

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE*,
UKURAN PERUSAHAAN DAN KESEMPATAN BERTUMBUH
TERHADAP *EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT***

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh :

HIVI AYU LESTARI
2014310659

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

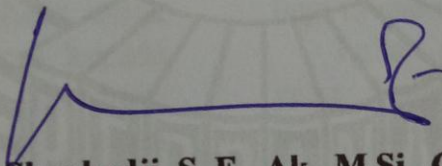
2018

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Hivi Ayu Lestari
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 22 juli 1996
N.I.M : 2014310659
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Ukuran Perusahaan Dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap *Earnings Response Coefficient*

Disetujui dan diterima baik oleh :

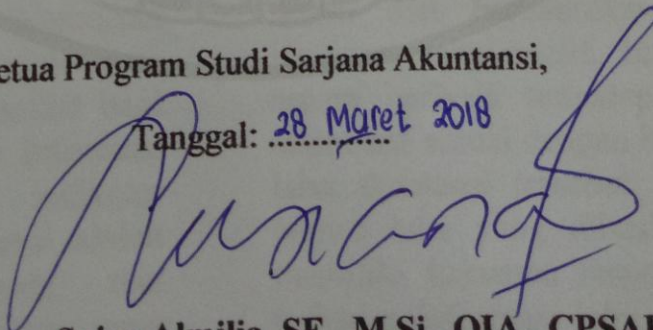
Dosen Pembimbing,
Tanggal : 28 Maret 2018



(Dr. Nanang Shonhadji, S. E., Ak., M.Si., CA., CIBA., CMA)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,

Tanggal: 28 Maret 2018



(Dr. Luciana Spica Almilia, SE., M.Si., QIA., CPSAK)

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE, UKURAN
PERUSAHAAN DAN KESEMPATAN BERTUMBUH TERHADAP
EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT**

Hivi Ayu Lestari

STIE Perbanas Surabaya

Email : hiviayu123@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility disclosure, firm size, and growth opportunities affect earnings response coefficient. earnings response coefficient is a dependent variable whereas corporate social responsibility disclosure, firm size, and growth opportunities are independent variables. The population of this research is mining sector companies listed in Indonesia Stock Exchange year 2012-2016, the criteria used in this research is a company engaged in mining sector that issued anual report and sustainability report, as well as mining companies whose financial statements are in rupiah currency. Methods in this study used secondary data and there were 67 samples. Data were analyzed using SPSS version 23 software and analysis technique to test hypothesis using multiple linear regression. The results of this study describe the size of the company affect earnings response coefficient while corporate social responsibility disclosure and growth opportunities have no effect on earnings response coefficient.

Key words : *Earnings Response Coefficient, Corporate Social Responsibility Disclosure, Firm Size and Growth Opportunitiy.*

PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan sarana utama bagi manajemen perusahaan untuk memberikan informasi keuangan kepada pihak eksternal perusahaan (kreditor, investor, pemerintah dan lain-lain). Tujuan utama dari pelaporan keuangan adalah menyediakan informasi keuangan yang berguna dalam pengambilan keputusan seperti keputusan investasi oleh para investor. Informasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan adalah informasi yang relevan. Salah satu indikator relevansi suatu informasi akuntansi adalah adanya reaksi investor pada saat diumumkannya informasi tersebut, yang dapat diamati dari pergerakan harga saham. Informasi akuntansi yang sampai

saat ini masih merupakan perhatian utama bagi investor adalah laba akuntansi.

Laba merupakan informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan suatu perusahaan, angka laba digunakan sebagai fasilitas untuk analis dan investor untuk memperkirakan aliran kas di masa depan dan bertransaksi dengan risiko investasi yang relatif. Investor merespon secara berbeda terhadap informasi laba akuntansi sesuai dengan kualitas informasi laba akuntansi tersebut. Dapat dikatakan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan memiliki kekuatan respon. Respon pasar terhadap informasi laba dapat dilihat dari besarnya *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Earnings Response Coefficient (ERC) merupakan koefisien yang mengukur hubungan laba perusahaan penerbit sekuritas terhadap *return* sahamnya dengan kata lain ERC merupakan estimasi perubahan harga saham perusahaan akibat dari informasi laba perusahaan yang diumumkan ke pasar. ERC yang tinggi mencerminkan laba yang berkualitas, sedangkan laba yang berkualitas merupakan laba yang di dalamnya memiliki sedikit gangguan persepsian dan mencerminkan kinerja perusahaan yang sesungguhnya.

Penelitian ini dilakukan pada sektor pertambangan. Sektor saham pertambangan melemah hingga 26,98% hingga 26 Desember 2012. Penurunan sektor saham pertambangan melemah cukup tajam dibandingkan sektor saham lain sepanjang 2012. Namun sampai tahun 2016 saham sektor pertambangan masih terlihat lemah. Secara sektoral, sebagian besar sektor saham melemah kecuali sektor saham keuangan naik 0,03 persen sedangkan sektor saham tambang turun 1,71 persen.

Fenomena yang bersifat *badnews* terjadi pada PT. ANTM yang mengalami anjloknya laba akibat harga emas yang merosot tajam selama 2013. Laba tahun berjalan ANTM sepanjang tahun 2013 tercatat hanya Rp. 409 miliar, atau turun 86% dari periode 2012 Rp 2,99 triliun. Sementara akibat laba yang turun drastis, saham juga turun secara tidak normal dari Rp. 314 di 2012, menjadi Rp. 43 di 2013.

Selain itu terdapat PT. Harum Energy yang memperoleh laba bersih Rp. 32,408 miliar di 2014, turun sebesar 94,67% dari tahun sebelumnya Rp. 608.348 miliar. Dalam laporan keuangan perseroan yang dipublikasikan, harga saham juga ikut turun 76% menjadi Rp. 600 per lembar di tahun 2014 dari sebelumnya yang Rp. 2.750 per lembar.

Kemudian hal yang sama terjadi pada PT Timah Tbk (TINS) yang tampak semakin menipis seiring merosotnya keuntungan tahun 2014. Dari laporan keuangan tahun 2014 yang diumumkan,

laba Timah mencapai Rp10,58 miliar pada tahun 2014, anjlok sebesar 97,67% dibanding laba Rp 454,85 miliar pada tahun 2013. Seiring anjloknya kinerja keuangan perseroan tahun 2014, harga saham TINS di Bursa Efek Indonesia (BEI) juga ikut terperosok cukup dalam. Saham emiten timah milik pemerintah Indonesia tersebut telah turun secara tak normal sebesar 44%, dari posisi Rp1.700 per saham menjadi Rp 650 per saham.

Meski laba Timah tergerus, perseroan masih mencatatkan penjualan sebesar Rp 5,14 triliun per September 2014, naik 13,27% dari Rp4,53 triliun pada periode yang sama 2013. Sayangnya, kenaikan penjualan diikuti dengan peningkatan beban pokok sebesar 40,42% menjadi Rp4,63 triliun, dari Rp3,3 triliun per September 2013. Lonjakan beban pokok tersebut menyebabkan laba kotor BUMN beraset Rp 9,84 triliun 2014 itu terpangkas 52%, dari Rp 1,05 triliun menjadi Rp 507,8 miliar di 2013.

Penelitian ini akan menguji beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* berdasarkan dari riset-riset terdahulu, yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR Disclosure), Ukuran Perusahaan (*firm size*), Kesempatan Bertumbuh (*growth opportunity*).

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder* nya. *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan sebagai alat pemasaran baru yang dapat dilakukan perusahaan secara berkelanjutan. Suatu perusahaan bersedia untuk mengeluarkan biaya untuk melakukan tanggung jawab sosialnya karenamenganggap *Corporate Social Responsibility* sebagai aktivitas dalam bentuk hubungan dengan masyarakat agar bisa terlihat baik di depan *stakeholder*. Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam jangka panjang akan mampu

meningkatkan kesetiaan konsumen, meningkatkan penjualan dan akan meningkatkan keuntungan perusahaan, namun tidak semua perusahaan menganggap *Corporate Social Responsibility* sebagai keuntungan melainkan sebagai beban karena kegiatan pengungkapan tanggung jawab perusahaan dalam jangka pendek akan menjadi sebagai biaya sehingga mengurangi keuntungan perusahaan.

Ukuran perusahaan lebih mudah dipahami dengan melihat jumlah pekerja yang ada dalam sebuah perusahaan, sedangkan volume penjualan, keadaan keuangan dan penyebaran secara geografis menjadi indikator dari ukuran organisasi. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya lebih banyak menjadi pusat perhatian, dibandingkan ukuran perusahaan yang kecil, karena melibatkan lebih besar *stakeholders* juga dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan sangat luas.

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.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pendapat antara beberapa peneliti. Maka, dalam riset yang akan dilakukan kembali dibutuhkan penelitian ulang untuk membuktikan konsistensi dari riset sebelumnya. Maka, peneliti tertarik untuk menganalisis penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Ukuran Perusahaan, Dan**

Kesempatan Bertumbuh, Terhadap *Earnings Response Coefficient*”

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

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.

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).

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*.

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. 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.

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*.

Kesempatan Bertumbuh

Perusahaan bertumbuh memiliki pertumbuhan margin, laba, dan penjualan yang tinggi. Perusahaan bertumbuh cenderung memiliki *Leverage* dan kebijakan deviden 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 deviden. 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).

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

Menurut penelitian (Sistya 2016) Hasil penelitian 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 & Lundhlom, 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. Dalam uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

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

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. Dalam uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

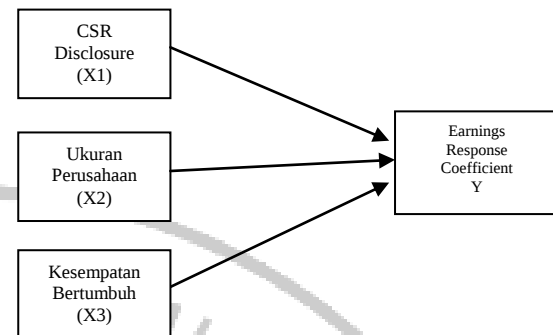
H2: Terdapat pengaruh antara Ukuran Perusahaan dengan *Earnings Response Coefficient*

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. Dalam uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

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

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang menerbitkan *annual report* atau *Sustainability report* dari tahun 2012-2016.

Penggunaan perusahaan pertambangan sebagai sampel dikarenakan perusahaan tersebut merupakan salah satu kriteria perusahaan yang diwajibkan untuk melaksanakan CSR menurut UUPT nomor 40 tahun 2007. Alasan penggunaan periode pengamatan 2012-2016 dikarenakan periode tersebut merupakan periode dimana telah ditetapkan UUPT nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang menyebutkan bahwa pengungkapan CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu informasi yang diperoleh dilakukan dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang umumnya disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Berikut adalah kriteria pemilihan sampel.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data dalam skala *numeric* serta periode data yang digunakan selama enam tahun (2012-2016). Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berupa laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang dijadikan sampel oleh peneliti yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2012-2016.

Metode pengumpulan data adalah secara dokumenter atau arsip, metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen berupa laporan keuangan perusahaan yang diteliti. Data yang diperlukan dalam penelitian ini akan didapat dari PT. Bursa Efek Indonesia serta diunduh pada www.idx.com dan masing-masing website perusahaan terkait.

Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua kelompok, yaitu variabel *dependent* dan variabel *independent*. Variabel *independent* atau bebas (X) yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* (X1), ukuran perusahaan (X2), dan Kesempatan Bertumbuh (X3). Variabel *dependent* atau terikat (Y) adalah *Earnings Response coefficient* (ERC) yang diukur dengan menghitung nilai *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dan nilai *Unexpected Earnings* (UE).

Definisi Operasional Variabel

Earnings Response Coefficient (ERC)

ERC merupakan pengukur seberapa besar return saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan, dengan kata lain terdapat variasi hubungan antara laba perusahaan dengan return saham. *Earnings response coefficient* juga merupakan efek dari *unexpected earning* terhadap return saham atau respon pasar terhadap kandungan informasi laba yang dipublikasikan yang digunakan untuk mengukur kualitas laba yang terdapat pada

laporan keuangan. Data yang digunakan terdiri atas return saham, *unexpected earning* dan IHSG. ERC diperoleh dari hasil *Cummulative Abnormal Return* (CAR) sebagai proksi harga saham dan *Unexpected Earnings* (UE) sebagai proksi laba akuntansi yang digunakan untuk mengindikasikan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar atau respon harga saham terhadap informasi laba (Sugi, 2015).

Earnings response coefficient dihitung dengan dengan cara meregresikan antara *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dengan *Unexpected Earnings* (UE). Untuk mendapatkan nilai ERC, peneliti harus meregresi persamaan yang ada sesuai dengan tahun penelitian yang dibutuhkan. Dengan demikian untuk menghitung ERC ada beberapa langkah, yaitu:

Menghitung nilai *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

Untuk mendapatkan kecepatan reaksi pasar dapat menggunakan jendela peristiwa atau *window*.

$$CAR_i = \begin{matrix} +5 \\ -5 \end{matrix} AR_{it}$$

Dimana :

CAR_i = *Abnormal return* kumulatif perusahaan i selama periode pengamatan ± 5 hari tanggal publikasi laporan keuangan (dihitung dalam jendela peristiwa selama 11 hari, yaitu 5 hari sebelum peristiwa, 1 hari peristiwa, dan 5 hari setelah peristiwa)
 AR_{it} = *Abnormal return* perusahaan i pada hari publikasi

Menentukan *realized return* atau *actual return*

Realized return merupakan return sesungguhnya yang terjadi, dihitung dengan menggunakan persamaan:

$$R_{i,t} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan:

$R_{i,t}$ = Return saham perusahaan i pada waktu t

P_t = Harga penutupan saham i pada waktu t

Pt-1 = Harga penutupan saham i pada waktu t-1

Menentukan *expected return*

Expected return adalah return yang diharapkan oleh investor ketika menanamkan sahamnya. Persamaan yang digunakan yaitu:

$$R_{m,t} = \frac{IHS_{Gt} - IHS_{Gt-1}}{IHS_{Gt-1}}$$

Keterangan:

R_{m,t} = Return indeks pasar pada periode t

IHS_{Gt} = Indeks harga saham gabungan pada periode t

IHS_{Gt-1} = Indeks harga saham gabungan pada periode t-1

Menghitung nilai *abnormal return*

Untuk menghitung *abnormal return* (AR_{i,t}) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$AR_{i,t} = R_{i,t} - R_{m,t}$$

Keterangan:

AR_{i,t} = Abnormal return perusahaan i pada periode ke-t

R_{i,t} = Actual return saham perusahaan i pada periode ke-t

R_{m,t} = Return indeks pasar pada periode ke-t

Untuk memperoleh data *abnormal return*, terlebih dahulu harus mencari *Returns* saham harian dan *Returns* pasar harian.

Menghitung nilai *Unexpected Earnings* (UE)

Unexpected Earnings (UE) atau laba kejutan adalah selisih antara laba per saham sesungguhnya dengan laba per saham ekspektasian. Model langkah acak mengestimasi laba periode berjalan sama dengan laba periode sebelumnya. Dengan demikian *unexpected Earnings* (UE) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$UE_t = \frac{EP_{St} - EP_{St-1}}{EP_{St-1}}$$

Keterangan:

UE_t = Unexpected Earnings perusahaan i pada periode t

EP_{St} = *Earning per share* perusahaan i pada periode t

EP_{St-1} = *Earning per share* perusahaan i pada periode t-1

Berdasarkan langkah-langkah diatas, ERC dapat dirumuskan dengan persamaan berikut:

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

Keterangan:

CAR_{it} = Cumulative abnormal return perusahaan i pada waktu t

UE_{it} = Unexpected earnings perusahaan i pada waktu t

α = Konstanta

β = Koefisien yang menunjukkan ERC

e = Error

Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)

Pengungkapan CSR adalah tanggungjawab perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, dan masyarakat atas dampak dari kegiatan operasional perusahaan dengan memberikan kontribusi bagi pengembangan berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik. Pengungkapan CSR diukur menggunakan metode *Checklist* data yang bersumber dari *Global Reporting Index* (GRI), yaitu setiap perusahaan yang laporan *Sustainability Reporting* perusahaan tersebut memenuhi poin yang ada dalam GRI akan diberikan *score* atau nilai 1 sedangkan yang tidak memenuhi akan diberikan *score* atau nilai 0. Pada penelitian ini *item-item* CSR menggunakan indikator yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Index* (GRI) yang berfokus pada beberapa komponen pengungkapan, yaitu kinerja ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. terdapat 91 item dimana merupakan standar yang banyak digunakan oleh perusahaan di dunia, indeks *CSR Disclosure* adalah penjumlahan dari seluruh *item-item* CSR berdasarkan GRI yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dibagi dengan total *item* keseluruhan (GRI, 2016).

Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai CSR adalah sebagai berikut:

$$CSR_i = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR_i = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j = Jumlah *item* untuk perusahaan j, n_j ≤ 91

∑X_{ij} = *Dummy variabel*, 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak

diungkapkan. Dengan demikian, 0 ≤ CSR_i ≤ 1

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan atau organisasi lebih mudah dipahami dengan melihat jumlah pekerja yang ada dalam sebuah organisasi, sedangkan volume penjualan, keadaan keuangan dan penyebaran secara geografis menjadi indikator dari ukuran organisasi. Perusahaan dengan *size* yang lebih besar umumnya lebih banyak menjadi pusat perhatian, dibandingkan *size* kecil karena melibatkan lebih besar *stakeholders* juga dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan sangat luas. Ukuran perusahaan diukur dengan nilai total aktiva pada awal tahun (Sugi, 2017). Ukuran perusahaan merupakan suatu besaran di mana perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecil dengan menggunakan berbagai cara, antara lain total aktiva, nilai pasar saham, nilai kapitalisasi pasar saham. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dengan menghitung pertumbuhan perusahaan tersebut.

$$UP_t = \frac{TA_t - TA_{t-1}}{TA_{t-1}}$$

Dimana :

UP_t = Ukuran Perusahaan pada periode 2012-2016

TA_t = Total Aset Perusahaan pada periode berjalan

TA_{t-1} = Total Aset Perusahaan pada periode tahun sebelumnya

Kesempatan Bertumbuh

Perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang lebih besar maka akan memiliki *Earnings Response Coefficient* yang tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan maka semakin tinggi respon pasar terhadap pengumuman laba tersebut. Variabel kesempatan bertumbuh dalam penelitian ini diukur dengan rasio nilai pasar ekuitas per lembar saham terhadap nilai buku ekuitas perusahaan per lembar saham (Fitri, 2013). Rumus kesempatan bertumbuh menggunakan:

$$\text{Market to book ratio} = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas per lembar saham}}{\text{Nilai Buku Ekuitas per lembar saham}}$$

Dimana:

Nilai buku ekuitas/lbr saham = ekuitas/jumlah saham beredar

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Alat Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, karena penelitian ini menguji pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Selain itu, analisis ini dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya. Berikut ini adalah persamaan model regresi penelitian:

$$ERC = \alpha + \beta_1 CSR\ DIS + \beta_2 UP + \beta_3 KB + e$$

Keterangan :

Y = *earnings response coefficient*

α = konstanta

β = koefisien regresi

X₁ = *corporate social responsibility disclosure* (CSR DIS)

X₂ = Ukuran Perusahaan (UP)

X₃ = Kesempatan Bertumbuh (KB)

β₁, β₂, β₃ = koefisien untuk variabel bebas

e = error

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Menurut Imam (2016 : 19) Analisis deskriptif merupakan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum tentang variabel penelitian yang akan diteliti. Variabel yang dideskripsikan adalah *corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh sebagai variabel independen dan *earnings response coefficient* sebagai variabel dependen. Penelitian ini mengambil sampel perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan langkah yang harus dilakukan sebelum melakukan pengujian regresi berganda. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, serta uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Berdasarkan Ghazali (2011: 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Normalitas akan diuji dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Data dapat dinyatakan terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih besar atau sama dengan 0,05, namun sebaliknya jika nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Ghazali (2011: 139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Model regresi yang baik yaitu jika tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas. Heteroskedastisitas akan diuji menggunakan uji glester dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Pengambilan keputusan jika probabilitas signifikansinya menunjukkan di atas tingkat kepercayaan 5% ($\text{sig} > 0,05$) maka menandakan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Uji Multikolonieritas

Berdasarkan Ghazali (2011: 105) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolonieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$ maka menunjukkan adanya multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan Ghazali (2011: 110) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Asumsi autokorelasi diuji dengan Runs Test, apabila hasil Asymp. Sig (2-tailed) lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji Statistik F

Uji statistik F bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan telah fit atau layak digunakan. Model regresi dikatakan fit apabila nilai signifikan kurang dari 0,05. Hal ini juga berarti terdapat salah satu variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 merupakan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji Statistik t (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh setiap variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui kebenaran pernyataan yang telah di hipotesiskan oleh peneliti. Berpengaruh tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka artinya *H₀* ditolak sehingga terdapat pengaruh.

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif *Earnings Response Coefficient*

Tahun	ERC	
	Min	Max
Data Keseluruhan	-0,1500	0,1500
2012	-0,1400	0,1200
2013	-0,0580	0,1500
2014	-0,0140	0,1340
2015	-0,1500	0,0500
2016	-0,1400	0,0700

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.3 nilai minimum ERC tahun 2012 sebesar -0,1400 dimiliki oleh Ratu Prabu Energi Tbk, sedangkan nilai maksimum ERC pada tahun tersebut sebesar 0,1200 dimiliki oleh PT Mitra Investindo Tbk. Pada tahun 2013 nilai minimum ERC sebesar -0,0580 yang dimiliki oleh PT Cakra Mineral Tbk (Citra Kebun Raya Agri Tbk), sedangkan nilai

maksimum ERC pada tahun tersebut sebesar 0,1500 yang dimiliki oleh PT Mitra Investindo Tbk. Pada tahun 2014 nilai minimum ERC sebesar -0,0140 yang dimiliki oleh PT Citatah Tbk, sedangkan nilai maksimum ERC pada tahun tersebut sebesar 0,1340 yang dimiliki oleh PT Timah (persero) Tbk. Pada tahun 2015 nilai minimum ERC sebesar -0,1500 yang dimiliki oleh PT Mitra Investindo, sedangkan nilai maksimum ERC pada tahun tersebut sebesar 0,0500 yang dimiliki oleh PT Aneka Tambang (persero) Tbk. Pada tahun 2016 nilai minimum ERC sebesar -0,1400 yang dimiliki oleh PT Mitra Investindo Tbk, sedangkan nilai maksimum ERC pada tahun tersebut sebesar 0,0700 dimiliki oleh PT Central Omega Resources Tbk.

Merujuk pada Tabel 4.2 dapat ditunjukkan bahwa sampel penelitian ini adalah sebanyak 48 sampel dengan nilai minimum ERC sebesar -0,1500. Nilai minimum tersebut dimiliki oleh perusahaan PT Mitra Investindo Tbk pada tahun 2015. Kemudian untuk nilai maksimum ERC sebesar 0,1500 dimiliki oleh perusahaan PT Mitra Investindo Tbk pada tahun 2013.

Perusahaan Mitra Investindo Tbk memiliki nilai ERC paling tinggi pada tahun 2013. Hal ini mengindikasikan bahwa laba yang diinformasikan kepada para investor mendapat respon yang lebih tinggi dan baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya. ERC dari perusahaan tersebut menunjukkan nilai positif yang artinya memiliki kandungan informasi yang baik sehingga dapat digunakan oleh para investor untuk membuat keputusan berinvestasi. Tindakan investor dalam pengambilan keputusan dapat dilihat dari perubahan harga saham perusahaan pada pasar modal. Nilai ERC yang positif juga membuat investor bisa yakin untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut di kemudian hari karena dari nilai yang dihasilkan tersebut, perusahaan dapat melihat prospek yang baik mengenai

kinerja perusahaan dan laba yang dihasilkan untuk ke depannya.

Perusahaan Mitra Investindo Tbk memiliki nilai ERC yang paling rendah pada tahun 2015. Hal tersebut menunjukkan bahwa laba yang diinformasikan kepada para investor mendapat respon yang rendah dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya. Perusahaan tersebut juga memiliki nilai ERC negatif yang artinya bahwa kandungan informasi yang dikeluarkan kurang baik sehingga kurang handal dan relevan bagi investor dalam hal pengambilan keputusan investasi. Nilai yang rendah menunjukkan perhatian terhadap nilai laba menurun karena adanya faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan seperti risiko perusahaan yang tinggi. Dengan adanya respon yang rendah juga dapat dilihat dari perubahan harga saham yang menurun.

Nilai standar deviasi yang ditunjukkan pada Tabel 4.2 adalah sebesar 0,0644887 yang artinya besarnya variasi atau yang biasa disebut dengan rentang jarak antar data pada nilai ERC sebesar 0,0644887, kemudian nilai rata-rata (mean) sebesar 0,005083. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata, yang artinya tingkat variasi yang terjadi sangat tinggi dan data yang diteliti lebih heterogen.

Tabel 2
Analisis Statistik Deskriptif Corporate Social Responsibility Disclosure

Tahun	CSR DISCLOSURE	
	Min	Max
Data Keseluruhan	0,0220	0,8901
2012	0,0659	0,8901
2013	0,0220	0,8901
2014	0,0440	0,8681
2015	0,0330	0,8681
2016	0,1648	0,8681

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.4 nilai minimum CSR tahun 2012 sebesar 0,0659 dimiliki oleh Ratu Prabu Energi Tbk, sedangkan nilai maksimum CSR pada tahun tersebut sebesar 0,8901 dimiliki oleh PT Aneka Tambang (persero) Tbk dan PT Timah (persero) Tbk. Pada tahun 2013 nilai minimum CSR sebesar 0,0220 yang dimiliki oleh Ratu Prabu Energi Tbk, sedangkan nilai maksimum CSR pada tahun tersebut sebesar 0,8901 yang dimiliki oleh PT Timah (persero) Tbk. Pada tahun 2014 nilai minimum CSR sebesar 0,0440 yang dimiliki oleh Ratu Prabu Energi Tbk, sedangkan nilai maksimum CSR pada tahun tersebut sebesar 0,8681 yang dimiliki oleh PT Aneka Tambang (persero). Pada tahun 2015 nilai minimum CSR sebesar 0,0330 yang dimiliki oleh PT Mitra Investindo, sedangkan nilai maksimum CSR pada tahun tersebut sebesar 0,8681 yang dimiliki oleh PT Aneka Tambang (persero) Tbk. pada tahun 2016 nilai minimum CSR sebesar 0,1648 yang dimiliki oleh PT Mitra Investindo Tbk, PT Citra Mineral Invesdo, PT Cakra Mineral Tbk dan PT Citatah Tbk, sedangkan nilai maksimum CSR pada tahun tersebut sebesar 0,8681 dimiliki oleh PT Aneka Tambang (persero) Tbk.

Merujuk pada Tabel 4.2 dapat ditunjukkan bahwa sampel penelitian ini adalah sebanyak 48 sampel. Nilai *corporate social responsibility disclosure* terendah sebesar 0,0220 nilai minimum tersebut dimiliki oleh Ratu Prabu Energi Tbk di tahun 2013. Kemudian nilai *corporate social responsibility disclosure* tertinggi sebesar 0,8901 yang dimiliki oleh perusahaan PT Aneka Tambang (persero) Tbk dan PT Timah (persero) Tbk ditahun 2012 serta PT Timah (persero) Tbk ditahun 2013.

Perusahaan PT Aneka Tambang (persero) Tbk dan PT Timah (persero) Tbk ditahun 2012 serta PT Timah (persero) Tbk ditahun 2013. Menghasilkan nilai *corporate social responsibility disclosure* yang paling tinggi. Hal ini menunjukkan

bahwa perusahaan tersebut memiliki kesadaran yang tinggi dalam melaporkan kegiatan sosial dan lingkungan terhadap masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Karena semakin tinggi *corporate social responsibility disclosure* menyebabkan perusahaan mendapat legitimasi yang tinggi dari masyarakat sekitar.

Perusahaan Ratu Prabu Energi Tbk menghasilkan nilai *corporate social responsibility disclosure* yang paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kesadaran yang rendah dalam melaporkan kegiatan sosial dan lingkungan terhadap masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Semakin rendah nilai *corporate social responsibility disclosure* menyebabkan perusahaan kurang mendapat legitimasi dari masyarakat.

Nilai standar deviasi yang ditunjukkan dalam Tabel 4.2 adalah sebesar 0,2576455 yang artinya besarnya variasi atau rentang jarak antar data pada nilai *corporate social responsibility disclosure* sebesar 0,2576455, sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,285473. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) yang artinya tingkat variasi yang terjadi sangat rendah dan data yang diteliti lebih homogen.

Tabel 3
Analisis Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan

Tahun	UP	
	Min	Max
Data Keseluruhan	-0,3136	0,3809
2012	-0,0714	0,2965
2013	-0,0826	0,2860
2014	-0,2606	0,2058
2015	-0,3136	0,3809
2016	-0,1344	0,3765

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.5 nilai minimum ukuran perusahaan tahun 2012 sebesar -0,0714 dimiliki oleh PT Timah (persero) Tbk, sedangkan nilai maksimum ukuran

perusahaan pada tahun tersebut sebesar 0,2965 dimiliki oleh PT Aneka Tambang (persero) Tbk. Pada tahun 2013 nilai minimum ukuran perusahaan sebesar -0,0826 yang dimiliki oleh PT Tambang Batubara Bukit Asam (persero) Tbk, sedangkan nilai maksimum ukuran perusahaan pada tahun tersebut sebesar 0,2860 yang dimiliki oleh PT Timah (persero) Tbk. Pada tahun 2014 nilai minimum ukuran perusahaan sebesar -0,2606 yang dimiliki oleh PT Cita Mineral Invesdo, sedangkan nilai maksimum ukuran perusahaan pada tahun tersebut sebesar 0,2058 yang dimiliki oleh PT Bara Jaya Internasional Tbk. Pada tahun 2015 nilai minimum ukuran perusahaan sebesar -0,3136 yang dimiliki oleh PT Mitra Investindo, sedangkan nilai maksimum ukuran perusahaan pada tahun tersebut sebesar 0,3809 yang dimiliki oleh PT Ratu Prabu Energi Tbk. pada tahun 2016 nilai minimum ukuran perusahaan sebesar -0,1344 yang dimiliki oleh PT Cakra Mineral Tbk, sedangkan nilai maksimum ukuran perusahaan pada tahun tersebut sebesar 0,3765 dimiliki oleh PT Central Omega Resources Tbk.

Merujuk pada Tabel 4.2 dapat ditunjukkan bahwa sampel penelitian ini adalah sebanyak 48 sampel dengan nilai minimum ukuran perusahaan sebesar -0,3136. Nilai minimum tersebut dimiliki oleh perusahaan PT Mitra Investindo Tbk pada tahun 2015. Kemudian untuk nilai maksimum ukuran perusahaan sebesar 0,3809 dimiliki oleh perusahaan PT Ratu Prabu Energi Tbk pada tahun 2015.

Perusahaan Ratu Prabu Energi Tbk menghasilkan nilai ukuran perusahaan yang paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki ukuran perusahaan dalam hal pertumbuhan asset yang sangat baik dan terus meningkat dibandingkan dengan perusahaan lainnya, sehingga dapat menjadi perhatian para investor untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut. Karena dalam melihat kualitas suatu perusahaan, investor dapat melihat pada ukuran perusahaan tersebut.

Perusahaan Mitra Investindo Tbk menghasilkan nilai ukuran perusahaan yang paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki ukuran perusahaan dalam hal pertumbuhan asset yang tidak baik dan cenderung menurun dibandingkan dengan perusahaan lainnya, sehingga kurang relevan bagi investor dalam hal pengambilan keputusan serta dapat membuat investor enggan untuk menanamkan saham pada perusahaan yang ukuran perusahaannya kecil.

Nilai standar deviasi yang ditunjukkan dalam Tabel 4.2 adalah sebesar 0,1645293 yang artinya besarnya variasi atau rentang jarak antar data pada nilai *corporatesocial responsibility disclosure* sebesar 0,1645293, sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,049125. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*) yang artinya tingkat variasi yang terjadi sangat tinggi dan data yang diteliti heterogen.

Tabel 4
Analisis Statistik Deskriptif
Kesempatan Bertumbuh

Tahun	KB	
	Min	Max
Data Keseluruhan	0,1637	3,1508
2012	0,4764	2,2468
2013	0,3059	3,1122
2014	0,1637	1,9728
2015	0,2710	2,4523
2016	0,3126	3,1508

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.6 nilai minimum kesempatan bertumbuh tahun 2012 sebesar 0,4764 dimiliki oleh PT Ratu Prabu Energi Tbk, sedangkan nilai maksimum kesempatan bertumbuh pada tahun tersebut sebesar 2,2468 dimiliki oleh PT Mitra Investindo Tbk. Pada tahun 2013 nilai minimum kesempatan bertumbuh sebesar 0,3059 yang dimiliki oleh PT Ratu Prabu Energi Tbk, sedangkan nilai maksimum kesempatan bertumbuh pada tahun tersebut

sebesar 3,1122 yang dimiliki oleh PT Tambang Batubara Bukit Asam (persero) Tbk. Pada tahun 2014 nilai minimum kesempatan bertumbuh sebesar 0,1637 yang dimiliki oleh PT Ratu Prabu Energi Tbk, sedangkan nilai maksimum kesempatan bertumbuh pada tahun tersebut sebesar 1,9728 yang dimiliki oleh PT Tambang Batubara Bukit Asam (persero) Tbk. Pada tahun 2015 nilai minimum kesempatan bertumbuh sebesar 0,2710 yang dimiliki oleh PT Cakra Mineral Tbk, sedangkan nilai maksimum kesempatan bertumbuh pada tahun tersebut sebesar 2,4523 yang dimiliki oleh PT Cita Mineral Invesdo Tbk. pada tahun 2016 nilai minimum kesempatan bertumbuh sebesar 0,3126 yang dimiliki oleh PT Citatah Tbk, sedangkan nilai maksimum kesempatan bertumbuh pada tahun tersebut sebesar 3,1508 dimiliki oleh PT Cita Mineral Invesdo Tbk.

Merujuk pada Tabel 4.2 dapat ditunjukkan bahwa sampel penelitian ini adalah sebanyak 48 sampel dengan nilai minimum kesempatan bertumbuh sebesar 0,1637. Nilai minimum tersebut dimiliki oleh perusahaan PT Ratu Prabu Energi Tbk pada tahun 2014. Kemudian untuk nilai maksimum kesempatan bertumbuh sebesar 3,1508 dimiliki oleh perusahaan PT Cita Mineral Invesdo Tbk pada tahun 2016.

Perusahaan Cita Mineral Invesdo Tbk menghasilkan nilai kesempatan bertumbuh paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut cenderung memiliki *leverage* dan kebijakan deviden yang lebih rendah, artinya yaitu perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang besar karena memiliki kesempatan bertumbuh yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Sehingga, para investor lebih memilih menanamkan saham nya pada perusahaan yang lebih besar.

Perusahaan Ratu Prabu Energi Tbk menghasilkan nilai kesempatan bertumbuh paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut cenderung memiliki *leverage* dan kebijakan deviden yang lebih

tinggi, artinya yaitu perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang pertumbuhannya lambat karena memiliki kesempatan bertumbuh yang rendah dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

Nilai standar deviasi yang ditunjukkan dalam Tabel 4.2 adalah sebesar 0,7143920 yang artinya besarnya variasi atau rentang jarak antar data pada nilai *corporatesocial responsibility disclosure* sebesar 0,7143920, sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,205496. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) yang artinya tingkat variasi yang terjadi sangat rendah dan data yang diteliti homogen.

Tabel 5
HASIL UJI REGRESI LINEAR
BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,042	,020		2,063	,045
CSRDIS	,041	,034	,163	1,182	,244
UP	,149	,055	,380	2,702	,010
KB	,023	,012	,258	1,888	,066

a. Dependent Variable: ERC

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.12, hanya variabel Ukuran Perusahaan (UP) yang berpengaruh terhadap ERC karena nilai signifikannya kurang dari 0,05 ($0,10 < 0,05$), sedangkan dua variabel lainnya yaitu *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRDIS) dan Kesempatan Bertumbuh (KB) tidak berpengaruh terhadap ERC. Maka persamaan regresi yang dapat dibuat adalah sebagai berikut:

$$\text{ERC} = -0,042 + 0,041 \text{ CSRDIS} + 0,149 \text{ UP} + 0,023 \text{ KB} + e$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa :

Nilai konstanta (α) sebesar -0,042 artinya apabila variabel independen (*corporate social responsibility disclosure*, ukuran perusahaan, dan kesempatan

bertumbuh) bernilai konstan, maka nilai *earnings response coefficient* akan menurun sebesar 0,042.

Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,149 mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan yang searah dengan *earnings response coefficient*. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan nilai pada ukuran perusahaan (X_2) satu satuan maka variabel *earnings response coefficient* (Y) akan meningkat sebesar 0,149.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* (X1) terhadap *Earnings Response Coefficient* (Y)

Keputusan investasi yang dilakukan oleh investor selain melihat dari kinerja perusahaan juga mempertimbangkan pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, karena hal tersebut akan mempengaruhi seberapa besar tingkat *going concern* di masa depan. Hal ini terjadi karena semakin informatif suatu perusahaan dalam melakukan tanggungjawab sosial dan lingkungannya maka masyarakat akan lebih *legitimate* terhadap perusahaan. Pengukuran *corporate social responsibility disclosure* pada penelitian ini menggunakan indeks GRI G4 dimana terdapat 91 item pengungkapan. Semakin banyak item yang diungkapkan, maka investor akan menanggapi positif laba yang dipublikasikan karena para investor lebih memilih perusahaan yang mempunyai pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang baik. Hal ini juga dilandasi oleh teori sinyal dimana untuk memperoleh respon yang baik dari *stakeholder* maka operasi yang dilakukan perusahaan harus sesuai dengan harapan *stakeholder*. Adanya tanggungjawab sosial dan lingkungan menjadi alternatif untuk perusahaan untuk memperoleh timbal balik dari para *stakeholder*, sehingga pengungkapan *corporate social responsibility disclosure* akan mempengaruhi respon dari para investor.

Pengujian hipotesis pertama memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility disclosure* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Selanjutnya yaitu pada Tabel 4.15 pada hasil uji t yang menghasilkan nilai signifikan CSR sebesar 0,244 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,244 > 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* tidak mempunyai pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. *Corporate social responsibility disclosure* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* artinya bahwa meskipun nilai CSR naik maupun turun tidak akan berdampak signifikan pada nilai *earnings response coefficient* yang ditunjukkan dengan ketidakkonsistenan arah hubungan antara *corporate social responsibility disclosure* dengan *earnings response coefficient*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (X2) terhadap Earnings Response Coefficient (Y)

Ukuran perusahaan merupakan perbandingan yang digunakan untuk mengetahui besar atau kecilnya perusahaan. Besar atau kecilnya perusahaan dapat diketahui melalui besar kecilnya total aset, pendapatan dan total ekuitas yang dimiliki suatu perusahaan. Pada penelitian ini, besar atau kecilnya perusahaan dapat diketahui melalui nilai total aset perusahaan, semakin besar nilai total aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut digolongkan pada perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar. Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar diharapkan memiliki kinerja yang baik. Melalui kinerja yang baik, maka perusahaan akan lebih berhati-hati dalam memperhatikan kandungan informasi laba yang akan dipublikasikan.

Pengujian hipotesis kedua memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Pada tabel 4.15 yaitu hasil uji t yang menghasilkan nilai

signifikan ukuran perusahaan sebesar 0,010 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kualitas informasi laba yang dihasilkan akan semakin tinggi.

Tinggi atau rendahnya ERC dapat mencerminkan besar atau kecilnya perusahaan. Semakin besar nilai total aset yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan nilai ERC dan begitupula sebaliknya. Adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dengan *earnings response coefficient* mengindikasikan bahwa besarnya nilai total aset perusahaan dapat mempengaruhi respon yang diberikan pasar terhadap perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka respon yang didapat juga akan besar, sehingga nilai *earnings response coefficient* juga akan semakin meningkat dan semakin kecil ukuran perusahaan maka respon yang didapat akan rendah sehingga nilai *earnings response coefficient* juga semakin menurun.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Pimentel (2016) bahwa terdapat pengaruh dari variabel ukuran perusahaan terhadap *earnings response coefficient*. Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan akan mempengaruhi tingkat respon pasar atau informasi atas laba yang akan dipublikasikan. Ini berarti besarnya nilai total aset suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian Paramita (2012), Sugi Suhartono (2017), Laila Fitri (2013), dan Roni (2017) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Pengaruh Kesempatan Bertumbuh (X3) terhadap Earnings Response Coefficient (Y)

Perusahaan bertumbuh memiliki pertumbuhan margin, laba, dan penjualan yang tinggi. Perusahaan bertumbuh

cenderung memiliki *Leverage* dan kebijakan deviden yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan tidak bertumbuh, dan kelompok perusahaan yang bertumbuh secara signifikan merupakan perusahaan yang lebih besar. Pada penelitian ini untuk mengetahui suatu perusahaan mengalami kesempatan bertumbuh atau tidak dilihat dari rasio nilai pasar ekuitas per lembar saham terhadap nilai buku ekuitas perusahaan per lembar saham. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan, artinya perusahaan tersebut semakin meningkat dalam hal pertumbuhan margin, laba, serta penjualannya. Artinya, para investor cenderung memilih untuk menanamkan modalnya (investasi) pada perusahaan yang kesempatan bertumbuhnya baik dan terus meningkat.

Pengujian hipotesis ketiga memberikan hasil bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Selanjutnya yaitu pada Tabel 4.15 pada hasil uji t yang menghasilkan nilai signifikan kesempatan bertumbuh sebesar 0,066 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,066 > 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh tidak mempunyai pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* artinya bahwa meskipun suatu perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik atau tidak mengalami pertumbuhan, tidak akan berdampak signifikan terhadap respon laba yang dipublikasikan oleh perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan ketidakkonsistenan arah hubungan antara kesempatan bertumbuh dengan *earnings response coefficient*.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility disclosure* tidak berpengaruh terhadap *earnings*

response coefficient. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Variabel kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Penelitian yang telah dilakukan masih memiliki kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan serta kendala yang muncul menjadikan hal-hal tersebut sebagai keterbatasan penelitian. Berikut merupakan keterbatasan pada penelitian yaitu (1) Pada penelitian ini terdapat *outlier* untuk mendapatkan data yang terdistribusi normal, sehingga data yang di uji hanya sedikit dan hasil yang didapatkan kurang maksimal. (2) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya beberapa pengaruh variabel independen yang lemah. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada faktor-faktor lain di luar penelitian yang dapat mempengaruhi variabel dependen.

Adanya keterbatasan penelitian yang dipaparkan sebelumnya, untuk itu peneliti memberikan saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Saran dari penelitian ini sebagai berikut: (1) Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari data pada sektor perusahaan yang lebih banyak sampelnya. Jadi, apabila terdapat data *outlier* maka data yang bisa kita uji untuk selanjutnya masih banyak dan diharapkan bisa mendapatkan hasil yang signifikan. (2) Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan koefisien respon laba.

DAFTAR RUJUKAN

- Bisara, C. 2015. "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Return Saham" *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol 4, 164-182.
- Brigham, E. & Joel, Houston. 2011. "Essentials Of Financial Management Dasar-Dasar Manajemen Keuangan". 11.

- Fariba, K., Hajiha, Z., Nabiyuni, S., & Khalili, M. A. (2013). *Effect of The Social accountability on Incoming and Earnings Response constant. Total quality management*, 1(1).
- Fitri, L. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas Terhadap *Earnings Response Coefficient* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011). *Jurnal Akuntansi*, 1(3).
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, G. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GRI. (2016). Prinsip Pelaporan Dan Pengungkapan Standard : GRI-G4 halaman 52-63.
- Hasanzade, M., Darabi, R., & Mahfozi, G. (2014). *Factors affecting the earnings response coefficient: An empirical study for Iran. European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, 2(3 (s)), pp-2551.
- Mashayekhi, B., & Aghel, Z. L. (2016). *A Study on the Determinants of Earnings Response Coefficient in an Emerging Market. World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 10(7), 2474-2477.
- Muhamad F. M. P. (2016). Pengaruh Pengungkapan Csr, Timeliness, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Resiko Sistemik Terhadap *Earning Response Coefficient (Erc)* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur, Properti Dan Pertambangan Yang Terlisting Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Pada Periode 2013-2014) (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Paramita, R. W. D. (2012). Pengaruh *Firm Size* Terhadap *Earnings Response Coeffisient (Erc)* Dengan *Voluntary Disclousure* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 2(1).
- Pimentel, R. C. (2016). Earnings response coefficient estimation: *An exploratory and comparative analysis in BRICS. BASE-Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 13(1), 19-31.
- Roni, R. (2017). Pengaruh *Leverage, Beta, Market To Book Value Ratio* Dan *Firm Size* Terhadap *Earnings Response Coefficient (Erc)* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei 2013-2015). *Jurnal Riset Akuntansi*, 6(03).
- Sistya, R. (2016). Pengaruh Pengungkapan Sukarela Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, 16(2), 61-84.
- Silalahi (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Beta* dan *Price To Book Value (PBV)* terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 22 (1) Maret.
- Sugi S. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Terhadap Koefisien Respon Laba Yang

- Dimoderasi Konservatisme
Akuntansi. *Jurnal Ekonomi
Perusahaan*, 22(2).
- Suwardjono 2013. "Teori Akuntansi:
Perekayasa Pelaporan
Keuangan. Yogyakarta" :
BPFE
- Terzaghi, M. T. (2012). Pengaruh *Earning
Management* dan Mekanisme
Corporate Governance Terhadap
Pengungkapan Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan Manufaktur
yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan
Informasi Akuntansi*, 2(1), 1-17.
- Wulandari, K. T., & Wirajaya, I. (2014).
Pengaruh Pengungkapan
Corporate Social Responsibility
terhadap *Earnings Response
Coefficient*. *E-Jurnal
Akuntansi*, 6(3), 355-369.
- <https://www.idx.co.id/>
<https://www.duniainvestasi.com>
<https://www.yahoofinance.com>

