CSR

Sumber: Data sekunder diolah

Atas dasar hasil analisis berganda seperti yang ditunjukkan pada tabel diatas, dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$CSR = -1,617 + 0,092Ln_ETR + 0,620Ln_SIZE + 0,101Ln_LEV + 0,054Ln_ROA + e$$

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinansi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila angka koefisien determinasi mendekati angka 1.

Tabel 2
Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	,767 ^a	,588	,556	,07762	2,558

a. Predictors: (Constant), Ln_ROA, Ln_SIZE, Ln_ETR, Ln_LEV

b. Dependent Variable: Ln_CSR

Sumber: Data sekunder diolah

Nilai koefisien determinasi atau R² digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tak bebas (CSR), yaitu sebesar 0,588. Hal ini berarti sebesar 58,8% indeks pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variabel agresivitas pajak (ETR), ukuran perusahaan (SIZE), leverage (LEV), dan return on assets (ROA). Sedangkan sisanya sebesar 41,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Uji kelayakan model digunakan untuk mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Model regresi dikatakan layak apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil uji kelayakan model disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Kelayakan Model
ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	,439	4	,110	18,223	,000 ^b
<i>Residual</i>	,307	51	,006		
<i>Total</i>	,747	55			

a. Dependent Variable: Ln_CSR

b. Predictors: (Constant), Ln_ROA, Ln_SIZE, Ln_ETR, Ln_LEV

Sumber: Data sekunder diolah

Dari hasil output diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 18,223 dengan signifikan F < 0,05 pada α = 0,05, maka H₀ Ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari agresivitas pajak (ETR), ukuran perusahaan (SIZE), leverage (LEV), dan return on assets (ROA) memiliki pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu indeks pengungkapan CSR sehingga kesimpulannya model yang digunakan dalam penelitian layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel tergantungnya. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan untuk menguji secara parsial variabel agresivitas pajak, ukuran perusahaan, *leverage*, *return on assets* terhadap CSR. Pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi. Hasil uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,617	,252		-6,421	,000
Ln_ETR	,092	,038	,252	2,413	,019
Ln_SIZE	,620	,130	,493	4,777	,000
Ln_LEV	,101	,016	,672	6,400	,000
Ln_ROA	,054	,011	,521	4,777	,000

a. Dependent Variable: Ln_CSR

Sumber: Data sekunder diolah

PEMBAHASAN

Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa variabel agresivitas pajak yang diukur dengan proksi *effective tax rates* memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia, hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar 2,413 dan nilai signifikan sebesar 0,019 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Hubungan yang positif ini menunjukkan bahwa perusahaan yang agresif terhadap pajak akan cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih banyak karena beban pajak perusahaan yang seharusnya dikeluarkan akan dialihkan untuk beban CSR. Hasil tersebut sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam aktivitas operasi perusahaan agar dapat mendapat legitimasi oleh *stakeholder*. Hal ini dilakukan perusahaan agar memperoleh legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar sehingga tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan tertutupi oleh pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik. Perusahaan yang agresif pajak akan cenderung mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan CSR di berbagai bidang dalam rangka meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat. Semakin tinggi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia, hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar 4,777 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa dengan ukuran perusahaan yang semakin besar maka akan mengungkapkan *corporate social responsibility* yang lebih banyak. Dapat diinterpretasikan bahwa semakin banyak jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka

akan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki jumlah aset yang lebih besar lebih mampu membiayai penyediaan informasi pertanggungjawaban sosialnya dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset yang lebih kecil. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil.

Hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Andreas dan Lawer (2011).

Pengaruh Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia, hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar 6,400 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Semakin tinggi nilai *leverage* semakin tinggi pula indeks pengungkapan CSR dalam suatu perusahaan, sebaliknya jika nilai *leverage* menurun maka indeks pengungkapan CSR pun akan menurun. Hal ini berarti perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial yang lebih luas dibanding dengan perusahaan dengan *leverage* yang lebih rendah. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang luas bagi perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan membuat semakin banyak informasi yang dapat diperoleh investor, hal ini dilakukan juga supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka sebagai kreditur. Disamping itu *debtholders* perlu keyakinan atas segala informasi yang diterbitkan perusahaan semakin banyak informasi yang diterbitkan perusahaan maka *debtholders* tidak terlalu memperhatikan *leverage* perusahaan, sehingga menjadikan hubungan *leverage* dengan pengungkapan *corporate social responsibility* menjadi signifikan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Mia dan Al Mamun (2011) dan Apriwenni (2009) yang mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, perusahaan dengan *leverage* tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibanding perusahaan dengan *leverage* rendah.

Pengaruh Return on Assets Terhadap Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa variabel *return on assets* memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar 4,777 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak sehingga simpulannya variabel *return on assets* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Semakin tinggi nilai ROA semakin tinggi pula indeks pengungkapan CSR dalam suatu perusahaan, sebaliknya jika nilai ROA menurun maka indeks pengungkapan CSR pun akan menurun. Hal ini disebabkan semakin tinggi *return on assets* perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Tingkat *return on assets* yang tinggi menyebabkan semakin banyaknya dana yang tersedia untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Dana ini nantinya akan dipergunakan untuk melakukan berbagai kegiatan tanggung jawab sosial seperti bantuan sembako pada masyarakat, bantuan bencana, fasilitas umum disekitar perusahaan, pembangunan jalan disekitar perusahaan, peningkatan fasilitas keamanan karyawan, program beasiswa. Kegiatan-kegiatan ini akan meningkatkan keyakinan para stakeholder terhadap perusahaan yang berarti terjadinya peningkatan penjualan sehingga akan berbanding lurus dengan meningkatnya *return on assets*. Disamping itu perusahaan agar tidak dinilai hanya sebagai perusahaan yang hanya memikirkan keuntungan semata tanpa memikirkan tanggung

jawab sosial, karena pada saat ini kegiatan *corporate social responsibility* bukan hanya sebagai *cost centre* melainkan sebagai sarana juga untuk menjaring investor dan strategi dalam pemasaran produk dan juga membangun citra positif pada masyarakat.

Hasil dalam penelitian ini didukung oleh Wicaksono (2012) yang mengemukakan ROA memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *profit* yang diperoleh perusahaan dan dinyatakan melalui ROA maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dengan analisis regresi linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan bahwa agresivitas pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility* yang artinya tinggi atau rendahnya tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* di setiap perusahaan. Hal ini terjadi karena perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak tinggi akan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial lebih besar dari pada perusahaan yang memiliki agresivitas pajak rendah. Bagi perusahaan ini menjadi penting karena untuk memperoleh legitimasi atau pengakuan dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar sehingga tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan tertutupi oleh pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik.

Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil ini mengindikasikan bahwa selama periode pengamatan semakin banyak jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki jumlah aset yang lebih besar lebih mampu membiayai penyediaan informasi pertanggungjawaban sosialnya dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset yang lebih kecil.

Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial yang lebih luas dibanding dengan perusahaan dengan *leverage* yang lebih rendah dikarenakan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditor, investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak disclose dengan tujuan memberikan keyakinan ke bank, kreditor, investor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* yang ada.

Return on Assets berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini mengindikasikan semakin tinggi *return on assets* perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*, tingkat *return on assets* yang tinggi menyebabkan semakin banyaknya dana yang tersedia untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut dilakukan perusahaan agar tidak dinilai hanya sebagai perusahaan yang hanya memikirkan keuntungan semata tanpa memikirkan tanggung jawab sosial, karena pada saat ini kegiatan *corporate social responsibility* bukan hanya sebagai *cost centre* melainkan sebagai sarana juga untuk menjaring investor dan strategi dalam pemasaran produk dan juga membangun citra positif pada masyarakat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka terdapat beberapa saran yang dapat digunakan menjadi bahan pertimbangan dimasa yang akan datang, yaitu sebagai berikut: (1) Disarankan untuk menambahkan variabel penelitian yang belum ada pada penelitian ini yang terkait dengan pengungkapan *corporate social responsibility* yang belum diteliti pada penelitian ini, seperti kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, tipe industri, dan kinerja lingkungan. (2) Periode pengamatan yang digunakan pada penelitian ini relatif pendek yaitu empat periode diharapkan penelitian selanjutnya bisa menggunakan periode yang lebih panjang dan menggunakan seluruh sektor yang ada sehingga sampel yang didapatkan lebih besar. (3) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan cara pengungkapan CSR yang berbeda, sehingga bisa terjadi keberagaman penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas dan Lawer, C. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Ekonomi*. 10(2).
- Apriwenni, P. 2009. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Laporan Tahunan Perusahaan Untuk Manufaktur Tahun 2008. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 6 : 41 – 58.
- Carol, Bygrave, dan William D. 1996. *The Portable MBA: Enterprenership*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Chariri. 2008. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan. *Jurnal Maks*. 8(2): 151-169.
- Elkington, J. 1997. *Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Centaury Business*. Univesity of Oxford. Capstone. UK.
- Ghozali. I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hackston, D. dan M. J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 9(1): 77-100.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Bantul. Graha Ilmu.
- Harsanti, P. 2011. Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi. *Jurnal Mawas*. Universitas Muria Kudus.
- Hidayati, N. N. dan S. Murni. 2009. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Responses Coeficient Pada Perusahaan High Profil. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 11(1): 1-8.
- Hlaing, K. P. 2012. *Organizational Architecture of Multinationals and Tax Aggressiveness*. University of Waterloo. Canada.
- Jensen, M. C. dan W. H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. 3(4): 305-360.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lanis, R. dan G. Richardson. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*. 31(1): 86-108.
- _____. 2013. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. 26(1): 75-100.
- Mia, P dan Al-Mamun, A. 2011. Corporate Social Disclosure During The Global Financial Crisis. *International Journal of Economics and Finance*. 3: 1-6.

- Mimba. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 6: 402-418.
- Nugraha, S.A. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Nuryana, M. 2005. Corporate Social Responsibility dan Kontribusi bagi Pembangunan Berkelanjutan. *makalah yang disampaikan pada diklat pekerjaan sosial industri*. Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan sosial (BBPPKS). Lembang. Bandung.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 *Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas*. 4 April 2012. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 5305. Jakarta.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. 8(1): 12-29.
- Riyanto, B. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Cetakan Ketujuh. BPFE. Yogyakarta.
- Sari, A. 2009. Pengaruh Firm Size, Growth, Profitability, Business Risk Dan Tangible Asset Terhadap Financial Leverage Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 11(04): 345-370.
- Sari, R.A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*. 1: 124-140.
- Sembiring, E. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Suhaenah. 2012. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*. 6(1): 1-24.
- Susiloadi, P. 2008. Implementasi Corporate Social Responsibility untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. *Spirit Publik*. 4(2): 123-130.
- Wardani, N. K. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2011. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Wardhani, R. A. 2007. Pengaruh Corporate Social Reporting terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Warhurst, A. 1998. Corporate Social Responsibility and The Mining Industry. Presentation To Euromines. *Minning and Environment Research Network*. Brussels.
- Wicaksono, G. S. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index. *Skripsi*. Universitas Indonesia. Jakarta.