

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP *EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT* DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Akuntansi



Oleh:

AZI MATUN NIKMAH

2014310170

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2018

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Azi Matun Nikmah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Desember 1994
N.I.M : 2014310170
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Keuangan
Judul : Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earnings Response*
: *Coefficient* dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai
Variabel Moderasi

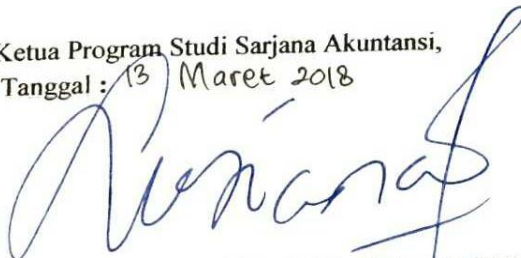
Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 13 Maret 2018



(Titis Puspitaningrum Dewi Kartika, S.Pd., M.SA)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,
Tanggal : 13 Maret 2018



(Dr. Luciana Spica Almilialia S.E., M.Si., QIA., CPSAK)

**THE EFFECT OF PROFITABILITY ON EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT BY
ADDING DISCLOSURE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A
MODERATING VARIABLE**

Azi Matun Nikmah
STIE Perbanas Surabaya
Azimatunnikmah11@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of profitability on earnings response coefficient by adding disclosure of corporate social responsibility as a moderating variable. This research is conducted in mining companies listed on Indonesian Stock Exchange in 2013-2016. The number of samples are 33 companies on this research with purposive sampling method. Data analysis method used is moderated regression analysis (MRA). The results of this study indicate profitability has significant effect on earnings response coefficient and the disclosure of corporate social responsibility is not able to moderate the effect of profitability on earnings response coefficient.

Keywords : *Earnings Response Coefficient, Profitability, Disclosure of Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Berdasarkan *Statement of Financial Accounting Concepts* (SFAC) No. 1 telah dijelaskan bahwa tujuan utama dari laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi yang berguna dalam pembuatan keputusan bisnis dan ekonomi. Laporan keuangan sebagai bentuk pertanggungjawaban kinerja perusahaan, hal ini dapat dilihat dari salah satu laporan keuangan sebagai parameternya, yaitu laporan laba rugi. Investor akan lebih mudah mendapatkan informasi sebagai bahan pertimbangannya dalam mengambil keputusan mengenai laba. Semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan maka semakin baik pula kinerja suatu perusahaan dalam menjalankan tujuan organisasinya. Suatu informasi yang resmi akan disampaikan perusahaan secara akurat dan tepat waktu (Hasanzade *et.,al.*, 2013). Penyampaian informasi secara akurat dan tepat waktu maka dapat membantu investor dalam

memprediksi peristiwa di masa yang akan datang. Hal demikian akan menunjukkan waktu yang tepat dalam membeli, menjual atau menyimpan saham akan memberikan kemungkinan kepada investor dalam mencapai laba yang maksimal (Pishgoonii, 2011). Baik laba yang dihasilkan positif atau negatif keduanya akan memberikan pengaruh terhadap respon pasar dan pergerakan harga sahamnya (Ahmad Indra Zubaidi *et al.*, 2011). Perubahan respon pasar terhadap pergerakan (perubahan) harga saham dapat dilihat dari fenomena yang terjadi pada PT. Bukit Asam (PTBA) yang menaikkan harga saham mencapai 54%, PT. Adaro Energy (ADRO) dengan kenaikan harga saham mencapai 80%, dan PT. Indo Tambangraya yang juga menaikkan harga sahamnya mencapai 76%. Dimana peningkatan yang dilakukan ini sangat fantastis dan membuat para investor cukup mempertimbangkan dalam hal pengambilan keputusan berinvestasi.

Namun, peningkatan ini sangat terbatas karena prospek penurunan permintaan dari Negara-negara importir seperti India, China, dan Jepang selain itu harga komoditas batubara hanya naik sebesar 4,6% dalam periode yang sama sehingga hal ini dinilai kurang efektif dengan perusahaan menaikkan harga saham yang begitu tinggi. Adanya kenaikan harga saham tidak sejalan dengan kenaikan laba yang dihasilkan. Kinerja perusahaan dari ketiga perusahaan tambang batu bara tersebut belum menunjukkan tanda-tanda yang memberikan respon positif terhadap para investor. Hal ini dapat dilihat dari PT. ADRO di kuartal I 2016 mengalami penurunan pendapatan sebesar 18% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya, sementara laba hanya naik sebesar 1% dan kenaikan harga saham mencapai 80%, selain itu terjadi pada PT. ITMG yang mengalami penurunan pendapatan sebesar 23% dan penurunan laba yang sangat drastis sebesar 39% sedangkan harga sahamnya mengalami kenaikan mencapai 76%, dan PTBA juga mengalami penurunan laba sebesar 2% dengan kenaikan pendapatan sebesar 8% dan harga saham naik mencapai 54%. (bareksa.com, Senin 13/06/2016, 08.29 WIB).

Earnings response coefficient (ERC) merupakan respon pasar (investor) terhadap informasi yang dipublikasikan oleh suatu perusahaan kepada publik khususnya laba yang ditunjukkan dengan pergerakan/perubahan harga suatu sekuritas. *Earnings response coefficient* (ERC) dikatakan tinggi apabila respon pasar kuat yang berarti kandungan informasi yang disajikan memiliki kualitas yang baik. Sebaliknya, *earnings response coefficient* (ERC) dikatakan rendah apabila respon pasar lemah yang berarti kandungan informasinya memiliki kualitas yang kurang baik. Informasi laba dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tidak sedikit investor yang menggunakan informasi CSR sebagai pertimbangan dalam menentukan keputusan investasinya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perlu diungkapkan karena adanya tuntutan baik dari masyarakat dan pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam khususnya perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan. Sektor pertambangan memiliki keterkaitan erat dengan penggunaan sumber daya alam dimana sekitar 70% operasi pertambangan menyebabkan kerusakan lingkungan. Oleh sebab itu, perusahaan pertambangan sangat substansial dalam melaporkan pengungkapan CSR karena dapat memberikan respon bagi investor untuk melakukan investasi.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui adanya pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*.

Untuk mengetahui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS YANG DIGUNAKAN

***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). Kualitas laba dapat diketahui dengan menggunakan *earnings response coefficient*. 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.

Profitabilitas (*Profitability*)

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. 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. 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. 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.

Tanggungjawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

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). 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. 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.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)

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.

Hipotesis 1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

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

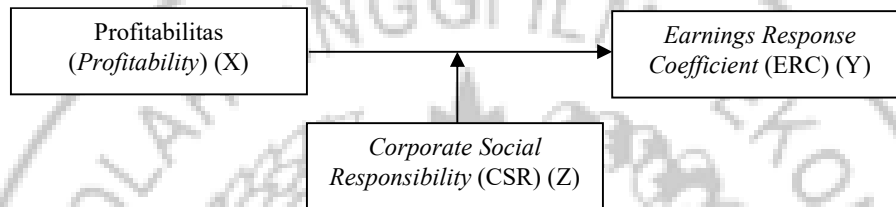
Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan mencerminkan keefektifan perusahaan yang dapat mempengaruhi respon investor terhadap informasi laba yang dipublikasikan yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan 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.

Hipotesis 2 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Model penelitian telah digambarkan seperti gambar berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode penelitian ini adalah tahun 2013-2016. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut (1) Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan yang telah diaudit berturut-turut pada tahun 2013-2016 dan berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini (2) Laporan tahunan yang menyajikan laba positif (3) Perusahaan melaksanakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam *annual report* dari tahun 2013-2016. Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut maka diperoleh sampel terakhir yaitu 33 perusahaan.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang meliputi data dalam bentuk laporan keuangan tahunan (*annual report*) pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode dokumentasi yang merupakan metode pengambilan data dengan mencari dan mengumpulkan data berupa laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan dengan mengakses www.idx.co.id, penelitian ini juga mengamati dan mengumpulkan data-data lain yang diperlukan seperti IHSG dan harga saham perusahaan melalui www.yahoofinance.com dan www.duniainvestasi.com.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu *earnings response coefficient*, variabel independen yaitu profitabilitas,

dan variabel moderasi yaitu *corporate social responsibility*.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Koefisien Respon Laba (*Earnings Response Coefficient*)

Earnings response coefficient merupakan koefisien respon laba yang diperoleh dari proksi harga saham dan laba akuntansi. Proksi harga saham dalam hal ini diukur dengan menggunakan *Cummulative Abnormal Return* (CAR), sedangkan untuk proksi laba akuntansi diukur dengan menggunakan *Unexpected Earnings* (UE). Berikut langkah-langkah menghitung CAR yaitu:

a) Menghitung *actual return* (return sesungguhnya)

$$\frac{R_{i,t} = P_{i,t} - P_{i,t-1}}{P_{i,t-1}} \dots\dots\dots (1)$$

(Sumber: Jogiyanto, 2010:580)

Keterangan :

- $R_{i,t}$: Return sesungguhnya pada perusahaan I pada hari t
- $P_{i,t}$: Harga saham penutupan (*closing price*) perusahaan i pada hari t
- $P_{i,t-1}$: Harga saham penutupan (*closing price*) perusahaan I pada hari t

b) Menghitung return indeks pasar harian

$$\frac{R_{mt} = IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}} \dots\dots\dots (2)$$

(Sumber : Jogiyanto, 2016: 103)

Keterangan:

- R_{mt} : Return Indeks Pasar pada waktu ke-t
- $IHSG_t$: Indeks Harga Saham Gabungan hari ke-t
- $IHSG_{t-1}$: Indeks Harga Saham Gabungan hari ke t-1

c) Menghitung *abnormal return*

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt} \dots\dots\dots (3)$$

(Sumber : Jogiyanto, 2010:580)

Keterangan :

- 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

d) Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR) untuk masing-masing perusahaan

$$CAR_{it} = CAR_{i(t)} = \sum_{t=t_0}^t AR_{it} \dots\dots\dots (4)$$

(Sumber: Jogiyanto, 2010:595)

Keterangan:

- CAR_{it} : *Cummulative Abnormal Return*
- AR_{it} : *Abnormal Return* untuk perusahaan i

Dalam hal ini CAR_{it} pada suatu perusahaan dihitung dalam periode jendela pendek selama tujuh hari, dimana tujuh hari tersebut dibagi menjadi 3 hari sebelum peristiwa (dalam sepanjang waktu ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat suatu kebocoran informasi), 1 hari periksa (dalam waktu ini mengetahui bagaimana reaksi pasar pada saat tanggal pengumuman), dan 3 hari setelah peristiwa (dalam sepanjang waktu ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kecepatan reaksi pasar terhadap suatu informasi yang telah dipublikasikan).

$$CAR_{i(t+3)} = CAR_{i(-3+3)} = \sum AR_{i(t=3)}$$

(Sumber: Jogiyanto, 2010:583)

Dalam hal data yang digunakan untuk data return saham dan return pasar suatu perusahaan menggunakan waktu pengamatan selama 7 hari perdagangan saham di bursa efek yaitu dari t-3 sampai dengan t+3. Tanggal untuk menentukan t_0 merupakan tanggal pada saat publikasi laporan keuangan tahunan. UE atau *unexpected earnings* ialah pengurangan

antara laba sebenarnya dengan laba yang diharapkan. UE dihitung dengan model sebagai berikut.

$$UE_{i,t} = \frac{EPS_{i,t} - EPS_{i,t-1}}{EPS_{i,t-1}} \dots\dots\dots(5)$$

(Sumber: I Putu Sudarma, 2014)

Keterangan:

UE_{i,t} :laba non ekspektasian perusahaan i pada periode t

EPS_{i,t} :laba per saham perusahaan i pada tahun t

EPS_{i,t-1} :laba per saham perusahaan i pada tahun t-1

Earnings response coefficient dihitung melalui persamaan regresi atas data setiap perusahaan sebagai berikut:

$$CAR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 UE_{it} + e \dots\dots\dots(6)$$

(Sumber: I Putu Sudarma, 2014)

Keterangan:

CAR_{it} : CAR perusahaan i untuk interval tahun sebelum t hingga tahun t

UE_{i,t} : *Unexpected Earnings* perusahaan i pada periode t

α₀ : Konstanta

α₁ : ERC

e : Standar error

Profitabilitas (*Profitability*)

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 sehingga koefisien respon laba yang dihasilkan juga akan semakin tinggi apabila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang rendah. Profitabilitas dalam hal ini menggunakan ROA sebagai proksinya, karena ROA menunjukkan sejauh mana kemampuan asset yang dimiliki

perusahaan dapat menghasilkan keuntungan. Maka perhitungannya sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Asset} \times 100\%$$

(Sumber : Tara Setyaningtyas, 2009)

Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Dalam melakukan perhitungan jumlah pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan digunakan pendekatan dikotomi. Pendekatan dikotomi memberikan nilai 1 apabila item CSR dalam instrument telah diungkapkan, dan memberikan nilai 0 apabila item CSR dalam instrument tidak diungkapkan. Sehingga jumlah pengungkapan CSR dapat diketahui dengan menjumlahkan skor dari setiap item yang telah diungkapkan. (Yosefa Sayekti & Wondabio, 2007). Standar yang digunakan dalam pengungkapan CSR di Indonesia diterapkan berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standari GRI yang terbaru untuk diterapkan di Indonesia yaitu versi GRI G4. Total indikator yang digunakan dalam GRI G4 sebanyak 91 item. Maka perhitungannya sebagai berikut :

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan: CSRDI : *CSR Disclosure Index* perusahaan j
 ΣX_{ij} : Jumlah pengungkapan
 n : Skor maksimal yaitu 91 item

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Tahapan yang dilaksanakan adalah melakukan analisis statistik deskriptif, uji normalitas, analisis regresi sederhana, uji kelayakan model (uji

F), uji R Square, uji statistik t, dan persamaan regresi moderasi.

Dalam penelitian ini juga menggunakan uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA), dimana dalam hipotesis yang sudah ditentukan diterima jika variabel moderasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Earnings response coefficient* (ERC). Uji interaksi ini digunakan untuk melihat sejauh mana variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat mempengaruhi

profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini akan dijelaskan perbandingan variabel-variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas (*profitability*) terhadap variabel dependen yaitu *earnings response coefficient* (ERC). Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

TABEL 1
ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ERC	33	-,0430	,0960	,016303	,0303330
ROA	33	,0856	16,2510	5,771487	4,9512004
CSR	33	,0220	,4396	,249750	,1072932
Valid N (listwise)	33				

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel 1 nilai minimum ERC (*Earnings response coefficient*) tahun 2013 sebesar -0,0430 yang dimiliki oleh PT. Indo Tambangraya Megah Tbk hal ini menunjukkan bahwa laba yang dipublikasikan mendapat respon yang rendah dari para investor dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Perusahaan Indo Tambangraya Megah Tbk juga memiliki nilai ERC (*Earnings response coefficient*) yang negatif hal ini berarti bahwa kandungan informasi yang dipublikasikan kurang baik sehingga kurang tepat dan relevan bagi para investor dalam hal pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Respon yang rendah ini dapat dilihat dari perubahan harga saham yang menurun dalam pasar modal. Nilai maksimum ERC (*Earnings response coefficient*) sebesar 0.0960 dimiliki oleh perusahaan PT. Golden Energy Mines Tbk. Hal ini dapat dikatakan bahwa laba yang dipublikasikan kepada para investor

mendapat respon yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Nilai ERC (*Earnings response coefficient*) dari PT Golden Energy Mines Tbk ini menunjukkan nilai positif artinya kandungan informasi yang dimiliki baik sehingga dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan khususnya investor dalam hal pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Nilai standar deviasi yang ditunjukkan dalam tabel 1 adalah sebesar 0,0303330 yang artinya besarnya variasi atau rentang jarak antar data pada ERC (*Earnings response coefficient*) dalam penelitian ini sebesar 0,0303330, sedangkan untuk nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,016303. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata yang artinya tingkat variasi yang terjadi antar data sangat tinggi dan data yang digunakan dalam penelitian ini lebih heterogen. Selain itu, sebanyak 15 sampel perusahaan atau 45,4 persen dari

total sampel memiliki nilai ERC (*Earnings response coefficient*) di atas rata-rata yang berarti dalam hal ini perusahaan menunjukkan kinerja yang baik dilihat dari informasi laba yang dipublikasikan kepada para pemangku kepentingan khususnya investor dan begitupun dengan banyaknya investor yang tertarik pada saham perusahaan sehingga pergerakan harga sahamnya mengalami peningkatan. Perusahaan lainnya yang memiliki nilai ERC (*Earnings response coefficient*) yang rendah atau dibawah rata-rata sebanyak 18 sampel perusahaan atau 54,5 persen dari jumlah keseluruhan sampel. Hal ini menunjukkan bahwa informasi laba yang dipublikasikan kurang baik sehingga respon investor mengalami penurunan yang tercermin dalam perubahan harga saham.

Perusahaan Resources Alam Indonesia Tbk memiliki nilai ROA (*Return On Asset*) paling tinggi dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Resources Alam Indonesia Tbk memiliki tingkat ROA (*Return On Asset*) yang lebih besar apabila dibandingkan dengan tingkat ROA (*Return On Asset*) perusahaan lainnya. Perusahaan yang memiliki tingkat ROA yang tinggi dianggap mampu menyelesaikan operasi dan kewajiban saat ini dan masa yang akan datang, dalam hal ini diindikasikan dengan laba yang dihasilkan. Tingkat ROA (*Return On Asset*) yang tinggi, maka pengaruh laba akuntansi terhadap harga saham yang dipasarkan akan lebih besar apabila dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang rendah. Hal ini mengindikasikan laba yang dipublikasikan kepada para investor mendapat respon yang lebih tinggi dan dapat dijadikan sebagai pertimbangan investor dalam membuat keputusan berinvestasi.

Perusahaan Vale Indonesia Tbk memiliki nilai ROA (*Return On Asset*) yang rendah yaitu sebesar 0.0856. Hal tersebut dianggap bahwa perusahaan masih belum mampu menyelesaikan operasi dan

kewajiban pada periode tersebut, bahkan untuk dimasa yang akan datang para pemangku kepentingan mengindikasikan bahwa terdapat peluang yang kecil perusahaan mencapai target yang maksimal. Tingkat ROA (*Return On Asset*) yang rendah, maka pengaruh laba akuntansi terhadap harga saham yang dipasarkan juga akan lebih kecil apabila dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang tinggi. Hal ini juga mengindikasikan bahwa laba yang dipublikasikan kepada para investor mendapat respon yang lebih rendah dan kurang dapat dijadikan sebagai pertimbangan investor dalam membuat keputusan berinvestasi. Nilai standar deviasi dalam tabel 1 ialah sebesar 4,9512004 yang artinya besarnya variasi atau rentang jarak antar data pada nilai ROA (*Return On Asset*) sebesar 4,9512004, sedangkan untuk nilai rata-rata (mean) sebesar 5,771487. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yang artinya tingkat variasi yang terjadi sangat rendah dan data yang diteliti homogen. Selain itu, sebanyak 12 sampel perusahaan atau 36,3 persen dari total sampel memiliki nilai ROA (*Return On Asset*) di atas nilai rata-rata yang berarti bahwa perusahaan menunjukkan kinerja yang baik dilihat dari informasi laba yang dihasilkan dan dipublikasikan kepada investor serta hal ini dapat mempengaruhi pertimbangan investor terhadap saham perusahaan yang dipasarkan dalam pasar modal. Perusahaan lainnya yang memiliki nilai ROA (*Return On Asset*) di bawah nilai rata-rata sebanyak 21 sampel perusahaan atau 63,6 persen dari total keseluruhan sampel. Hal ini menunjukkan kinerja perusahaan yang kurang baik yang dilihat dari informasi laba yang diberikan sehingga hal ini dapat mempengaruhi penurunan minat investor terhadap harga saham perusahaan.

Perusahaan Vale Indonesia Tbk menghasilkan nilai corporate social responsibility yang paling tinggi. Hal ini

menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kesadaran yang tinggi dalam melaporkan kegiatan sosial dan lingkungan terhadap masyarakat sekitar dan para pemangku lainnya. Semakin tinggi nilai corporate social responsibility maka akan mendapatkan citra terbaik dari masyarakat dan mampu menjaga going concern, tidak hanya itu semakin tinggi tingkat corporate social responsibility yang dilakukan perusahaan maka akan meningkatkan dalam mempromosikan perusahaan kepada para pelanggannya sehingga dapat menghasilkan penjualan yang semakin tinggi dan akan berdampak pada laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Perusahaan Ratu Prabu Energi Tbk menghasilkan nilai corporate social responsibility yang paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut belum memiliki kesadaran yang tinggi dalam melaporkan kegiatan sosial dan lingkungan terhadap masyarakat dan para pemangku lainnya. Semakin rendah nilai *corporate social responsibility* menyebabkan perusahaan kurang mendapat citra yang baik dari masyarakat sehingga kurang mampu dalam menjaga going concern perusahaan tersebut. Nilai standar deviasi berdasarkan tabel 1 sebesar 0,1072932 yang artinya besarnya variasi atau rentang jarak antar data pada nilai corporate social responsibility sebesar 0,1072932, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,249750. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata yang artinya tingkat variasi yang terjadi sangat rendah dan data yang diteliti lebih homogen. Selain itu, sebanyak 18 sampel perusahaan atau 54,5 persen dari total sampel memiliki nilai corporate social responsibility di atas nilai rata-rata yang berarti perusahaan tersebut semakin mendapat citra yang baik dari masyarakat karena mampu mempertanggungjawabkan kegiatannya yang berdampak pada sosial dan lingkungan tidak hanya itu semakin tinggi tingkat corporate social responsibility yang dilakukan perusahaan maka akan

meningkatkan dalam mempromosikan perusahaan kepada para pelanggannya sehingga dapat menghasilkan penjualan yang semakin tinggi dan akan berdampak pada laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan lainnya yang memiliki nilai corporate social responsibility di bawah nilai rata-rata sebanyak 15 sampel perusahaan atau 45,5 persen dari total keseluruhan sampel. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kurang memiliki kesadaran dalam mempertanggungjawabkan kegiatannya yang berdampak pada sosial dan lingkungan. Kurangnya kesadaran akan pentingnya program corporate social responsibility ini akan mengakibatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan para pemangku kepentingan akan menurun dan perusahaan kurang mampu dalam mempertahankan going concern sehingga akan berdampak pada investasi saham yang rendah oleh investor, selain itu semakin rendah tingkat corporate social responsibility akan berdampak dalam mempromosikan perusahaan kepada para pelanggannya sehingga dapat menghasilkan penjualan yang semakin rendah dan akan berdampak pada laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*, selain itu juga dilakukan uji regresi moderasi untuk mengetahui pengungkapan *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*. Hasil regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut untuk uji F dengan nilai F hitung menunjukkan angka 4,622 dengan tingkat signifikansi 0,039. Hasil signifikansi tersebut kurang dari atau lebih kecil dari 0,05 ($0,039 < 0,05$) yang berarti bahwa H_0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen (profitabilitas yang diprosikan oleh ROA) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (*earnings response coefficient*) atau model regresi dinyatakan fit,

sedangkan pada nilai koefisien determinasi $Adj R^2$, Besarnya nilai Adjusted R Square pada persamaan satu sebesar 0,102 hal ini berarti bahwa 10,2 persen variasi *earnings response coefficient* dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen yaitu profitabilitas yang diproksikan oleh ROA (*Return On Asset*). Sisanya sebesar 89,8 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Untuk uji t menunjukkan beta sebesar -0,002, t hitung sebesar -2,150 dengan tingkat signifikansi 0,039. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi profitabilitas yang diproksikan oleh ROA ini kurang dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ROA proksi dari profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan untuk uji regresi moderasi menunjukkan Pvalue CSR sebesar 0,170 atau lebih besar dari 0,05 yang berarti untuk persamaan kedua tidak signifikan, begitupun pada persamaan ketiga yang menunjukkan bahwa Pvalue CSR sebesar 0,053 atau lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak signifikan dan untuk Pvalue variabel interaksi sebesar 0,161 atau lebih besar dari 0,05 yang tidak signifikan pula. Hal ini sesuai dengan kriteria untuk pengujian *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan metode uji interaksi, maka dapat disimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*, dengan CSR sebagai variabel bebas saja.

Pengaruh Profitabilitas (X) Terhadap Earnings Response Coefficient (Y)

Informasi profitabilitas merupakan informasi yang menjelaskan tentang kinerja suatu perusahaan yang menjadi informasi penting dan dibutuhkan guna pengambilan keputusan investasi. Untuk melakukan penilaian terhadap profitabilitas suatu perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai macam pengukuran, dalam penelitian ini untuk pengukuran profitabilitas menggunakan

Return on Asset (ROA). 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. Pengujian hipotesis pertama memberikan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* yang berarti konsisten dengan hipotesis yang dirumuskan. Hal tersebut juga menerima teori signaling yang telah dipaparkan dimana seharusnya investor bereaksi ketika pasar memberikan sinyal baik maupun sinyal buruk. Hasil pengujian menunjukkan sinyal baik berupa tingkat laba yang tinggi yang diproksikan oleh ROA dan sinyal buruk berupa tingkat laba yang rendah yang diproksikan oleh ROA berpengaruh terhadap keputusan investor dalam berinvestasi sehingga menyebabkan investor bereaksi. Hal ini juga konsisten dengan teori relevansi nilai, dimana tingkat profitabilitas yang dihasilkan dalam hal ini diproksikan oleh ROA dengan nilai yang semakin besar maka dapat dikatakan relevan sebagai hal pertimbangan investor dalam keputusan investasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient* artinya bahwa nilai profitabilitas (ROA) yang mengalami peningkatan maupun penurunan akan berdampak signifikan terhadap nilai *earnings response coefficient* yang ditunjukkan dengan kekonsistenan arah hubungan antara profitabilitas dan *earnings response coefficient*. Perusahaan yang mengalami penurunan maupun peningkatan nilai ROA atau profitabilitas, respon pasar yang terjadi kemungkinan akan mengalami penurunan maupun peningkatan pula. Hal ini berarti bahwa

perusahaan mempertimbangkan hal-hal lain selain profitabilitas dalam pengambilan keputusan investasi. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Erma Setiawati *et., al* (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap *response coefficient* (ERC).

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Mampu Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen perusahaan dalam melakukan pertanggungjawaban atas dampak kegiatan operasional industrinya 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 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.. 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.

Pengujian hipotesis kedua memberikan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*. Hal tersebut juga menolak teori signaling yang telah dipaparkan dimana seharusnya investor bereaksi ketika pasar memberikan sinyal baik maupun sinyal buruk. Hasil pengujian

menunjukkan sinyal baik berupa tingkat pengungkapan informasi lainnya dalam hal ini tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang semakin tinggi dan sinyal buruk berupa tingkat pengungkapan informasi lainnya dalam hal ini tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang semakin rendah. Berdasarkan hal tersebut perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR yang semakin tinggi akan direspon lambat oleh investor sedangkan perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR yang semakin rendah, investor akan bereaksi cepat terhadap laba yang dihasilkan apabila diikuti dengan pengungkapan CSR. Hal ini terjadi karena semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan maka alokasi laba akan dikhawatirkan beralih untuk mendanai berbagai kegiatan atau program tanggungjawab sosial dengan nilai yang cukup besar sehingga dalam hal ini investor akan merasa khawatir jika dividen atau return atas saham yang mereka terima akan semakin kecil dan begitupun sebaliknya.

Hal ini juga didukung oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bersifat wajib (*mandatory*) karena telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang dimana sudah menjadi keharusan bagi perusahaan dalam menyampaikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di dalam *annual report* perusahaan, selain menyampaikan laporan keuangan yang telah diatur dalam pasal tersebut. Investor tidak terlalu memperhatikan penerapan dari program tanggung jawab sosial ini karena investor sudah mempunyai asumsi bahwa semua perusahaan pasti sudah melakukan pengungkapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sementara perusahaan pertambangan dimana kegiatan operasionalna sangat erat hubungannya atau dapat dikatakan kegiatan operasional perusahaan pertambangan bersentuhan

secara langsung dengan lingkungan sehingga sudah menjadi keharusan dalam mengungkapkan secara lebih rinci seperti *sustainability reporting* agar dapat menarik respon investor. Hal ini juga turut mendukung ketidakmampuan CSR dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap ERC.

Kegagalan pengungkapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* diduga karena investor di Indonesia tidak terlalu mencermati kontinuitas atau keberlanjutan perusahaan secara terus menerus atau dalam jangka panjang, investor di Indonesia lebih mengarah terhadap penjualan dan pembelian saham secara harian yang ada di pasar dan cenderung membeli saham untuk memperoleh peningkatan harga saham sehingga karena CSR merupakan strategi jangka panjang perusahaan pengaruh CSR tidak dapat dirasakan dengan cepat. Hasil penelitian ini konsisten dengan 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).

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas yang diprosikan oleh ROA (*Return On Assets*) berpengaruh signifikan negatif terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan sektor pertambangan hal ini berarti profitabilitas bukan satu-satunya dasar investor dalam melakukan pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Terdapat beberapa faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan investasi dalam koefisien respon laba misalnya ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, *leverage*, persistensi laba dan

variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi. Sedangkan untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan sektor pertambangan hal ini berarti karena semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan maka alokasi laba akan dikhawatirkan beralih untuk mendanai berbagai kegiatan atau program tanggungjawab sosial dengan nilai yang cukup besar sehingga dalam hal ini investor akan merasa khawatir jika dividen atau return atas saham yang mereka terima akan semakin kecil dan begitupun sebaliknya.

Penelitian ini juga mempunyai keterbatasan yaitu (1) Terdapat beberapa data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sulit untuk diperoleh karena tidak semua *website* menyediakan data yang diperlukan dalam hal ini yaitu data tanggal publikasi laporan keuangan, (2) Terdapat data *outlier* yang cukup banyak sehingga hasil yang didapat kurang maksimal dalam penelitian. Berdasarkan pada hasil dan keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya yaitu Penelitian mendatang diharapkan menambah variabel independen atau variabel pemoderasi lainnya yang dapat mempengaruhi *earnings response coefficient*. Sehingga diharapkan nilai *Adjusted R²* yang diperoleh akan lebih tinggi dan mampu menerangkan variabel dependen jauh lebih baik lagi selain itu Mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan mengkaji lebih dalam dan sebaik-baiknya. Lebih baik lagi untuk penelitian selanjutnya data *outlier* tidak sampai terlalu banyak hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan populasi selain sektor pertambangan karena jumlah sampel yang sedikit dan terdapat beberapa kriteria yang digunakan dalam *earnings response coefficient* sehingga data yang digunakan akan semakin baik dan hasil penelitian juga maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Indra Zubaidi,, Agus Zuhron, dan Ana Rosianawati, 2011, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Earnings response coefficient* (ERC): Studi pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 16, No. 1, hal1-22.
- Bing Bedjo Tanudjaja. 2006. *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. Universitas Kristen Petra Surabaya. NIRMALA, Vol. 8 No. 2.
- Erma Setiawati, Nursiam dan Fitri A. (2014). *Analisis Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba*. Seminar Nasional dan Call for Paper (Sancal 2014): Research Methods and Organizational Studies. Hlm.175-188.
- Gunawan Santoso. 2015. “Determinan Koefisien Respon Laba”. *Parisonia*. Vol. 2. No. 2 (Agustus). Pp. 69-85.
- Gusti Ayu Putu Aryanti dan Eka Ardhani Sisdyani. 2016. “Profitabilitas Pada *Earnings response coefficient* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan”. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 15.1 (April). Pp 171-199.
- Hasanzade, Mahboobe., Dorabi, Roya., dan Mahfoozi, Gholamreza. 2013. “*Factors Affecting The Earnings response coefficient : An Empirical Study For Iran*”. *European Online Journal of Natural and Social Science*. Vol. 2 No. 3 *Special Issue On Accounting and Management*.
- I Putu Sudarma. 2014. *Pengaruh Voluntary Disclosure pada Earnings response coefficient*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Ivan Kurnia dan Sufiyati. 2015. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Risiko Sistematis, Dan *Investment Opportunity Set* Terhadap *Earnings response coefficient* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012 – 2014”. *Jurnal Ekonomi*. Vol XX, No. 03 (November). Pp 463-478.
- I Gusti Ayu Ratih P.D., I Ketut Yadnya, dan I Putu Sudana. 2016. “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan dan Implikasinya pada *Earnings response coefficient* (ERC)”. *E- Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 5.9 (2016). 3031-3056.
- Jogiyanto. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta : BPFE.
- Jogiyanto. 2014. *Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesembilan. Yogyakarta : BPFE.
- Laila Fitri. 2013. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas Terhadap *Earnings response coefficient*.” *Jurnal Akuntansi*, 1(3). Hal: 1-16.
- Mamduh M. Hanafi & Abdul Hakim.2003. “Analisa Laporan Keuangan”. AMP-YKPN. Yogyakarta.
- Medy Nisrina M dan Vinola Herawaty. 2016. “Peran *Intellectual Capital Disclosure* Sebagai Pemodarsi Pengaruh Perataan Laba, *Corporate Governance*, Kesempatan Bertumbuh, *Persistensi Laba Dan Leverage Terhadap Keinformatifan Laba*”. *Jurnal TEKUN* Vol. VII No. 01 (Maret). Pp 118-146.
- Muhammad Arfan dan Ira Antasari. 2008. “Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Terhadap Koefisien Respon Laba Pada Emiten Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. Vol. 1 No.1 (Januari), Pp 50-64.
- Pishgooii, H. 2011. *The Study Of Effect Of Sudden Changes On Stock Returns And Stable Profit Growth*, *Tarbiat Modarres University, Central Library*.

- Republik Indonesia, 2007. *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. Jakarta Republik Indonesia
- Rosa Aprilia Melati dan Kurnia. 2013. "Pengaruh Pengungkapan Informasi CSR dan Profitabilitas Terhadap *Earnings response coefficient* (ERC)". *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. Vol 2 No.12.
- Scott, William. R. (2015) *Financial Accounting Theory. 7th Edition*. Canada: Pearson.
- Tara Setyaningtyas. 2009. "Pengaruh Konservatisme Laporan Keuangan dan Siklus Hidup Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta Periode 2002-2006)." Skripsi: Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Tim Harian Bareksa, 2016. Sudah Naik 50% Lebih, Saham Perusahaan Tambang Batu Bara Masih Murah?, (Online). (<http://www.bareksa.com/id/text/2016/06/13/sudah-naik-50-lebih-saham-perusahaan-tambang-batu-bara-masih-murah/13443/analysis>, diakses 03 Oktober 2017)
- Yosefa Sayekti dan Wondabio, L. S. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi X*.
- Yulius Kurnia Susanto. 2012. "Determinan Koefisien Respon Laba." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 23 No. 03 (Desember). Pp 153-163.
www.duniainvestasi.com
www.globalreporting.org
www.idx.co.id

