

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN LEVERAGE TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT

Amilatun Nasibah

Amilansh90@gmail.com

Kurnia

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine empirical evidence of the effect of corporate social responsibility (CSR) and leverage on the earning response coefficient (ERC). While, Earning Response Coefficient of response caused by company profit information which was published. The research was quantitative. The sample was manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange for 4 years 2014-2017. Furthermore, this research used purposive sampling. In line with, there were 39 companies or 156 firm years. Moreover, the data used secondary which were taken from Indonesia Stock Exchange (www.idx.com) and (www.finance.yahoo.com). In addition, the data analysis technique used multiple linear regressions analysis with SPSS version 20. The research result concluded (1) corporate social responsibility (CSR) had positive effect on the ERC. (2) leverage did not affect on the ERC. (3) the control variable of PBV had negative effect on the ERC. (4) the control variable of ROA did not affect on the ERC.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Leverage, Earning Response Coefficient, Return On Asset, Price to Book Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bukti empiris tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan *leverage* terhadap *earning response coefficient* (ERC). *Earning Response Coefficient* adalah koefisien yang menunjukkan besarnya respon akibat dari informasi laba perusahaan yang diumumkan ke pasar. Respon tersebut mencerminkan kualitas laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 4 tahun pada periode 2014-2017. Metode *purposive sampling* adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Sampel yang diperoleh adalah 39 perusahaan atau 156 *firm years*. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari *Indonesian Stock Exchange* (www.idx.com) dan (www.finance.yahoo.com). Teknik analisis yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap ERC. (2) *leverage* tidak berpengaruh terhadap ERC. (3) Variabel kontrol PBV berpengaruh negatif terhadap ERC. (4) Variabel kontrol ROA tidak berpengaruh terhadap ERC.

Kata kunci: corporate social responsibility, leverage, earning response coefficient, return on asset, price to book value

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan (*annual report*) baik dalam laporan keuangan tahunan maupun laporan keuangan interim kepada publik (pihak eksternal perusahaan). Informasi perusahaan yang paling banyak diperhatikan oleh publik dalam laporan keuangan adalah laporan laba rugi, karena perusahaan memberikan informasi mengenai laba (*earning*) yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Suatu informasi laba perusahaan dapat dijadikan referensi oleh investor, calon investor, maupun kreditur untuk berinvestasi kepada perusahaan tersebut, karena laba yang positif maupun negatif dari laporan laba rugi akan mempengaruhi *return* saham. Oleh karena itu, perusahaan dalam memberikan informasi harus dilakukan secara berkesinambungan dengan cepat seiring dengan aktivitas

perusahaan tersebut. Laba (*earning*) merupakan ukuran kinerja atau keberhasilan bagi suatu perusahaan dan digunakan oleh investor, calon investor, dan kreditur untuk pertimbangan pengambilan keputusan melakukan investasi atau memberikan tambahan kredit dan menjadi perhatian pihak-pihak tertentu terutama dalam menaksir kinerja atas pertanggungjawaban manajemen dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka, serta dapat dipergunakan untuk memperkirakan prospeknya di masa mendatang.

Keterbukaan informasi dalam pasar modal adalah hal yang penting bagi pelaku pasar guna untuk pengambilan keputusan. Keputusan ekonomi yang akan diambil oleh pelaku pasar pada umumnya akan terlihat dari tindakan pelaku pasar yang bisa disebut dengan reaksi pasar. Salah satu yang akan memicu reaksi pasar merupakan informasi laba perusahaan. Informasi laba adalah salah satu bagian dari laporan keuangan yang sangat banyak mendapatkan perhatian. Pada saat diumumkan, pasar telah mempunyai harapan tentang berapa besarnya laba perusahaan atas dasar informasi yang tersedia secara publik (Suwardjono, 2014).

Penyampaian informasi perusahaan dalam bentuk laporan keuangan melalui laporan tahunan, laporan analisis dan sejenisnya. Sedangkan penyampaian informasi yang bukan laporan keuangan perusahaan dapat menyampaikannya dengan cara jumpa pers antara lain merencanakan perluasan, merencanakan peningkatan kesejahteraan karyawan atau lingkungan perusahaan, dan sebagainya. Salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur reaksi investor terhadap informasi laba akuntansi adalah koefisien respon laba atau *earning response coefficient* (ERC). Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas laba perusahaan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *earning response coefficient* (ERC) seperti *corporate social responsibility* (CSR) dan *leverage*.

Secara teoritis *corporate social responsibility* merupakan dimana suatu perusahaan yang tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*) tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Semakin kuatnya tekanan dari *stakeholders* dalam melaksanakan praktik-praktik CSR yang akan dilakukan perusahaan tersebut akan menyebabkan munculnya unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Dahulu perusahaan hanya melakukan pelaporan tanggungjawab perusahaan hanya dengan sukarela, tetapi saat ini perusahaan dan pemerintah menyadari pentingnya dan juga manfaatnya yang ada didalam pelaporan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa perusahaan turut peduli dengan lingkungan sekitar dan kesejahteraan karyawan perusahaan, dan masyarakat sekitar. Dengan begitu, manfaat operasional yang dilakukan perusahaan tersebut tidak hanya dirasakan oleh pihak internal perusahaan, tetapi masyarakat sekitar juga merasakannya.

Kewajiban *corporate social responsibility* oleh perusahaan dalam pengelolaan sumber daya alam belum dapat diimplementasikan karena banyak sekali perusahaan yang memandang *corporate social responsibility* hanya sebuah kesukarelaan saja tetapi bukan sebuah kewajiban. Sehingga akhir-akhir ini *corporate social responsibility* berdampak akan menjadi sorotan tajam. Banyak sekali konflik antara lain masyarakat dengan perusahaan atau antara masyarakat dengan pemerintah yang bersumber pada penguasaan sumber daya alam. Penyebab timbulnya konflik ini adalah program pertanggung jawaban sosial perusahaan dinilai masih belum memberikan pengaruh positif, yang artinya belum mampu memberikan kesejahteraan kepada masyarakat sekitar. Disamping itu, sebuah survey global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 88% eksekutif

senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Barus dan Maksun, 2011).

Dalam manajemen keuangan sering dilakukan penelitian mengenai hubungan antara *return* saham dengan laba untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan mereka. Penelitian untuk masalah ini banyak yang menggunakan angka laba sebagai variabel dependen yang diregresikan dengan *return* saham sebagai variabel independen yang dihitung dengan berbagai metode. Selain menggunakan angka laba, ada juga metode lain yang bisa dengan menggunakan variabel *Earning Response Coefficient* (ERC). Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tingginya koefisien respon laba (*Earning Response Coefficient*) atau ERC, jika laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon, maka laba tersebut menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. Nilai ERC mengalami penurunan seiring dengan penurunan perhatian orang terhadap nilai laba dan semakin memperhatikan faktor-faktor lain diluar laba. Scott (2010:154) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi *Earning Response Coefficient* (ERC) yaitu persistensi laba, struktur modal, betha atau risiko, Kesempatan bertumbuh dan ukuran perusahaan.

Leverage merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai tingkat risiko hutang tak tertagih pada kreditur yang nantinya akan digunakan dalam membiayai asset perusahaan. Suatu perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan yang tinggi berarti memiliki banyak hutang pada pihak luar. Ini berarti perusahaan tersebut memiliki risiko keuangan yang tinggi karena mengalami kesulitan keuangan (*financial distress*) akibat hutang yang terlalu tinggi. Menurut Subramanyam (2011:265), *leverage* keuangan (*financial leverage*) merupakan penggunaan utang untuk meningkatkan laba perusahaan. Menurut Harahap (2013), *Leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Artinya, apabila *leverage* suatu perusahaan tinggi maka mengakibatkan kualitas laba perusahaan tersebut rendah. *Financial leverage* menunjukkan proporsi penggunaan utang untuk membiayai investasinya (Brigham dan Houston, 2009).

Menurut Scott (2012), *earning response coefficient* (ERC) digunakan untuk mengukur tingkat abnormal *return* pada suatu sekuritas dalam menanggapi komponen laba tak terduga atau laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang menerbitkan sekuritas yang bersangkutan. *Earning response coefficient* (ERC) adalah koefisien yang diperoleh dari regresi antara harga saham dan laba akuntansi yang diprosikan oleh *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dan *Unexpected Earning* (UE).

Di dalam penelitian ini, pemilihan perusahaan manufaktur sebagai bahan penelitian. Perusahaan manufaktur merupakan suatu cabang industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan, tenaga kerja, dan proses rekayasa untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi untuk dijual. Perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah polusi, keamanan produk, dan tenaga kerja. Proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur dapat menghasilkan limbah produksi yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan begitu juga tenaga kerja dimana perusahaan haru menjamin masalah keselamatan dan kesejahteraan tenaga kerja. Dengan mengambil dua variabel kontrol, yaitu *return on assets* (ROA) dan *price to book value* (PBV). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan *leverage* terhadap *earning response coefficient*.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Pensinyalan (*Signaling Theory*)

Signaling theory adalah teori yang menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk dapat mengurangi asimetri informasi. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa para manajer menerapkan kebijakan akuntansi yang

menghasilkan laba yang lebih berkualitas karena prinsip tersebut pada dasarnya akan mencegah perusahaan melakukan tindakan yang akan membesar-besarkan laba dan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aset yang tidak *oversatate* (Hendrianto, 2012).

Perusahaan menggunakan hipotesis informasi yang hampir keseluruhan penelitian awal menggunakan pasar modal. Di dalam studi pasar, para manajer perusahaan untuk menyediakan informasi yang relevan guna mengambil keputusan yang akan dilakukan oleh investor. Berdasarkan teori pensinyalan, para manajer perusahaan untuk memprediksi peningkatan pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, perusahaan akan memberikan sinyal kepada investor untuk mengambil keputusan dengan cara melalui akun-akun tersebut. *Signaling theory* adalah sebuah informasi yang memberikan sinyal pada pasar atas kondisi perusahaan (Ginting, 2012).

Dalam kegiatan-kegiatan perusahaan selalu berampak pada para *stakeholders* seperti para karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, masyarakat sekitar. Sehingga kegiatan-kegiatan tersebut menjadi perhatian para investor dan calon investor sebagai pemilik (calon) dan penanam (calon) modal perusahaan. Oleh karenanya, suatu perusahaan diwajibkan untuk memberikan laporan sebagai informasi kepada para *stakeholders*. Laporan yang harus disiapkan oleh perusahaan merupakan satu set laporan keuangan. Tetapi, perusahaan juga diijinkan untuk mengungkapkan laporan tambahan, antara lain laporan yang lebih dari laporan keuangan, misalnya laporan yang isinya aktifitas-aktifitas *corporate social responsibility* perusahaan.

Perusahaan yang berkinerja baik, maka manajer perusahaan akan terdorong untuk melakukan pensinyalan harapan tersebut, sehingga manajer perusahaan akan terdorong untuk melaporkan berita baik (*good news*) sehingga tidak akan dicurigai kinerja perusahaan yang buruk. Namun, para manajer perusahaan yang mengalami kinerja perusahaan yang buruk tidak akan terdorong untuk melaporkan berita buruk tersebut, meskipun demikian manajer perusahaan yang mengalami kinerja perusahaan buruk akan terdorong untuk melaporkan berita buruk (*bad news*) tersebut untuk mempertahankan kredibilitasnya yang ada dipasar modal. Perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas daripada yang dibutuhkan. Misalnya, dalam penyampaian informasi melalui *signalling* merupakan pencapaian informasi laba dan informasi lainnya dalam laporan tahunan perusahaan, lebih khususnya informasi yang mengenai pengungkapan *Corporate Social Responcebility* (CSR) yang diharapkan untuk memberikan informasi mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang pada investor maupun calon investor. Perusahaan yang memiliki laba yang tinggi merupakan informasi yang baik bagi investor, namun laba yang tinggi saja tidak cukup untuk dijadikan prediksi prospek informasi perusahaan dimasa yang akan datang karena informasi tersebut bisa saja informasi yang bias sehingga informasi tambahan dibutuhkan seperti *corporate social responsibility*, dan *leverage* untuk mengambil keputusan untuk berinvestasi.

Mogdiliani-Miller (Brigham dan Houston, 2009:439) memiliki asumsi bahwa setiap orang, baik investor dan manajer, memiliki informasi yang sama tentang prospek perusahaan. Asumsi tersebut sebagai *asymmetric information*. Pada kenyataannya, manajer yang sering memiliki informasi lebih baik daripada informasi yang didapat oleh investor. Asumsi tersebut memiliki dampak penting terhadap struktur modal optimal. Penyebabnya yaitu mempertimbangkan dua situasi, yang pertama dimana manajer perusahaan mengetahui bahwa prospeknya sangat menguntungkan dan yang kedua yaitu dimana manajer mengetahui bahwa prospek perusahaan kedepannya tidak menyenangkan. Menurut Scott (2015:23), terdapat dua macam asimetri informasi yaitu: (1) *Adverse selection* adalah manajer perusahaan dan para pihak dalam (insiders) lainnya mengetahui banyak tentang keadaan dan prospek perusahaan disbanding investor. Informasi yang dapat mempengaruhi keputusan pemegang saham, tidak disampaikan; (2) *Moral hazard*, yaitu

kegiatan yang dilakukan manajer perusahaan tidak seluruh diketahui oleh pemegang saham atau pemberi pinjaman. Timbulnya informasi asimetri ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholders* lainnya.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Suatu perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan harus dapat mengungkapkan kondisi perusahaan yang sebenarnya, sehingga informasi laporan keuangan tersebut bisa memberikan manfaat bagi masyarakat umum. Dalam pengambilan keputusan perusahaan harus memberikan informasi yang relevan. Salah satu indikator dalam suatu informasi akuntansi yang relevan merupakan adanya suatu reaksi pemodal pada saat diumumkannya suatu informasi yang dapat diamati dari pergerakan harga saham. Informasi yang dapat diperoleh dari sebuah laporan keuangan terdiri atas dua informasi yaitu informasi financial dan informasi *non financial*.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yang dikutip oleh (Silalahi, 2014) menyatakan Bahwa: "*Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan*". Sedangkan menurut Hadi (2011:206) mendefinisikan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan baik yang berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan.

Luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diprosikan dengan *corporate social responsibility* indeks merupakan salah satu informasi terbaru perusahaan yang akan merubah nilai perusahaan disamping informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan. Perusahaan yang menggunakan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya dapat memberikan nilai yang lebih tinggi bagi investor dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Informasi tambahan akan menimbulkan reaksi investor sebagai penilaian perusahaan dan pertimbangan untuk berinvestasi selain informasi laba perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban terhadap sosial dan lingkungan dimana perusahaan itu berada (Septiana, 2014:3)

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) menyatakan pertanggung jawaban sosial perusahaan dilaporkan dalam *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* merupakan pelaporan yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial, ekonomi, pengaruh terhadap kinerja organisasi dalam konteks berkelanjutan (*sustainability development*).

Corporate social responsibility (CSR) diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan dalam satu tahun berjalan. Pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diukur melalui *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)*, *CSDI* dapat diukur melalui penilaian *Global Report Initiative (GRI)* dalam *Sustainability Report (SR)*. *Global Report Initiative (GRI)* merupakan sebuah jaringan yang berbasis organisasi yang telah melaporkan perkembangan dunia menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan terus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia (www.globalreporting.org).

Leverage

Leverage adalah suatu rasio untuk menunjukkan sejauh mana bisnis bergantung pada pembiayaan utang. Sudana (2011) menyatakan bahwa *leverage* muncul akibat perusahaan dalam pengoperasiannya menggunakan aset serta sumber dana yang dapat menimbulkan beban tetap bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki *leverage* dapat dihitung dengan menggunakan rasio perbandingan total hutang dengan aset sendiri. *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibanding aktivasinya (Kasmir, 2012:151). Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* terlalu tinggi dapat memperlihatkan bahwa komposisi total hutang semakin besar dibandingkan dengan total modal sendiri sehingga beban perusahaan akan semakin besar terhadap pihak luar (kreditur).

Earning Response Coefficient (ERC)

Menurut Rifani (2013) mendefinisikan koefisien respon laba sebagai efek setiap rupiah *unexpected earnings* terhadap *return* saham, biasanya diukur dengan *slope* koefisien dalam regresi *abnormal return* saham dan *unexpected earnings*. Sedangkan menurut Scott (2015) mendefinisikan ERC sebagai koefisien yang digunakan untuk mengukur besarnya *return* saham dalam merespon laba yang dilaporkan perusahaan. *Earnings Response Coefficient* (ERC) untuk mengukur tingkat *abnormal return* sekuritas dalam merespon komponen yang tidak terekspektasi dari pengumuman laba perusahaan, atau bisa diartikan terdapat variasi hubungan antara laba perusahaan dengan *return* saham. Kartadjuma (2010) menyatakan kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin dari tingginya koefisien respon laba, sebaliknya lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin nilai *earning respon coefficient* (ERC) yang rendah.

Penggunaan laba dapat menilai perusahaan untuk diperhatikan antara hubungan laba dengan *return*. Apabila laba dan *return* memiliki hubungan, maka laba akan dikatakan mempunyai kandungan informasi. Besaran yang menunjukkan antara hubungan laba dan *return* saham ini yang disebut dengan *earning response coefficient*. Penggunaan laba dapat digunakan untuk menilai perusahaan dapat diperhatikan dari hubungan laba dan *return*. Laba dinyatakan memiliki hubungan kandungan informasi, apabila laba dengan *return* memiliki hubungan. Respon pasar yang kuat terhadap informasi laba yang diumumkan perusahaan akan terlihat dari tingginya *earning response coefficient* (ERC). Demikian juga sebaliknya, respon pasar yang lemah terhadap informasi laba yang diumumkan perusahaan akan terlihat dari rendahnya *earning respon coefficient* (ERC), sehingga menunjukkan bahwa laba yang dilaporkan kurang berkualitas. Laba akuntansi yang sangat berkualitas merupakan laba yang memiliki sedikit gangguan persepsi di dalamnya sehingga dapat menggambarkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya kepada publik. Semakin besar gangguan persepsi dalam laba akuntansi (semakin rendah kualitas laba akuntansi) maka akan semakin kecil *earning response coefficient*.

ERC dan Pengungkapan Informasi dalam Laporan Tahunan

Laporan tahunan yaitu laporan perkembangan dan pencapaian yang berhasil didapat oleh perusahaan dalam setahun. Laporan tahunan perusahaan tersebut mencakup kinerja perusahaan, neraca dan laba rugi perusahaan dalam setahun serta memberikan gambaran mengenai tugas, peran dan pekerjaan pada masing-masing bidang. Laporan tahunan perusahaan tersebut dapat digunakan untuk berkomunikasi langsung dengan para investornya. Secara global, hubungan tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat beragam. Pengungkapan sukarela akan menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan yang lebih tinggi berasosiasi dengan kinerja pasar yang lebih baik (diukur dengan *return* saham).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk komitmen yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar untuk berkontribusi dalam melakukan pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial secara seimbang (Aziz, 2014). Menurut Kurniawan dan Nugrahanti (2012) menyatakan para investor berpikir bahwa investasi mereka jauh lebih aman karena keberlangsungan perusahaan juga terjamin, sehingga informasi dari laporan *Corporate Social Responsibility* tersebut dapat memberikan wacana baru bagi investor dan mengurangi pemakaian informasi laba yang kemungkinan juga terdapat informasi yang bias. Hasil penelitian Wulandari dan Wirajaya (2014) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Artinya setiap untuk diungkapkan dalam pelaporan tanggung jawab sosial atau tanggung jawab sosial direspon oleh pasar atau investor, yang artinya investor akan memberikan apresiasi terhadap perusahaan yang menggunakan tanggung jawab sosial. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Restuningdiah (2010) yang mengatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

Pengaruh *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Agus, 2010). Suatu perusahaan yang memiliki utang yang terlalu besar akan menghambat inisiatif dan fleksibilitas manajemen perusahaan tersebut untuk mengejar kesempatan yang dapat menguntungkan perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki hutang semakin besar maka akan menyebabkan semakin besarnya *financial leverage*. Tingginya *leverage* akan mengakibatkan investor takut untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, sehingga investor tidak akan mengambil risiko yang cukup besar. Sehingga pada saat perusahaan pengumuman laba mengakibatkan respon pasar akan menjadi relatif rendah. Perusahaan yang mendapatkan respon pasar yang relatif rendah maka akan mencerminkan perusahaan tersebut kurang berkualitas. Hasil penelitian dari Delvira dan Nelvirita (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap ERC. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis korelasional untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sanusi (2011:15) desain penelitian korelasional adalah desain penelitian yang dirancang untuk meneliti bagaimana kemungkinan hubungan yang terjadi antar variabel dengan memperhatikan besaran koefisien korelasi. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017, dengan melakukan survei ke Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan peneliti. Teknik *Purposive Sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang didasarkan pada suatu pertimbangan tertentu. Dalam pengambilan sampel ini menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2017 secara berturut-turut; (2) Perusahaan manufaktur yang laporan keuangannya tidak ditemukan di www.idx.co.id selama periode 2014-2017; (3) Perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan satuan rupiah; (4) Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama periode 2014-2017; (5) Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan CSR selama periode 2014-2017.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *earnings response coefficient* (ERC). *Earnings Response Coefficient* diukur dengan menggunakan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dan *Unexpected Earnings* (UE). Besarnya *earnings response coefficient* (ERC) diperoleh dengan melakukan tahapan sebagai berikut:

Dalam penelitian ini untuk mengukur *abnormal return* menggunakan *market adjusted model*. Menurut Jogiyanto (2015) rumus untuk menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai berikut:

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

$$CAR = \sum AR_{it}$$

Keterangan :

CAR : *Cumulative Abnormal Return*

AR_{it} : *Abnormal Return* untuk perusahaan i pada hari ke-t

R_{it} : *Return* harian perusahaan i pada hari ke-t

R_{mt} : *Return* indeks pasar pada hari ke-t

IHSG_t : Indeks harga saham gabungan pada waktu ke-t

IHSG_{t-1} : Indeks harga saham gabungan pada waktu ke t-1

P_{it} : Harga saham perusahaan i pada hari ke-t

P_{it-1} : Harga saham perusahaan i pada hari ke t-1

Pengukuran untuk laba per lembar saham dengan model *random walk* bisa dihitung menggunakan pengukuran *Unexpected Earnings*. Menurut Delvira dan Nelvirita (2013) rumus untuk menghitung *Unexpected Earnings* (UE) sebagai berikut:

$$UE_{it} = \frac{EPS_{it} - EPS_{it-1}}{EPS_{it-1}}$$

Keterangan:

UE_{it} : *unexpected earnings* perusahaan i pada periode t

EPS_{it} : *Earnings per share* perusahaan i pada periode t

EPS_{it-1} : *Earnings per share* perusahaan i pada periode t-1

Earning Response Coefficient (ERC) akan dihitung dari slope koefisien yang diperoleh dengan meregresikan antara proksi harga saham dengan laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan yaitu CAR, sedangkan proksi laba akuntansi yaitu UE. Besarnya koefisien respon laba dihitung dengan persamaan regresi atas data setiap perusahaan.

$$CAR_{it} = \alpha + \beta UE_{it} + \varepsilon$$

Keterangan :

- CAR_{it} : *Cummulative Abnormal Return* perusahaan I untuk interval tahun sebelum t hingga tahun t.
 UE_{it} : *Unexpected Earnings* perusahaan I pada periode t.
 α : Konstanta
 β : Koefisien yang menunjukkan ERC
 ε : *Standar error*

Variabel Independen

Corporate Social Responsibility (CSR)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate sosial responsibility* yang dapat diukur dengan *corporate social responsibility* indeks. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

- $CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j.
 n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$
 $\sum x_{ij}$: Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1. Jika tidak diungkapkan diberi nilai 0. Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$.

Leverage

Leverage ini dapat diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)* yang merupakan perbandingan total hutang dengan modal sendiri. Rumus untuk mengetahui tingkat hutang yaitu:

$$Debt\ to\ Ratio\ (DER) = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Ekuitas}$$

Variabel Kontrol

Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua variabel kontrol, yaitu *return on assets (ROA)* dan *price to book value (PBV)*. Adapun penjelasan masing-masing dalam variabel kontrol, sebagai berikut:

Return On Assets (ROA)

ROA merupakan rasio yang mengukur tingkat pengembalian aset ke semua perusahaan dan sering digunakan sebagai indeks keseluruhan profitabilitas. Perhitungan rasio ROA dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Kartika dan Hatane, 2013).

$$ROA = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Total\ Aset}$$

Price to book value (PBV)

PBV merupakan rasio pasar (*market ratio*) yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Dalam penelitian ini, PBV akan dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Tandelilin, 2014:385).

$$PBV = \frac{Harga\ Saham}{Nilai\ Buku\ Saham}$$

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data merupakan metode yang akan digunakan untuk menganalisis atau pengolahan data dalam rangka untuk memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Penelitian ini dalam teknik analisis adalah analisis regresi berganda, serta dapat juga menggunakan uji asumsi klasik dengan uji normalitas, autokorelasi heteroskedasitas, dan multikolinearitas. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian. Dilakukannya regresi berganda bertujuan untuk mengukur perubahan variabel dependen atas dasar nilai independen. Analisis regresi berganda untuk digunakan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen CSR dan *leverage* terhadap ERC. Persamaan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

$$ERC_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSRI_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 PBV_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan :

ERC_{it} : Koefisien respon laba perusahaan i pada perioda t

$CSRI_{it}$: *Corporate social responsibility disclosures Index* (mengukur jenis dari CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya)

LEV_{it} : *Leverage* perusahaan i pada perioda t

ROA_{it} : *Return On Assets* perusahaan i pada perioda t

PBV_{it} : *Price to book value* perusahaan i pada perioda t

ε : *Error*

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian.

Tabel 1
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ERC	156	-.19	.36	.0138	.05824
CSR	156	.22	.55	.3624	.08814
LEV	156	.08	5.20	.8305	.87787
ROA	156	.00	.53	.0897	.08619
PBV	156	.07	30.17	2.8955	4.51495
Valid N (listwise)	156				

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 156 data. Variabel ERC menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,0138 dan tingkat rata-rata penyimpangan sebesar 0,05824. Nilai minimum sebesar -0,19 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,36.

Pengungkapan CSR menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,3624 dan tingkat rata-rata penyimpangan sebesar 0,08814. Nilai sebesar 0,22 dan nilai maksimum sebesar 0,55. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata pengungkapan CSR di Indonesia masih rendah, selain itu rentang nilai maksimum dan minimum yang cukup jauh menunjukkan keberagaman jumlah pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan di Indonesia.

Leverage menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,8305 dan tingkat rata-rata penyimpangan sebesar 0,87787. Nilai minimum sebesar 0,08 dan nilai maksimum sebesar 5,20. *Return On Asset* (ROA) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,0897 dan tingkat rata-rata penyimpangan sebesar 0,08619. Nilai minimum sebesar 0,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,53. *Price To Book Value* (PBV) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 2,8955 dan tingkat rata-rata penyimpangan sebesar 4,51495. Nilai minimum sebesar 0,07 sedangkan nilai maksimum sebesar 30,17.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas. Hasil uji *normal probably plot* bahwa data terdistribusi normal. Uji normalitas juga dilakukan dengan uji statistik non-parametik *Kolmogrov-Smirnov*. Hasil

pengujian non-parametrik *kolmogrov-smirnov* adalah 1,344 dengan tingkat signifikansi 0,054, karena nilai signifikansi diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas. Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS, semua variabel bebas yang ada memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi. Uji autokorelasi terjadi ketika adanya korelasi secara linier antara residual periode t dengan residual periode sebelumnya (t-1). Analisis regresi yang baik tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2011). Berdasarkan nilai DW diketahui bahwa model regresi yang terbentuk tidak terjadi autokorelasi karena angka *Durbin Watson* berada diantara -2 sampai +2 yaitu 1,630

Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola grafik *scatterplot*. Hasil dari grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit)

Uji kelayakan model pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011:98). Pengujian ini dilakukan dengan menentukan *level of significant* dengan *alpha* (α) sebesar 5%.

Tabel 2
Uji Goodness of Fit ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.049	4	.012	3.845	.005 ^b
Residual	.477	151	.003		
Total	.526	155			

a. Dependent Variable: ERC

b. Predictors: (Constant), CSR, LEV, ROA, PBV

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2018

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi R² adalah hasil pengkuadratan dari hasil koefisien korelasi (R²) yang dapat digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 3
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.250 ^a	.062	.038		.05713

a. Predictors: (Constant), CSR, LEV, ROA, PBV

b. Dependent Variable: ERC

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa hasil dari nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,038 yang berarti sebanyak 3,8% variabel CSR, *Leverage*, ROA dan PBV dapat menjelaskan ERC sedangkan sisanya 96,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2011:97).

Tabel 4
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.090	.058		18.773	.000
CSR	.123	.057	.186	2.156	.033
LEV	-.017	.012	-.121	-1.418	.158
ROA	.003	.055	.005	.059	.953
PBV	-.038	.012	-.267	-3.310	.001

a. Dependent Variable: ERC

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2018

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap ERC

Nilai uji t variabel *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebesar 2,156 dan tingkat signifikansi 0,033 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient* (ERC). Sehingga hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ERC dapat diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ERC artinya investor menaruh perhatian terhadap laporan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan untuk pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Mengkaitkan dengan teori yang digunakan oleh peneliti, penelitian ini menggunakan teori sinyal atau *signaling theory*. *Signaling theory* adalah suatu dorongan perusahaan yang memberikan informasi sehingga tidak adanya asimetri informasi, salah satunya informasi yang diungkapkan adalah tanggung jawab sosial. Informasi tersebut untuk memberikan sinyal tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Sehingga dapat diterima oleh pasar secara positif maka mampu mempengaruhi kinerja perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan tersebut. Perusahaan yang mengungkapkan informasi lebih lengkap dimaksudkan agar memperoleh reputasi yang baik kemungkinan dapat menarik investor untuk berinvestasi. Sinyal yang diberikan oleh perusahaan dengan mencoba untuk memberikan suatu informasi atas implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan oleh perusahaan dapat dijadikan sinyal yang positif oleh investor. Tinggi rendahnya *corporate social responsibility* (CSR) yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunan dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan dana pada perusahaan.

Hasil ini mendukung penelitian Daud dan Afni (2008) menemukan pengaruh yang positif antara CSR dan ERC yang artinya bahwa jika informasi tanggung jawab sosial semakin banyak diungkapkan maka semakin meningkatkan ERC perusahaan tersebut. Perusahaan yang melakukan informasi pengungkapan CSR akan mengindikasikan bahwa akan direspon baik oleh pasar. Namun hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Restuningdiah (2010) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC.

Pengaruh *Leverage* terhadap ERC

Nilai uji t variabel *leverage* adalah sebesar -1,418 dan tingkat signifikansi 0,158 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap

earning response coefficient (ERC). Sehingga hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap ERC tidak dapat diterima.

Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan menyebabkan *earning response coefficient* (ERC) rendah. Penyebab hipotesis ini ditolak dan tidak sesuai dengan teori yang digunakan serta penelitian terdahulu dikarenakan tingkat *leverage* yang dikatakan dapat menyebabkan risiko kebangkrutan spesifik untuk tiap-tiap perusahaan. Kemungkinan investor berasumsi bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi berarti memiliki utang yang lebih besar dibandingkan modal. Oleh karena itu besarnya *leverage* tidak mempengaruhi respon investor (Risky, 2009). Dapat disimpulkan, hal ini dapat terjadi karena perusahaan yang memiliki hutang terlalu tinggi bisa saja perusahaan sedang bertumbuh. Oleh karena itu, *leverage* bukan merupakan fokus utama investor dalam membuat keputusan investasi. Kemungkinan investor tidak melihat tingkat hutang dalam pengambilan keputusan investasi, sehingga *leverage* tidak mempengaruhi respon terhadap laba.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Indra, *et al.*, (2011) yang menyimpulkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC), tetapi berbeda dengan hasil penelitian Kurniawati, (2012) yang menyimpulkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Hasil pengujian terhadap variabel kontrol *Return on Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap ERC. Nilai uji t variabel ROA adalah sebesar 0,059 dan tingkat signifikansi 0,953 lebih besar dari 0,05. Hal tersebut membuktikan bahwa tinggi rendahnya ROA tidak mempengaruhi tingkat nilai ERC. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori yang mengungkapkan bahwa besar profitabilitas suatu perusahaan kemungkinan respon investor terhadap perusahaan tersebut akan semakin besar serta menunjukkan bahwa ROA tidak terlalu dipertimbangkan oleh investor untuk pengambilan keputusan. Kemungkinan para investor tidak peduli atas informasi yang diukur dengan ROA, karena ROA dapat memperlihatkan tingkat pengambilan atas aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, sehingga investor lebih peduli pada tingkat pengembalian yang dilihat dari investasi yang akan dilakukannya. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Kusumawardhani dan Nugroho (2010) yang menemukan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap ERC tetapi hasil ini sejalan dengan Fitri (2013) bahwa tidak ada pengaruh signifikan ROA terhadap ERC.

Hasil pengujian terhadap variabel kontrol *Price To Book Value* (PBV) berpengaruh negatif terhadap ERC. Nilai uji t variabel PBV adalah sebesar -3,310 dan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang telah memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi akan menurunkan informasi laba. Dengan kata lain investor akan lebih cepat memperhitungkan tingkat pertumbuhan perusahaan dibandingkan dengan informasi laba. Kemungkinan investor cenderung untuk "membeli" masa depan (*price to book value*) dibandingkan dengan "masa lalu" (*earnings*).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Silalahi (2014) yang mendapatkan hasil bahwa PBV mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ERC. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Imroatussolilah (2013) yang menyatakan bahwa PBV tidak berpengaruh terhadap ERC karena kesempatan bertumbuh tidak dapat mempengaruhi ERC.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC); (2) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC); (3) Variabel Kontrol *Return On*

Asset (ROA) tidak berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC); (4) variabel Kontrol *Price To Book Value* berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

Saran

Berdasarkan simpulan penelitian yang telah diungkapkan diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah: (1) Disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan periode lebih lama lagi dan menggunakan sampel yang lebih luas. Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat; (2) Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel kontrol lainnya yang berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC) dalam penelitian selanjutnya (misalkan Beta dan struktur permodalan perusahaan); (3) Peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan ERC maka disarankan untuk melihat Adjusted R square penelitian ini masih cukup rendah. Disarankan untuk menambahkan variabel independen seperti persistensi laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. I. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang diukur Dengan Return On Asset Dan Return On Equity (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Pada Burs Efek Indonesia Periode Tahun 2009-2012). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom*. Bandung.
- Agus, R. S. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.
- Barus, R. dan R. Maksun. 2011. Analisis Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya terhadap Harga Saham. *Seminar Nasional Kontribusi Dunia Pendidikan Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi dalam Penguatam Perekonomian Bangsa*.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2009. *Fundamentals of Financial Management*. 12th Edition. South-Western Cengage Learning. Mason.
- Daud, R. M. dan S. N. Afni 2008. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Disclosure, Timeless, dan Debet To Equity Ratio Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi* 1(1).
- Delvira, M. dan S. Nelvirita. 2013. Pengaruh Risiko Sistemik, Leverage dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). Studi pada perusahaan manufaktur yang go public di BEI tahun 2008-2010). *Jurnal WRA* 1(1) : 129-154.
- Fitri, L. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Mnuufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ginting, A. N. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Ed. 1th. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Harahap, S. S. 2011. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi 2011. Rajawali Pers. Jakarta.
- _____. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Edisi 11. Rajawali Pers. Jakarta.
- Hendrianto, 2012. Tingkat Kesulitan Keuangan Perusahaan Dan Konservatisme Akuntansi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* 1(3).
- Imroatussolihah, E. 2013. Pengaruh Risiko, Leverage, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 1(1): 75-87.
- Indra, A. Z., A. Zahron, dan A. Rosianawati. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC) Studi Pada Perusahaan Properti

- Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 16(01).
- Jogiyanto, H. 2015. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Cetakan Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Kartadjumena, E. 2010. Pengaruh Voluntary Disclosure of Financial Information dan CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Akuntansi (Online)*.
- Kartika, M. dan Hatane, S. E. 2013. Pengaruh Intellectual Capital Pada Profitabilitas Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2007-2011. *Business Accounting Review* 1(2)
- Kasmir, 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Keenam. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kurniawan, T. W. dan Y. W. Nugrahanti. 2012. Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility Disclosure) Terhadap Earnings Response Coefficient. *Oference In Business, Accounting, and Management* 1(1).
- Kurniawati, A. D. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient. *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Kusumawardhani, I. dan J. S. Nugroho. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Size, dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient. *Kajian Akuntansi* 5(1):22-23.
- Restuningdiah, N. 2010. Kinerja Lingkungan terhadap Return on Asset Melalui Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 14(2).
- Rifani, A. 2013. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Hubungan Manajemen Laba dan Kualitas Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Perusahaan Go Public yang terdaftar Di CGPI). *E-journal UNP*: 611-370.
- Risky, I. P. 2009. Pengaruh Alokasi Pajak Antar Periode, Prsistensi Laba, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba. *Skripsi*. STIE Perbanas. Jakarta.
- Sanusi, A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Scott, W. R. 2010. *Financial Accounting Theory*. Prentice Hall Inc. Toronto.
- _____. 2012. *Financial Accounting Theory*. Edited By Gary Bennet. Sixth Edit. Pearson. Toronto.
- _____. 2015. *Financial Accounting Theory*. Seventh Edition. Pearson.
- Septiana, F. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Silalahi, S. P. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Beta dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi* 22(1)
- Subramanyam. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Buku 1 dan Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Sudana, I. M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Suwardjono. 2014. *Teori Akuntansi Perekayasaan Laporan Keuangan*. Edisi Ketiga. BPFE. Yogyakarta.
- Tandelilin, E. 2014. *Teori dan Aplikasi Portofolio dan Investasi*. Edisi Pertama. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Wulandari, K. T. dan I. G. A. Wirajaya. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 6(3): 355-369.