

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada sub bab ini, menjelaskan tentang penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini dibuat dan disusun berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu dengan topik yang sama untuk bahan referensi, sebagai berikut :

1. **Roni (2017)**

Penelitian pertama dengan judul “Pengaruh *Leverage*, *Beta*, *Market To Book Value Ratio* dan *Firm Size* terhadap *Earnings response coefficient* (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2013-2015). Dalam penelitian ini permasalahan yang diangkat adalah untuk mengetahui pengaruh *leverage*, *beta*, *market to book value ratio* dan *firm size* terhadap *earnings response coefficient*.

Populasi diambil dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan Uji koefisien determinasi dan Uji T sehingga menghasilkan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa *leverage* dan *Beta* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*, sedangkan *market to book value ratio* dan *firm size* secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu ukuran perusahaan.
3. Teknik analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan uji koefisien determinasi.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah *leverage*, *beta*, *market to book value ratio* dan *firm size* sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel independen *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 2013-2015 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. **Sugi Suhartono (2017)**

Penelitian kedua berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Terhadap Koefisien Respon Laba Yang Dimoderasi Konservatisme Akuntansi (studi empiris pada

perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012)”. Pada penelitian ini permasalahan yang diangkat adalah apakah Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Terhadap Koefisien Respon Laba Yang Dimoderasi Konservatisme Akuntansi berpengaruh terhadap Koefisien Respon Laba.

Populasi dari penelitian ini diperoleh dari perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012. Dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis sehingga hasil dari penelitian tersebut adalah Ukuran Perusahaan dan struktur modal berpengaruh negatif terhadap Koefisien Respon Laba, ketepatan waktu tidak berpengaruh terhadap Koefisien Respon Laba sedangkan Konservatisme akuntansi hanya dapat memperkuat hubungan dari Ketepatan Waktu penyampaian laporan keuangan dan Koefisien Respon Laba.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu ukuran perusahaan.
3. Teknik analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan uji asumsi klasik, statistik deskriptif dan uji hipotesis.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah ukuran perusahaan, struktur modal, dan ketepatan waktu sedangkan penelitian saat ini menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 2010-2012 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. **Bitu Mashayekhi (2016)**

Penelitian ketiga dengan judul “*A study on determinants of earnings response coefficient in a emerging market*”. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *CSR Disclosure* terhadap ERC dengan *Voluntary Disclosure* sebagai variabel moderasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan uji hipotesis, statistik deskriptif dan uji asumsi klasik.

Populasi dari penelitian ini adalah laporan yang diperoleh dari Bursa Efek Iran sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 41 perusahaan di tahun 2012. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *CSR Disclosure* tidak berpengaruh terhadap ERC.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu *corporate social responsibility disclosure*.
3. Teknik analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan uji asumsi klasik, statistik deskriptif dan uji hipotesis.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah *corporate social responsibility disclosure* sedangkan penelitian saat ini menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 2012 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah laporan yang diperoleh dari Bursa Efek Iran sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4. Pimentel, R. C. (2016)

Penelitian keempat dengan judul *Earnings Response Coefficient Estimation: An Exploratory And Comparative Analysis In Brics1*. Penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan Ukuran perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Basic empirical* model, dengan hasil yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Ukuran perusahaan dengan ERC.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu ukuran perusahaan.
3. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu ukuran perusahaan

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah ukuran perusahaan sedangkan penelitian saat ini menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 1995-2013 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah laporan yang diperoleh dari pasar saham BRICH sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

5. Sisty Rachmawati(2016)

Penelitian kelima dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Sukarela dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan sukarela dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap koefisien respon laba serta untuk mengetahui apakah komite audit dan kualitas audit dapat memoderasi pengaruh pengungkapan sukarela dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap koefisien respon laba. Populasi dari penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur dalam kurun waktu 2012-2014 yang bersumber dari BEI dan ICMD dengan menggunakan *purposive sampling* dalam pemilihan sampelnya.

Hasil penelitaian yaitu variabel yang berpengaruh terhadap koefisien respon laba adalah pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, sedangkan variabel pengungkapan sukarela tidak mampu mempengaruhi koefisien respon laba.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu *corporate social responsibility disclosure*.

3. Teknik analisis data sama-sama menggunakan uji hipotesis pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah pengungkapan sukarela dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan penelitian saat ini menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 2012-2014 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan ICMD sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

6. Wulandari, K. T., & Wirajaya, I. (2014)

Penelitian keenam dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earnings Response Coefficient*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC.

Populasi didapat dari perusahaan yang terdaftar di BEI secara berturut-turut pada tahun 2011 dan 2012, yaitu sebanyak 438 perusahaan. Dalam penelitian ini, menggunakan metode Analisis linear berganda dan Uji asumsi klasik. Dengan hasil penelitian bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC. Hal

ini menunjukkan bahwa investor lebih berorientasi pada kinerja jangka pendek, sedangkan CSR lebih berorientasi pada kinerja jangka panjang dan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan masih relatif sedikit.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu *corporate social responsibility disclosure*.
3. Teknik analisis data sama-sama menggunakan regresi linear berganda dan uji asumsi klasik pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan penelitian saat ini menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 2011-2012 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

7. Hasanzade, M., Darabi, R., & Mahfoozi, G. (2014)

Penelitian ketujuh dengan judul “*Factor Affecting the Earnings Response Coefficient: An Empirical study for Iran*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas laba, kesempatan bertumbuh, *financial leverage*, *profitabilitas* dan *systematic risk* terhadap *Earnings Response Coefficient*. Dalam penelitian ini menggunakan Uji korelasi dan multikolinearity sebagai alat uji. Dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel independen pertumbuhan perusahaan, *profitabilitas*, kualitas laba dan *systematic risk* berpengaruh signifikan terhadap ERC, sedangkan variabel yang tidak berpengaruh adalah *financial leverage*.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu kesempatan bertumbuh.
3. Teknik analisis data sama-sama menggunakan uji asumsi klasik pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah kualitas laba, kesempatan bertumbuh, *financial leverage*, *profitabilitas* dan *systematic*

risk sedangkan penelitian saat ini menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.

2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 2006 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Saham Tehran sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

8. Kazemzadeh Fariba(2013)

Penelitian kedelapan dengan judul “Effect of The Social accountability on *Incoming and Earnings Response*” penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *CSR Disclosure* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* serta dengan menggunakan *Voluntary Disclosure* sebagai variabel moderating.

Populasi penelitian ini menggunakan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan yang diperoleh dari Bursa Efek Iran. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 41 perusahaan di tahun 2012. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji asumsi klasik, uji hipotesis dan statistik deskriptif sebagai alat pengujian. Dengan hasil pengujian yaitu, *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu *corporate social responsibility disclosure*.
3. Teknik analisis data sama-sama menggunakan uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji deskriptif pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah *corporate social responsibility disclosure* sedangkan penelitian saat ini menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 2012 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah laporan yang diperoleh dari Bursa Efek Iran sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

9. Laila Fitri (2013)

Penelitian kesembilan dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, dan *Profitabilitas* terhadap ERC”. Penelitian ini

bertujuan untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, dan *Profitabilitas* terhadap ERC.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2011. Dalam penelitian ini menggunakan metode Uji asumsi klasik, statistik deskriptif, uji hipotesis, uji kelayakan model dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh dan *profitabilitas* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap ERC.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
3. Teknik analisis data sama-sama menggunakan uji hipotesis, statistik deskriptif dan uji asumsi klasik pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *profitabilitas* sedangkan penelitian saat ini

menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.

2. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah tahun 2008-2011 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2012-2016.
3. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

10. Paramita, R. W. D(2012)

Penelitian kesepuluh dengan judul “Pengaruh *Firm Size* Terhadap *Earnings Response Coefficient* Dengan *Voluntary Disclosure* Sebagai Variabel Intervening (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara *Size* terhadap ERC, *Size* terhadap *Voluntary Disclosure*, dan *Voluntary Disclosure* terhadap ERC.

Populasi penelitian ini meliputi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling method*. Pada penelitian kedua ini, peneliti menggunakan teknik analisis dengan menggunakan Uji normalitas, Uji hipotesis dan uji asumsi klasik. Dengan pengujian tersebut dapat diketahui hasil penelitian yang pertama, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Size* terhadap ERC. Kedua, diperoleh hasil yang positif signifikan untuk pengujian pengaruh antara *size* terhadap *voluntary*

disclosure. Ketiga, diperoleh hasil yang positif signifikan pengaruh *voluntary disclosure* terhadap ERC. Keempat, bahwa *voluntary disclosure* merupakan variabel intervening untuk hubungan tidak langsung antara *size* terhadap ERC.

Berikut persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu:

Persamaan:

1. Variabel dependen dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini sama yaitu mengenai *Earnings Response Coefficient*.
2. Terdapat variabel independen yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu ukuran perusahaan.
3. Teknik analisis data sama-sama menggunakan uji hipotesis dan uji asumsi klasik pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini.

Perbedaan:

1. Variabel independen pada penelitian terdahulu adalah ukuran perusahaan sedangkan penelitian saat ini menggunakan *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.
2. Populasi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah seluruh perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 2.1
Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel Independen		
		X ₁	X ₂	X ₃
1.	(Sistya Rachmawati, 2016)	B		
2.	(Ratna Wijayanti Daniar Paramita, 2012)		TB	
3.	(Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya, 2014)	TB		
4.	(Sugi Suhartono, 2017)		TB	
5.	(Roni, 2017)		TB	
6.	(Laila Fitri, 2013)		TB	TB
7.	(Kazemzadeh Fariba, 2013)	TB		
8.	(Hasanzade, M., Darabi, R., & Mahfoozi, G., 2013)			B
9.	(Pimentel, R. C., 2016)		B	
10.	(Bita Mashayekhi, 2016)	TB		

Keterangan :

X₁ = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

X₂ = Ukuran Perusahaan

X₃ = Kesempatan Bertumbuh

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Pasar Efisien

Dalam konteks ini yang dimaksud dengan pasar adalah pasar modal (*capital market*) dan pasar uang. Suatu pasar dikatakan efisien apabila tidak seorangpun, baik investor individu maupun investor institusi, akan mampu memperoleh return tidak normal (*abnormal return*), setelah disesuaikan dengan risiko, dengan menggunakan strategi perdagangan yang ada. Artinya, harga-harga

yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada atau “*stock prices reflect all available information*”. Ekspresi yang lain menyebutkan bahwa dalam pasar yang efisien harga-harga aset atau sekuritas secara cepat dan utuh mencerminkan informasi yang tersedia tentang aset atau sekuritas tersebut.

Hipotesis pasar efisien menjadi tiga bentuk yakni pasar efisien lemah, pasar efisien setengah kuat, dan pasar efisien sangat kuat. Teori hipotesa pasar setengah kuat melandasi tentang *value relevance* informasi laba (pengaruh pengumuman laba terhadap reaksi investor). *Value relevance* informasi laba atau untuk mengetahui hubungan laba terhadap return saham dapat diukur menggunakan *Earnings Response Coefficients* (ERC).

Ada tiga bentuk hipotesa dari teori Pasar yang Efisien (Efficient Market Hypothesis Theory), teori ini sangat berhubungan erat dengan ketersediaan informasi di Pasar Modal dan hubungannya terhadap Kondisi harga-harga saham.

a) Bentuk lemah (*Weak Form*): mengasumsikan bahwa semua harga-harga saham mencerminkan seluruh informasi pasar yang tersedia (historis), sehingga informasi harga dan volume perdagangan masa lalu tidak memiliki hubungan dengan arah pergerakan harga-harga pada masa mendatang. Kesimpulannya adalah bahwa investor tidak dapat mengandalkan analisa teknikal di dalam menghasilkan keuntungan di atas normal.

b) Bentuk semi-kuat (*Semi-strong Form*): mengasumsikan bahwa semua harga-harga saham mencerminkan seluruh informasi public non pasar. Harga-harga akan segera “menyesuaikan diri” terhadap semua informasi public yang baru saja diinformasikan. Misalnya: penelitian mengenai saham baru,

pengumuman laba dan dividen, perkiraan laba perusahaan, perubahan praktek akuntansi, merger, pemecahan saham (*stock split*), atau aksi korporasi (*corporate action*) lainnya. Kesimpulannya adalah bahwa investor tidak dapat menggunakan analisa fundamental di dalam menghasilkan keuntungan di atas normal.

c) Bentuk Kuat (*Strong Form*): mengasumsikan bahwa semua harga-harga saham mencerminkan seluruh informasi pasar, public, dan sumber-sumber dari dalam perusahaan (pribadi/*private/inside*) yang tersedia bagi umum. Informasi tersebut mencakup juga informasi yang dapat diperoleh dari hasil analisa fundamental. Kesimpulannya adalah: tidak ada kelompok yang memonopoli akses informasi yang berhubungan dengan harga-harga saham sehingga memperoleh laba di atas normal dengan memanfaatkan informasi dari orang-dalam (*inside information*). Pasar modal akan menjadi sempurna dimana semua informasi bebas biaya dan tersedia bagi siapa saja pada waktu yang bersamaan.

Implikasi dari teori Pasar yang Efisien (*Efficient Market Hypothesis Theory*) terhadap manajemen keuangan adalah bahwa perusahaan akan semaksimal mungkin mengusahakan peningkatan kinerja keuangan perusahaan lebih baik dari tahun ke tahunnya misalnya saja dengan melakukan aksi korporasi misalnya menerbitkan saham baru, mengumumkan kenaikan laba dan dividen, merger, pemecahan saham (*stock split*), atau aksi korporasi lainnya. Dengan adanya teori Pasar yang Efisien maka para analis atau pimpinan perusahaan berusaha keras untuk memaksimalkan kerja untuk memberikan kinerja yang terbaik bagi perusahaan. Yang juga kemudian akan berdampak positif bagi posisi perusahaan di pasar modal.

2.2.2 Signaling Theory (Teori Sinyal)

Teori sinyal merupakan tindakan manajer dalam memberikan sinyal harapan kepada investor melalui akun-akun dalam laporan keuangan dengan tujuan yaitu dapat menjadikan tingkat pertumbuhan perusahaan lebih tinggi di masa depan. Teori sinyal menjelaskan bahwa sinyal yang diberikan kepada para investor dapat berupa informasi tentang apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Para investor akan menggunakan informasi yang ada dalam laporan keuangan sebagai alat pengambilan keputusan investasi apabila informasi tersebut lengkap, akurat, dan tepat waktu.

Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham khususnya jika informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). Teori sinyal merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen suatu perusahaan yang memberikan petunjuk kepada para investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan tersebut (Brigham and Houston, 2011)

Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitasnya dan kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan (Suwardjono, 2013). *Signalling theory* menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar

karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar. Teori signal didasarkan pada ide bahwa manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar harga saham perusahaan meningkat. Informasi yang diberikan perusahaan merupakan hal yang sangat penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi. Informasi sangat dibutuhkan bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada umumnya menyajikan keterangan, catatan baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan (Sugiarto, 2012).

Salah satu jenis informasi yang akan dikeluarkan perusahaan bagi para investor dan pelaku bisnis lainnya adalah laporan tahunan. Laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Apabila sebuah perusahaan ingin sahamnya dibeli oleh investor, maka perusahaan harus melakukan pengungkapan laporan keuangan dengan cara terbuka dan transparan. Ketika informasi tersebut diumumkan dan para pelaku bisnis telah menerima informasi, para pelaku bisnis akan terlebih dahulu menganalisis informasi tersebut bahwa apakah sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad*

news). Apabila pengumuman informasi tersebut merupakan signal baik, maka akan terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham (Bisara, 2015).

2.2.3 Earnings Response Coefficient

Kualitas laba dapat diindikasikan sebagai kemampuan informasi laba memberikan respon kepada pasar. Dengan kata lain, laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*). Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya *Earnings Response Coefficient* (ERC), menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. Scott (2000), Cho and Jung (1991) dalam Paramita (2012) menyatakan bahwa *Earnings Response Coefficient* (ERC) mengukur seberapa besar *return* saham dalam merespon angka laba yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. Dengan kata lain *Earnings Response Coefficient* (ERC) adalah reaksi atas laba yang diumumkan (*published*) oleh perusahaan. Reaksi ini mencerminkan kualitas dari laba yang dilaporkan perusahaan. Dan tinggi rendahnya *Earnings Response Coefficient* (ERC) sangat ditentukan kekuatan responsif yang tercermin dari informasi (*good/bad news*) yang terkandung dalam laba. *Earnings Response Coefficient* (ERC) merupakan salah satu ukuran atau proksi yang digunakan untuk mengukur kualitas laba (Collins et al. 1984) dalam (Paramita, 2012)

Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap *return* saham, dan biasanya diukur dengan slope koefisien dalam regresi *abnormal returns saham* dan *unexpected earnings*.

2.2.4 *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005 dalam Suharto, 2006) dalam (Wulandari 2014). *Stakeholder* disini mencakup bukan hanya pelaku usaha dan pemegang saham perusahaan tersebut, namun juga masyarakat sekitar dan masyarakat yang terlibat, konsumen, pekerja/buruh/karyawan, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Jadi selain mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada *shareholder*, perusahaan juga diharapkan memiliki perhatian kepada *Stakeholder*. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang dikutip oleh Silalahi (2014) menyatakan bahwa :

“Tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis maupun untuk pembangunan”.

Pengungkapan kinerja tanggung jawab sosial melalui pelaporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) kini menjadi penting dan terutama ketika membuat keputusan investasi jangka panjang, melalui pelaporan kinerja tanggung jawab sosial tersebut akan mencerminkan apakah perusahaan telah melaksanakan akuntabilitas sosial dan lingkungan secara optimal atau tidak. Dilakukan melalui pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan salah satu

cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

2.2.5 Ukuran Perusahaan

Sebuah ukuran perusahaan lebih mudah dipahami dengan melihat jumlah pekerja yang ada dalam sebuah perusahaan, sedangkan volume penjualan, keadaan keuangan atau aset fisik dan penyebaran secara geografis menjadi indikator dari ukuran perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki penjualan lebih besar (akibatnya pelanggan lebih banyak), modal lebih besar (pemegang saham dan kreditor lebih banyak), karyawan lebih banyak (orang yang terlibat didalamnya lebih banyak). Dengan kata lain semakin besar perusahaan semakin besar yang terlibat atau yang berkepentingan, dan menjadi target pusat perhatian. Perusahaan yang lebih besar juga lebih memperhatikan kinerja yang lebih baik, karena mereka cenderung sebagai subyek terhadap penelitian publik yang lebih cermat sehingga perlu merespon lebih terbuka terhadap *Stakeholders*. Jadi, perusahaan yang lebih besar diperkirakan akan memberikan pengungkapan informasi yang lebih banyak bila dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai *size* kecil (Sugi Suhartono, 2017)

Perusahaan dengan ukuran lebih besar umumnya lebih banyak menjadi pusat perhatian dibanding dengan ukuran yang lebih kecil karena disamping melibatkan *Stakeholders* juga dampak yang ditimbulkan sangat luas dan besar. Oleh karena itu perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki inisiatif

untuk mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan perusahaan dengan ukuran kecil untuk mendapatkan legitimasi dari *Stakeholders*.

2.2.6 Kesempatan Bertumbuh

Perusahaan bertumbuh memiliki pertumbuhan margin, laba, dan penjualan yang tinggi. Perusahaan bertumbuh cenderung memiliki *Leverage* dan kebijakan dividen yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan tidak bertumbuh, dan kelompok perusahaan yang bertumbuh secara signifikan merupakan perusahaan yang lebih besar (Gaver & Gaver, 1993 dalam Muhamad, 2016)

Perusahaan yang pertumbuhannya tinggi dengan mempunyai kesempatan yang besar memungkinkan untuk membayar dividen yang rendah karena mereka mempunyai kesempatan *Profitable* dalam mendanai investasinya secara internal, sehingga perusahaan tidak terdoda untuk membayar bagian yang lebih besar labanya dalam bentuk dividen. Kesempatan bertumbuh yang akan dihadapi di waktu yang akan datang atau di masa depan merupakan suatu prospek baik yang dapat menghasilkan laba bagi perusahaan. Kesempatan bertumbuh perusahaan dapat dinilai dari pertumbuhan labanya. Apabila, semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan laba pada masa mendatang, dengan semakin meningkatnya kesempatan perusahaan memperoleh laba, maka pasar juga akan memberikan respon yang lebih besar pada perusahaan tersebut (Fitri, 2013).

2.2.7 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient*

Menurut penelitian (Sistya 2016) Hasil penelitaian yaitu variabel yang berpengaruh terhadap koefisien respon laba adalah pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, karena berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai koefisien pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang bila naik 1 satuan maka koefisien respon laba juga akan naik.

Secara umum, hubungan antara tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat beragam. Secara teoritis, ada hubungan positif antara pengungkapan dan kinerja pasar perusahaan (Lang & Lundhlo, 1993 dalam (Wulandari, 2014). Pengungkapan sukarela bertujuan mengurangi asimetri informasi ketika informasi laba hanya memberikan sedikit informasi tentang nilai perusahaan. Laporan tahunan adalah salah satu media yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan para investor. Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan akan mengurangi asimetri informasi dan juga mengurangi *agency problems*.

Pengaruh dari pengungkapan CSR dalam laporan tahunan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC), dan memberikan bukti empiris bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR berpengaruh negatif terhadap ERC. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa investor tidak mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

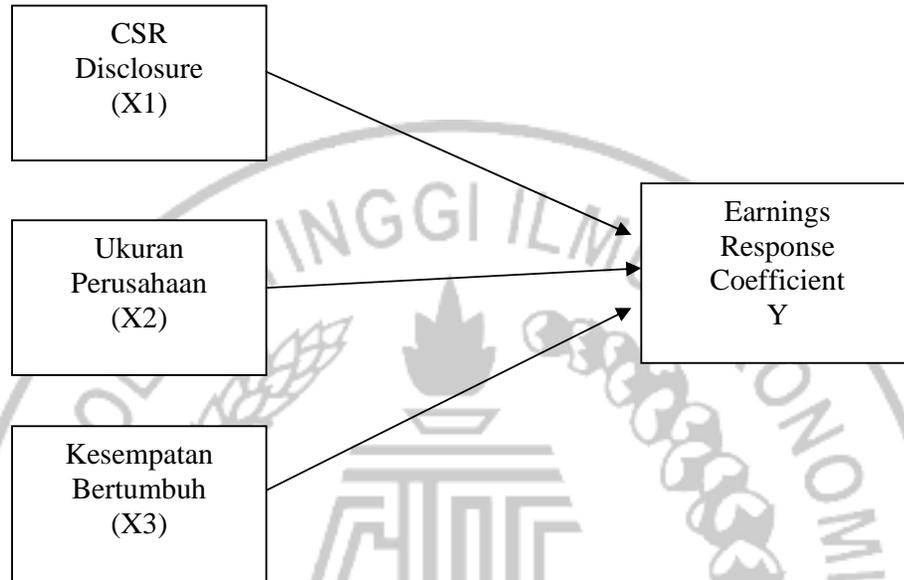
2.2.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*

Menurut (Sugi Suhartono, 2017) Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Koefisien Respon Laba. Penelitian yang menyimpulkan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dan koefisien respon laba, didasarkan argumentasi bahwa semakin luas informasi yang tersedia mengenai perusahaan besar memberikan bentuk konsensus yang lebih baik mengenai laba ekonomis. Semakin banyak informasi yang tersedia mengenai aktivitas perusahaan besar, semakin mudah bagi pasar untuk menginterpretasikan informasi dalam laporan keuangan.

2.2.9 Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap *Earnings Response Coefficient*

Penelitian Fitri (2013) menyatakan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC, tetapi penelitian tersebut berbanding terbalik dengan hasil dari penelitian Hasanzade (2013) menyatakan hasil di dalam penelitiannya bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh signifikan terhadap ERC. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan tinggi akan mampu menyelesaikan proyek-proyeknya. Karenanya peningkatan laba akan direspon positif oleh investor.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN

Kualitas laba dapat diindikasikan sebagai kemampuan informasi laba memberikan respon kepada pasar. Dengan kata lain, laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*). Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya *Earnings Response Coefficient* (ERC), yang menunjukkan bahwa laba yang dilaporkan berkualitas. Dalam penelitian ini *Earnings Response Coefficient* dipengaruhi oleh tiga variabel independen yaitu *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh.

corporate social responsibility disclosure adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan maka akan dipandang baik oleh para investor, sehingga para investor kemungkinan besar akan berinvestasi pada perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian kemungkinan laba yang didapat oleh perusahaan akan meningkat dan reaksi pasar juga akan baik, sehingga menghasilkan *earnings response coefficient* yang tinggi.

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah pekerja yang ada dalam sebuah perusahaan, sedangkan volume penjualan, keadaan keuangan atau aset fisik dan penyebaran secara geografis menjadi indikator dari ukuran perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki penjualan lebih besar, modal lebih besar, karyawan lebih banyak. Dengan kata lain semakin besar perusahaan semakin besar yang terlibat atau yang berkepentingan, dan menjadi target pusat perhatian. Perusahaan yang lebih besar juga lebih memperhatikan kinerja yang lebih baik, karena mereka cenderung sebagai subyek terhadap penelitian publik yang lebih cermat sehingga perlu merespon lebih terbuka terhadap *Stakeholders*. Jadi, perusahaan yang lebih besar diperkirakan akan memberikan pengungkapan informasi yang lebih banyak bila dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai size kecil.

Kesempatan bertumbuh adalah peluang perusahaan atau suatu organisasi untuk bisa berkembang dari keadaan sebelumnya. Kesempatan bertumbuh

perusahaan dapat dinilai dari pertumbuhan labanya. Apabila, semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan laba pada masa mendatang, dengan semakin meningkatnya kesempatan perusahaan memperoleh laba, maka pasar juga akan memberikan respon yang lebih besar pada perusahaan tersebut.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan disetujui dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel yang lainnya. Hipotesis yang akan diajukan sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan *Earnings Response Coefficient*

H2: Terdapat pengaruh antara Ukuran Perusahaan dengan *Earnings Response Coefficient*

H3: Terdapat pengaruh antara Kesempatan Bertumbuh dengan *Earnings Response Coefficient*