

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam hal ini Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) dan konsekuensinya terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*) dan *Earning Response Coefficient* (ERC).

Menurut Badjuri (2011) bahwa jika perusahaan Indonesia memperoleh profit yang tinggi maka perusahaan tersebut akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Artinya, pengungkapan informasi tanggung jawab sosial tidak dipandang sebelah mata oleh perusahaan di Indonesia. Sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh akan semakin tinggi juga nilai dari kinerja CSR yang dilakukan.

Menurut Arthana, (2013), semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka informasi CSR yang diungkapkan juga akan lebih sedikit. Sejalan dengan Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Arthana (2013) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih sedikit informasi CSR. Tingginya tingkat *leverage* perusahaan maka kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit dengan pihak kreditur semakin besar. Oleh karena itu, pihak manajemen berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dari laba perusahaan sesungguhnya, sehingga pihak manajemen harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk pengungkapan informasi CSR.

Cahya (2010) menyatakan bahwa perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar daripada perusahaan kecil, sehingga pengungkapan informasi tentang CSR juga lebih banyak. Dengan pengungkapan informasi CSR, maka dalam jangka panjang perusahaan bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Menurut Permasari (2010) perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunannya akan mendapat respon positif dari investor, karena menurut mereka informasi CSR sudah mulai menjadi informasi yang penting dan bisa menjadi salah satu alat untuk pengambilan keputusan. Oleh karena itu, banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Para investor sudah merasa bahwa informasi CSR yang dilaporkan oleh manajemen itu juga tidak kalah penting dan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam

pengambilan keputusan selain informasi laba. Dengan adanya informasi CSR ini dapat mengurangi ketidakpastian prospek perusahaan yang berasal dari informasi laba yang bias. Sehingga, semakin besar luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan maka ERC perusahaan akan semakin kecil (Pradipta dan Purwaningsih, 2011).

Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa peneliti tersebut memunculkan adanya perbedaan/kesenjangan argumentasi (*research gap*) mengenai profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan (*firm size*), CSR, nilai perusahaan (*firm value*) dan ERC. Hal ini menarik penulis untuk mengkaji lebih lanjut dan berusaha untuk menjawab *research questions* yang ada.

Berdasarkan kajian pustaka, diajukan lima hipotesis sebagai berikut: 1) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), 2) *Leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), 3) Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), 4) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan, 5) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekunder berupa laporan tahunan dan keuangan serta harga saham. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *purpose sampling*, yang menghasilkan 69 sampel perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis path.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, disimpulkan bahwa: 1) Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap CSR, 2) *Leverage* tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap CSR, 3) *Firm Size* berpengaruh signifikan positif terhadap CSR, 4) CSR tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap *Firm Value*, 5) CSR tidak berpengaruh signifikan positif terhadap ERC. Dengan adanya pemenuhan uji fit model, maka terdapat tambahan dalam model penelitian, yaitu antara profitabilitas dengan *Firm Value* dan *Leverage* dengan *Firm Value*. Hasilnya menunjukkan bahwa 1) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap *Firm Value*, 2) *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap *Firm Value*.