

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu tentang *Earnings response coefficient* (ERC), antara lain sebagai berikut:

1. **Gusti Ayu Putu Sintya Aryanti dan Eka Ardhani Sisdyani (2016)**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* dengan menambahkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas sebagai variabel independen, *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi, dan *earnings response coefficient* sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melaksanakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam *annual report* secara berturut-turut yaitu sebanyak 18 perusahaan pertambangan dari sampel 39 perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2014. Teknik analisis data yang digunakan ialah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara positif pada *earnings response coefficient* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *response coefficient*

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi *earnings*

response coefficient, dan menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi dan menggunakan sampel dari sektor pertambangan. Selain itu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) sebagai teknik analisis data. Perbedaan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2014 dan penelitian saat ini menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2016.
2. Penelitian terdahulu menggunakan *CSR Disclosure Index* dengan skor maksimal sebanyak 78 item, sedangkan penelitian saat ini menggunakan *CSR Disclosure Index* terbaru dengan skor maksimal sebanyak 91 item.
3. Penelitian terdahulu menggunakan proksi *Return On Equity* (ROE) sebagai proksi pengukuran dari profitabilitas, sedangkan penelitian saat ini menggunakan proksi *Return On Assets* (ROA) sebagai proksi pengukuran dari profitabilitas.

2. **I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi et al (2016)**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan dan implikasinya pada *earnings response coefficient* (ERC). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan sebagai variabel independen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 76 perusahaan manufaktur yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, profitabilitas berpengaruh negatif pada *earnings response coefficient* (ERC), ukuran perusahaan berpengaruh positif pada *earnings response coefficient* (ERC), dan ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan mampu memediasi pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan pada *earnings response coefficient* (ERC).

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Perbedaan penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2014 sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2016.
2. Penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan sebagai variabel independen sedangkan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas (*profitability*) sebagai variabel independen.
3. Penelitian terdahulu menggunakan ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan sebagai variabel pemoderasi terhadap pengaruh variabel independen pada variabel dependen, sedangkan penelitian saat ini

menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi terhadap pengaruh variabel independen pada variabel dependen.

4. Teknik analisis data yang digunakan oleh penelitian terdahulu yaitu menggunakan teknik analisis jalur (*Path Analysis*) dan juga dilakukan Uji Sobel untuk menguji kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel mediasi sedangkan penelitian saat ini menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) sebagai teknik analisis data dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi.

1. Medy Nisrina dan Vinola Herawaty (2016)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perataan laba, tata kelola perusahaan, peluang pertumbuhan, persistensi laba, dan *leverage* pada *earnings response coefficient* dengan pengungkapan modal intelektual sebagai variabel moderating. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perataan laba, tata kelola perusahaan, peluang pertumbuhan, persistensi laba, dan *leverage* sebagai variabel independen. Variabel dependen adalah keinformatifan laba yang diukur dengan *earnings response coefficient*, dan pengungkapan modal intelektual sebagai variabel moderating. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 101 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2012-2014. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan dan peluang pertumbuhan memiliki pengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*, *leverage* berpengaruh negative terhadap *earnings response coefficient*, perataan laba dan persistensi laba tidak memiliki pengaruh apapun untuk *earnings response coefficient*, serta pengungkapan modal intelektual dapat memperkuat hubungan positif antara peluang pertumbuhan dan *earnings response coefficient*, pengungkapan modal intelektual dapat memperkuat hubungan negatif antara *leverage* dan *earnings response coefficient*. Namun, pengungkapan modal intelektual tidak dapat memoderasi hubungan perataan laba dan persistensi laba terhadap *earnings response coefficient*. Selain itu, profitabilitas sebagai variabel kontrol memberikan pengaruh positif untuk *earnings response coefficient*, sedangkan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh pada *earnings response coefficient*.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan peluang pertumbuhan sebagai variabel yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Perbedaan penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas dan *firm size* sebagai variabel kontrol, sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel independen.
2. Penelitian terdahulu menggunakan pengungkapan modal intelektual sebagai variabel pemoderasi sedangkan penelitian saat ini menggunakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel pemoderasi

terhadap pengaruh profitabilitas terhadap *Earnings response coefficient* (ERC).

3. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2014, sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2016.
4. Penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data, sedangkan penelitian saat ini menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) sebagai teknik analisis datanya.

4. **Gunawan Santoso (2015)**

Tujuan penelitian ini adalah membuktikan pengaruh struktur modal, reputasi KAP, kesempatan bertumbuh, profitabilitas, ukuran perusahaan, risiko sistematis, persistensi laba, dan volatilitas saham terhadap koefisien respon laba dengan variabel pemoderasian *unexpected return*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah struktur modal, reputasi KAP, kesempatan bertumbuh, profitabilitas, ukuran perusahaan, risiko sistematis, persistensi laba, dan volatilitas saham sebagai variabel independen. Variabel dependen adalah *earnings response coefficient*, dan *unexpected return* sebagai variabel pemoderasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 141 data yang terdiri dari 47 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015. Teknik analisis data yang digunakan ialah regresi linear berganda dan *moderating regression analysis*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *unexpected return* sebagai variabel pemoderasian masih belum dapat memperkuat pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen. Hasil dari pengujian hipotesis ditemukan bahwa volatilitas saham berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba, sementara struktur modal, reputasi KAP, kesempatan bertumbuh, profitabilitas, ukuran perusahaan, risiko sistematis, dan persistensi laba tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi *earnings response coefficient*.

Perbedaan penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian terdahulu menggunakan struktur modal, reputasi KAP, kesempatan bertumbuh, profitabilitas, ukuran perusahaan, risiko sistematis, persistensi laba, dan volatilitas saham sebagai variabel independen, sedangkan penelitian saat ini profitabilitas (*profitability*) sebagai variabel independen
2. Penelitian terdahulu menggunakan *unexpected earnings* sebagai variabel pemoderasi, sedangkan penelitian saat ini menggunakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel pemoderasi.
3. Penelitian terdahulu menggunakan sampel penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015, sedangkan penelitian sekarang menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2016.
4. Penelitian terdahulu menggunakan regresi linear berganda dan *Moderating Regression Analysis (MRA)* sebagai teknik analisis data,

sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis data *Moderating Regression Analysis (MRA)*.

5. **Hasanzade et al (2013)**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *financial leverage*, *growth opportunities*, *systemic risk*, kualitas laba dan *profitability* sebagai variabel independen. Variabel dependen adalah *earnings response coefficient*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 202 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Tehran pada periode 7 tahun (tahun 2006-2012). Teknik analisis data yang digunakan ialah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas laba dan *earnings response coefficient*, terdapat hubungan yang signifikan antara kesempatan bertumbuh dan *earnings response coefficient* dan terdapat hubungan yang signifikan antara profitabilitas dan *earnings response coefficient*, terdapat hubungan yang signifikan antara resiko sistematis dan *earnings response coefficient* dan tidak ada hubungan yang signifikan dengan *financial leverage* dan *earnings response coefficient*.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Perbedaan penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian terdahulu menggunakan *financial leverage*, *growth opportunities*, *systemic risk*, dan *profitability* sebagai variabel independen.

Sedangkan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas (*profitability*) sebagai variabel independen.

2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Tehran pada tahun 2006-2012, sedangkan penelitian sekarang menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2016.
3. Penelitian terdahulu menggunakan model regresi untuk menguji hipotesisnya, sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis data *Moderating Regression Analysis* (MRA).

5. Rosa Aprilia Melati dan Kurnia (2013)

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Variabel yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas sebagai variabel bebas dan *earnings response coefficient* (ERC) sebagai variabel terikat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang

mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC). Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas sebagai variabel bebas atau yang mempengaruhi kualitas laba (*earnings response coefficient*) sedangkan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC) dan menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi.
2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur dengan periode penelitian 2009-2011 sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan dengan periode penelitian 2013-2016.
3. Penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis data *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan adanya variabel moderasi.

6. Erma Setiawati *et al* (2012)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas sebagai variabel independen. Variabel dependen adalah *earnings response coefficient*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2009-2011. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, sedangkan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, dan profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Perbedaan penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian terdahulu menggunakan ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas sebagai variabel independen. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas (*profitability*) sebagai variabel independen.
2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2011, sedangkan penelitian sekarang menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015.
3. Penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesisnya, sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis data *Moderating Regression Analysis* (MRA).

8. Yulius Kurnia Susanto (2012)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji beberapa faktor yang memengaruhi koefisien respon laba. Variabel yang digunakan dalam

penelitian ini adalah struktur modal, reputasi audit, kesempatan bertumbuh, profitabilitas, ukuran perusahaan, resiko sistematis, persistensi laba, dan volatilitas saham sebagai variabel independen. Variabel dependen adalah *earnings response coefficient*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2007-2009. Teknik analisis data menggunakan *moderating regression analysis* (MRA).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, reputasi KAP berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient*, kesempatan bertumbuh berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient*, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient*, resiko sistematis berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, persistensi laba tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, dan volatilitas saham berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Serta teknik analisis data yang digunakan juga sama yaitu menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Perbedaan penelitian terdahulu dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian terdahulu menggunakan struktur modal, reputasi audit, kesempatan bertumbuh, profitabilitas, ukuran perusahaan, resiko

sistematik, persistensi laba, dan volatilitas saham sebagai variabel independen. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas (*profitability*) sebagai variabel independen.

2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2009, sedangkan penelitian sekarang menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2016.

9. Muhammad Arfan dan Ira Antasari (2008)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas sebagai variabel independen dan *earnings response coefficient* (ERC) sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di *Jakarta Stock Exchange* (JSE) minimal sejak tahun 2003 sampai tahun 2005 tidak pernah di *delist* dan tidak memiliki laba negatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan metode analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) pada emiten manufaktur di Bursa Efek Jakarta sedangkan hanya pertumbuhan perusahaan yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (*earnings response coefficient*).

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) dan menggunakan koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) sebagai variabel yang dipengaruhi. Perbedaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu menggunakan ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas sebagai variabel independen, sedangkan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel terikat atau dependen.
2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dengan rentang waktu hanya 3 tahun yaitu dari tahun 2003 sampai 2005 sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian 2013-2016.
3. Penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data regresi berganda sebagai pengujian hipotesisnya, sedangkan penelitian saat ini menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) sebagai teknik pengujian hipotesisnya.

Tabel 2.1
PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU

No.	Judul/Peneliti/Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Profitabilitas pada <i>Earnings response coefficient</i> dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi Peneliti: Gusti Ayu Putu dan Eka Ardhani Sisdyani (2016)	a. Profitabilitas berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> b. Pengungkapan CSR belum mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap <i>earnings response coefficient</i>	a. Penelitian terdahulu menggunakan tahun penelitian 2012-2014, sedangkan penelitian saat ini menggunakan tahun penelitian 2013-2016 b. Penelitian terdahulu menggunakan CSRDI dengan skor maksimal 78 item, sedangkan penelitian saat ini menggunakan CSRDI dengan skor maksimal 91 item c. Penelitian terdahulu menggunakan proksi ROE sebagai pengukuran dari profitabilitas, sedangkan penelitian saat ini menggunakan proksi ROA sebagai pengukuran dari profitabilitas	a. Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen b. CSR sebagai variabel moderasi
2.	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap <i>earnings response coefficient</i>	a. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur periode 2012-2014,	Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas

	<p>Ketepatanwaktuan Penyampaian Laporan Keuangan dan Implikasinya pada <i>Earnings response coefficient</i></p> <p>Peneliti: I Gusti Ayu R.P.D., I Ketut Yadnyana dan I Putu Sudana (2016)</p>		<p>penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan periode 2013-2016</p> <p>b. Penelitian terdahulu menggunakan <i>timelines</i> sebagai variabel mediasi, sedangkan penelitian saat ini menggunakan CSR sebagai variabel moderasi</p>	<p>sebagai variabel independen</p>
3.	<p>Peran <i>Intellectual Capital Disclosure</i> Sebagai Pemodarsi Pengaruh Perataan Laba, Corporate Governance, Kesempatan Bertumbuh, Persistensi Laba Dan Leverage terhadap Keinformatifan Laba</p> <p>Peneliti: Medy Nisrina M dan Vinola Herawaty (2016)</p>	<p>Profitabilitas sebagai variabel kontrol berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i></p>	<p>a. Penelitian terdahulu menggunakan <i>Intellectual Capital Disclosure</i> sebagai variabel moderasi, penelitian saat ini menggunakan CSR sebagai variabel moderasi</p> <p>b. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur dengan periode penelitian 2012-2014, sedangkan penelitian saat menggunakan sampel perusahaan pertambangan dengan periode penelitian 2013-2016</p>	<p>Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi <i>earnings response coefficient</i>.</p>
4.	<p>Determinan Koefisien Respon Laba</p>	<p>Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap</p>	<p>a. Penelitian terdahulu menggunakan variabel</p>	<p>a. Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas</p>

	Peneliti: Gunawan Santoso (2015)	<i>earnings response coefficient</i>	<i>unexpected earnings</i> sebagai variabel pemoderasi, sedangkan penelitian saat ini menggunakan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel pemoderasi. b. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur dengan periode 2013-2015, sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan untuk periode 2013-2016.	sebagai variabel yang mempengaruhi <i>earnings response coefficient</i> . b. Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini juga menggunakan <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA) sebagai teknik analisis data.
5.	Factors Affecting the <i>Earnings response coefficient</i> : An Empirical study for Iran Peneliti: Mahboobe Hasanzade, Roya Darabi, dan Gholamreza Mahfoozi (2013)	Profitabilitas signifikan <i>earnings coefficient</i> berpengaruh terhadap <i>response</i>	Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur di Bursa Efek Tehran dengan periode penelitian 2006-2012, sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2013-2016.	Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi <i>earnings response coefficient</i>
6.	Pengaruh Pengungkapan Informasi CSR dan Profitabilitas Terhadap <i>Earnings response coefficient</i> (ERC).	Profitabilitas signifikan <i>earnings coefficient</i> (ERC) berpengaruh terhadap <i>response</i>	a. Penelitian terdahulu menggunakan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan profitabilitas sebagai variabel bebas terhadap kualitas laba (<i>earnings response coefficient</i>)	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi <i>earnings</i>

	Peneliti: Rosa Aprilia Melati dan Kurnia (2013)		<p>sedangkan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi <i>earnings response coefficient</i> (ERC) dan menggunakan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) sebagai variabel pemoderasi.</p> <p>b. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur dengan periode penelitian 2009-2011 sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan dengan periode penelitian 2013-2016.</p>	<i>response coefficient</i> (ERC).
7.	Analisis Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2009-2011)	Profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>earnings response coefficient</i>	Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur dengan periode penelitian 2009-2011, sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan untuk periode penelitian 2013-2016	Penelitian saat ini juga menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi <i>earnings response coefficient</i> seperti yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya.

	Peneliti: Erma Setiawati, Nursiam, dan Fitri Apriliana (2012)			
8.	Determinan Koefisien Respon Laba Peneliti: Yulius Kurnia Susanto (2012)	Profitabilitas berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> tidak terhadap <i>response</i>	Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur dengan periode penelitian 2007-2009, sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan untuk periode penelitian 2013-2016	a. Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi <i>earnings response coefficient</i> seperti yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya b. Penelitian saat ini menggunakan teknik analisis data yang sama dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> .
9.	Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba Pada Emiten Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. Peneliti: Muhammad Arfan dan Ira Antasari (2008)	Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap koefisien respon laba (<i>earnings response coefficient</i>) pada emiten manufaktur di Bursa Efek Jakarta tidak terhadap respon laba	Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dengan rentang waktu hanya 3 tahun yaitu dari tahun 2003 sampai 2005 sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian 2013-2016.	Persamaan penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi koefisien respon laba (<i>earnings response coefficient</i>)

Tabel 2.2
TABEL MATRIKS PENELITIAN TERDAHULU

NO.	Peneliti	Independen	Moderasi
		Profitabilitas	Corporate Social Responsibility
1.	Gusti Ayu Putu dan Eka Ardhani Sisdayani (2016)	S+	Tidak mampu memoderasi
2.	I Gusti Ayu R.P.D., I Ketut Yadnyana dan I Putu Sudana (2016)	S+	
3.	Medy Nisrina M dan Vinola Herawaty (2016)	S+	
4.	Gunawan Santoso (2015)	TS	
5.	Mahbbobe Hasanzade, Roya Darabi, dan Gholamreza Mahfoozi (2013)	S+	
6.	Rosa Aprilia Melati dan Kurnia (2013)	S+	
7.	Erma Setiawati, Nursiam dan Fitri Apriliana (2012)	S-	
8.	Yulius Kurnia Susanto (2012)	TS	
9.	Muhammad Arfan dan Ira Antasari (2008)	TS	

Sumber : data diolah

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (teori pemberi isyarat) diasumsikan bahwa manajer dapat memberikan informasi tentang perusahaan bagi investor dalam dasar pengambilan keputusan investasi. Dalam hal ini, manajer/perusahaan adalah orang yang bisa diasumsikan yang lebih banyak mengetahui mengenai nilai perusahaan di masa yang akan datang dibanding siapapun. Karena apabila pihak eksternal kurang dalam memperoleh informasi mengenai perusahaan hal ini dapat menyebabkan

mereka melindungi diri mereka dengan memberikan penilaian yang rendah untuk suatu perusahaan.

Anisa Yoga Nurhanifah dan Tresno Eka Jaya (2014) menjelaskan manajemen menyajikan informasi keuangan yang dikhususkan pada laporan laba rugi yang diharapkan dapat memberikan *signal* yang baik bagi pemegang saham. *Signal* dapat berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain, misalnya dalam hal ini seperti informasi laba dan dividen yang dibayarkan.

Houaton dan Brigham (2001) teori sinyal adalah suatu sikap atau tindakan yang diambil perusahaan dalam memberikan petunjuk kepada investor mengenai manajemen dalam melihat prospek perusahaan. Sinyal ini dapat diberikan dalam bentuk informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh perusahaan (manajemen) dalam merealisasikan keinginan pemilik entitas. Informasi ini akan dikeluarkan oleh perusahaan dan menjadi hal yang penting, karena pengaruh yang ditimbulkan terhadap para investor dan pelaku bisnis dimana informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik keadaan di masa lalu, saat ini ataupun di masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efek yang ditimbulkan pada perusahaan.

Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan sebagai suatu pengumuman kepada para pemangku kepentingan akan memberikan sinyal tersendiri bagi investor dalam melakukan pertimbangan pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi dipublikasikan, investor terlebih dahulu akan melakukan analisis terhadap informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*)

atau sinyal buruk (*bad news*). Informasi tersebut dikatakan *good news* apabila informasi tersebut menguntungkan daripada apa yang di analisis sebelumnya dan begitupun sebaliknya (Jogiyanto, 2014).

Zhang dan Penman (2002) menyatakan bahwa informasi laba yang dapat memberikan *signal* merupakan laba yang mengalami pertumbuhan dalam kondisi stabil (*sustainable*). Hal ini yang dimaksud dengan laba yang stabil (*sustainable earnings*) adalah laba yang dijadikan sebagai indikator di masa yang akan datang dan mempunyai kualitas yang tinggi. Oleh karena itu, *signal* yang dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan akan memberikan respon baik itu *signal* dalam bentuk *bad news* ataupun *good news* terhadap reaksi pasar dan bermanfaat bagi pemangku kepentingan perusahaan dalam menanamkan modal usaha di suatu perusahaan.

Teori sinyal (*Signaling Theory*) merupakan teori yang menyatakan tentang adanya dorongan terhadap perusahaan agar memberikan informasi kepada pihak eksternal (Widya Hastuti, 2014). Oleh karena itu penelitian ini menggunakan teori sinyal karena adanya ketidaksamaan informasi yang dimiliki baik dari pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi perusahaan yang dimiliki, baik secara finansial maupun non finansial. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu informasi yang wajib dipublikasikan oleh perusahaan terutama dalam sektor pertambangan.

2.2.2 Teori Relevansi Nilai (*Value Relevance Theory*)

Informasi yang publikasikan oleh perusahaan haruslah informasi yang mempunyai relevansi khususnya dalam hal pengambilan keputusan para pemangku kepentingan penanam modal. Informasi yang relevan merupakan informasi yang dapat memenuhi kebutuhan para pemakai informasi laporan keuangan dan para pengambil keputusan. Relevansi merupakan sebuah kapasitas informasi yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan oleh para pemangku kepentingan dalam hal ini pemakai informasi untuk melakukan prediksi atas kejadian di masa lampau, saat ini, dan masa yang akan datang baik untuk mengoreksi atau mengkonfirmasi. Suatu laporan yang dipublikasikan dapat dikatakan relevan apabila data/informasi yang disajikan hanya berkaitan dengan transaksi yang bersangkutan (Kieso, *et al* 2002).

Laporan keuangan yang dipublikasikan oleh suatu perusahaan harus dapat memberikan pengungkapan mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya. Dengan adanya informasi yang relevan, para pemakai informasi dapat menggunakan informasi untuk mengevaluasi kejadian atau peristiwa di masa lampau, masa kini maupun masa depan. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat informasi tersebut relevan atau tidak adalah adanya reaksi pasar/pemodal pada saat diumumkannya suatu informasi yang dapat dilihat dari pergerakan harga sekuritas. Menurut Scott (2015:153) menyatakan ketika harga suatu sekuritas memberikan respon dengan caranya, maka informasi tersebut dapat dikatakan relevan. Dengan hal ini suatu informasi yang disajikan atau diumumkan oleh suatu entitas akan memberikan respon tersendiri bagi para

pemangku kepentingan, ketika respon tersebut terjadi investor akan membuat pertimbangan tersendiri dalam pengambilan keputusan investasi. Respon yang dihasilkan dapat dikatakan bahwa informasi yang dipublikasikan telah relevan.

Informasi akuntansi harus mampu mempengaruhi sebuah keputusan. Jika informasi tidak dapat mempengaruhi sebuah keputusan, maka dapat dikatakan informasi tersebut tidak relevan. Suatu informasi yang relevan akan membantu para pemakai dan pemangku kepentingan membuat prediksi mengenai hasil akhir dari kejadian masa lampau, masa kini, dan masa depan sehingga dalam hal ini informasi yang relevan akan mempunyai nilai prediktif. Tidak hanya itu, informasi yang relevan juga akan membantu para pemakai dan pemangku kepentingan dalam mengoreksi sebuah ekspektasi atau harapan di masa lampau, sehingga dalam hal ini informasi yang relevan juga mempunyai nilai umpan balik.

Informasi yang dikaitkan dengan penelitian ini adalah informasi laba. Laba merupakan salah satu informasi akuntansi sebagai salah satu sarana prediktif dalam pengambilan keputusan penanaman modal dan meramalkan suatu keuntungan di masa depan atau bisa disebut dengan investasi. Dengan kata lain, apabila informasi laba tersebut relevan maka dapat mempengaruhi pasar melalui perubahan harga saham. Tidak hanya itu, pasar modal dikatakan efisien apabila informasi yang disajikan di pasar mengandung relevansi nilai.

2.2.3. *Earnings Response Coefficient* (Koefisien Respon Laba)

Earnings response coefficient merupakan indikator yang dapat digunakan untuk menilai kualitas laba yang sesungguhnya, laba yang mempunyai sedikit informasi untuk pemegang saham dalam membuat kebijakan finansial

menunjukkan bahwa adanya *earnings response coefficient* yang rendah begitupun sebaliknya laba yang memiliki banyak informasi untuk pemegang saham dalam membuat kebijakan finansial akan menunjukkan *earnings response coefficient* yang tinggi (Laila Fitri, 2013). Laba dapat dijadikan indikator dalam pengukur keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan operasionalnya. Sehingga para investor sangat substansial dalam mencari informasi untuk dianalisis sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan.

Ketika suatu laba diumumkan oleh suatu perusahaan, pasar akan memberikan respon terhadap laba tersebut. Dalam hal ini investor memiliki harapan bahwa laba yang dipublikasikan memiliki nilai atau kualitas yang tinggi dari yang diharapkan, oleh karena itu informasi laba yang dipublikasikan menjadi hal penting dalam pertimbangan seorang investor. Kualitas laba dapat diketahui dengan menggunakan *earnings response coefficient*. Pada hakikatnya sebelum laporan keuangan dipublikasikan oleh suatu entitas, investor memiliki pertimbangan dalam melakukan perhitungan terhadap ekspektasi laba. Pada saat laba yang diumumkan perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan ekspektasi laba yang dilakukan investor sebelumnya maka hal ini merupakan berita baik (*good news*), begitupun sebaliknya ketika laba aktual yang dikeluarkan perusahaan lebih rendah dibandingkan ekspektasi laba yang telah dibuat maka hal ini merupakan berita buruk (*bad news*).

Menurut Scott (2015:163) menyatakan bahwa koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) dapat digunakan untuk mengukur besaran abnormal return pasar dari suatu sekuritas yang terjadi ketika investor merespon

terhadap komponen laba tidak terduga yang dipublikasikan dari suatu entitas. *Abnormal return* adalah selisih dari keuntungan yang sebenarnya dengan keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan. *Abnormal return* dapat digunakan dalam melakukan penilaian pada kinerja surat berharga biasanya dalam bentuk saham, sehingga ERC merupakan perbandingan antara harga saham yang di ekspektasi dan harga saham riil yang dikeluarkan perusahaan. Tinggi rendahnya nilai ERC menunjukkan bahwa laba telah disampaikan secara informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi.

2.2.4 Profitabilitas (*Profitability*)

Informasi profitabilitas merupakan informasi yang menjelaskan tentang kinerja suatu perusahaan yang menjadi informasi penting dan dibutuhkan guna pengambilan keputusan investasi. Menurut Hasanzade *et al.* (2013) menjelaskan profitabilitas akan mengacu pada kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan, dimana profitabilitas ini sendiri merupakan hasil akhir dari aktivitas perusahaan dan keputusan keuangan. Profitabilitas merupakan salah satu bagian dalam penilaian kinerja dan efisiensi perusahaan sehingga erat hubungannya dengan jumlah laba yang dihasilkan. Pengertian profitabilitas juga dikemukakan oleh Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2003:75) yang menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan pembanding atau rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan suatu entitas dalam menghasilkan profit. Hal ini juga dikemukakan pula oleh pernyataan S. Munawir (2002:152) yang menjelaskan bahwa profitabilitas maupun rentabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan suatu entitas dalam memperoleh laba (*profit*).

Untuk melakukan penilaian terhadap profitabilitas suatu perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai macam pengukuran, dalam penelitian ini untuk pengukuran profitabilitas menggunakan *Return on Asset* (ROA). Rasio ini merupakan tingkat pengembalian atas total asset perusahaan. Dengan rasio ini dapat diketahui seberapa besar laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang digunakan untuk mengelola atau memanfaatkan aset yang dimilikinya. Nilai ROA yang semakin tinggi akan memberikan respon atau isu positif kepada para investor karena perusahaan dikatakan mampu menghasilkan profit berdasarkan tingkat asset yang dimiliki. Tentunya hal ini akan meningkatkan daya tarik investor kepada suatu entitas karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Semakin besar ROA yang dihasilkan menunjukkan profitabilitas suatu perusahaan dalam kondisi yang baik, dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan tersebut dalam kondisi yang baik sehingga hal ini akan mempengaruhi pertimbangan investor dalam melakukan pengambilan keputusan khususnya dalam hal investasi dan begitupun sebaliknya.

Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi mempunyai kandungan informasi yang tinggi pula terutama laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan juga akan semakin tinggi, semakin tinggi laba yang dihasilkan maka semakin tinggi pula respon investor terhadap suatu perusahaan dalam menanamkan modalnya. Semakin tinggi respon investor terhadap suatu perusahaan maka tingkat *earnings response coefficient* yang dihasilkan juga semakin tinggi pula. Dimana tingkat profitabilitas menjadi poin yang diperhatikan untuk melihat sejauh mana investasi yang

dilakukan investor di sebuah perusahaan mampu menghasilkan *return* sesuai yang diharapkan oleh investor. Oleh karena itu, dengan tingginya tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka akan berpengaruh terhadap reaksi investor dengan tingkat laba yang dihasilkan.

2.2.5 Tanggungjawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Para pelaku pasar menggunakan informasi dalam bentuk CSR dalam menentukan keputusan investasinya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya regulasi atau tuntutan baik dari segi pemerintahan, masyarakat, dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasional perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Suatu prosedur untuk suatu entitas untuk secara tulus memusatkan kepedulian pada sosial dan lingkungan ke tengah aktivitasnya serta hubungannya dengan *stakeholders*, yang melampaui kewajiban entitas dalam aspek hukum adalah pengertian dari *Corporate Social Responsibility* (Rawi dan Muchlis, 2010). Dalam hal ini, CSR bermanfaat dalam mempromosikan perusahaan kepada para pelanggannya sehingga dapat menghasilkan penjualan yang semakin tinggi dan akan berdampak pada laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu dengan adanya CSR dalam jangka panjang akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen perusahaan dalam melakukan pertanggungjawaban atas dampak kegiatan operasional industrinya baik dalam ruang lingkup sosial, ekonomi, dan lingkungan sekitar industri serta menjaga agar

dampak yang ditimbulkan tersebut dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan disekitarnya (Bing Bedjo Tanudjaja, 2006). Dalam PSAK No.1 (Revisi 2009) paragraph 12 menyatakan bahwa:

Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standard Akuntansi Keuangan.

Keputusan yang dikeluarkan oleh Bapepam No. Kep-38/PM/1996 informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan diklasifikasikan menjadi dua yaitu pengungkapan secara wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan secara sukarela (*voluntary disclosure*). Keempat ayat yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas yang menjelaskan tentang penerapan CSR di Indonesia, peraturan ini menempatkan suatu kewajiban bagi semua perusahaan dalam bidang sumber daya alam untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sektor pertambangan berkaitan erat dengan sumber daya alam, oleh karena itu sangatlah wajar bagi perusahaan pertambangan untuk melaporkan informasi dalam pengungkapan CSR karena akan memberikan respon positif terhadap investor untuk melakukan investasi.

2.2.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Profitabilitas merupakan salah satu bagian dalam penilaian kinerja dan efisiensi perusahaan sehingga erat hubungannya dengan jumlah laba yang

dihasilkan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi mempunyai kandungan informasi yang tinggi pula terutama laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan juga akan semakin tinggi, semakin tinggi laba yang dihasilkan maka semakin tinggi pula respon investor terhadap suatu perusahaan dalam menanamkan modalnya. Semakin tinggi respon investor terhadap suatu perusahaan maka tingkat *earnings response coefficient* yang dihasilkan juga semakin tinggi pula. Dimana tingkat profitabilitas menjadi poin yang diperhatikan untuk melihat sejauh mana investasi yang dilakukan investor di sebuah perusahaan mampu menghasilkan *return* sesuai yang diharapkan oleh investor. Oleh karena itu, dengan tingginya tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka akan berpengaruh terhadap reaksi investor dengan tingkat laba yang dihasilkan. Hasil penelitian yang dilakukan Gunawan Santoso (2016), Yulius Susanto (2012), dan Muhammad Arfan, *et al.* (2008) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan I Gusti *et al.* (2016), Gusti Ayu *et al.* (2016), Hasanzade *et al.* (2013), Medy Nisrina *et al.* (2016), Rosa Aprilia Melati *et al.* (2013) dan Erma Setiawati *et al.* (2012) profitabilitas memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

2.2.7 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan mencerminkan keefektifan perusahaan yang dapat mempengaruhi respon investor

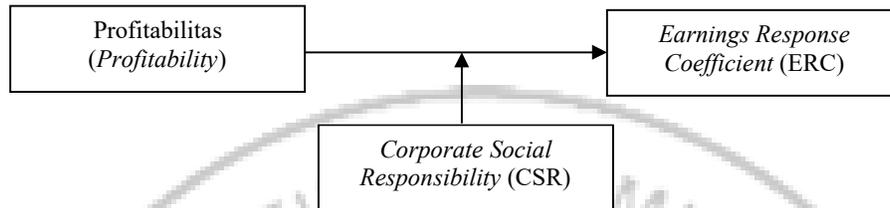
terhadap informasi laba yang dipublikasikan yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi mempunyai kandungan informasi yang tinggi pula terutama laba sehingga koefisien respon laba yang dihasilkan juga akan semakin tinggi apabila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang rendah. Hal ini juga berhubungan apabila tingkat profitabilitas perusahaan semakin tinggi maka semakin besar pula pengungkapan tanggung jawab sosialnya yang disampaikan, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan kemudahan bagi manajemen dalam melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan, tingkat profitabilitas yang semakin rendah akan sangat mempertimbangkan pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena khawatir akan mengganggu kegiatan operasional perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Putu Aryanti dan Eka Ardhani Sisdyani (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas (*profitability*) terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian yang digunakan adalah pendekatan asosiatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk melihat kaitan diantara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada *earnings*

response coefficient dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Model penelitian telah digambarkan seperti gambar 2.1.



Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang akan penulis ajukan ialah :

- H₁ : Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*
- H₂ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*