

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tentu tidak lepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti lain sehingga penelitian yang akan dilakukan memiliki keterkaitan yang sama beserta persamaan maupun perbedaan dalam objek yang akan diteliti.

1. Dita Qusna Pratiwi dan Noer Sasongko (2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat melihat pengaruh kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap *earnings response coefficient*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen yaitu kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan sedangkan *earnings response coefficient* (ERC) sebagai variabel dependen. Populasinya yaitu perusahaan *consumer goods* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Untuk pengambilan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling* dan mendapatkan 81 sampel yang memenuhi kriteria. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dita Qusna Pratiwi dan Noer Sasongko adalah struktur modal dan ukuran perusahaan mempengaruhi *earnings response coefficient*. Sedangkan kesempatan bertumbuh dan profitabilitas tidak mempengaruhi *earnings response coefficient*.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada:

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan.
- c. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.
- d. Metode pengumpulan data menggunakan data sekunder.
- e. Teknik analisis data menggunakan model analisis regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *leverage* dan *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.
- b. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu selama 3 tahun yaitu periode 2016-2018 sedangkan peneliti sekarang menggunakan periode penelitian selama 5 tahun yaitu tahun 2016-2020.
- c. Perbedaan juga terdapat pada sektor perusahaan yang digunakan, peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.

2. Yunita Nursopiatin dan Widyasari (2020)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *leverage*, *profitability*, *sales growth*, dan *firm size* terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia periode 2016- 2018. pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen yaitu *leverage*, *profitability*, *sales growth*, dan *firm size* sedangkan Earnings Response Coefficient (ERC) sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah 58 sampel perusahaan manufaktur berdasarkan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi data panel. hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunita Nursopiatin dan Widyasari adalah *leverage* memiliki pengaruh negatif signifikan, *sales growth* memiliki pengaruh positif signifikan, sedangkan *profitability* dan *firm size* memiliki pengaruh tidak signifikan, terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada:

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan *leverage*, *profitability*, dan ukuran perusahaan.
- c. Pengujian hipotesis yang digunakan untuk menguji beberapa variabel independen/bebas terhadap variabel dependen/terikat.
- d. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.
- e. Metode pengumpulan data menggunakan data sekunder.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Periode dan sektor perusahaan yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah 58 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

periode 2016-2018 sedangkan peneliti sekarang menggunakan sampel perusahaan kesehatan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.

- b. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.
- c. Penelitian terdahulu menggunakan model analisis regresi data panel sedangkan peneliti sekarang menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk pengujian hipotesis.

3. Yoo Chan Kim, Inshik Seol dan Yun Sik Kang (2018)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji tanggung jawab sosial perusahaan *corporate social responsibility-earnings response coefficient* dalam tradisi kode-hukum dan tahap awal praktik *corporate social responsibility* untuk mengisi kesenjangan penelitian dalam literatur tentang hubungan *corporate social responsibility - earnings response coefficient*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel dependen yaitu *earnings response coefficient* dan variabel independen yaitu *corporate social responsibility* sampel yang digunakan adalah Penulis menggunakan kerangka kerja asosiasi untuk penelitian ini. Mereka menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Korea. Penulis mengumpulkan data dari dua sumber data: KisValue dan Korea Corporate Governance Service. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ada dua pendekatan yang banyak digunakan dalam menyelidiki hubungan antara return saham dan penghasilan: pendekatan *narrow-window* dan *wide*

window. Pendekatan *narrow-window* cocok untuk menyelidiki reaksi pengembalian saham terhadap pendapatan (yaitu respons investor terhadap pendapatan) pendekatan *Wide Window*, untuk menyelidiki hubungan antara saham pengembalian dan pendapatan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yoo Chan Kim, Inshik Seol, dan Yun Sik Kang adalah Pertama, *corporate social responsibility* berhubungan negatif dengan *earnings response coefficient*, yang menunjukkan bahwa konsistensi informasi dalam pengembalian dan pendapatan menurun dengan meningkatnya *corporate social responsibility*. Kedua, sensitivitas politik (efek kelompok bisnis) berhubungan positif (negatif) dengan hubungan *corporate social responsibility* dengan *earning response coefficient*. Hasil ini menyiratkan bahwa pelaporan manajerial insentif yang disebabkan oleh lingkungan bisnis dapat memperkuat (melemahkan) hubungan antara *corporate social responsibility* dan ERC.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada:

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan *corporate social responsibility*.
- c. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah selama lima tahun yaitu dari tahun 2010-2014. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan periode penelitian selama 5 tahun yaitu tahun 2016-2020.

- b. Perbedaan juga terdapat pada sektor perusahaan yang digunakan, peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.
- c. Perbedaan juga terlihat pada Teknik analisis data yang dilakukan. Pada peneliti terdahulu teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan *narrow-window dan wide window*. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan analisis regresi linear berganda.

4. Hanan Al-Awawdeh, Saad A. al-sakini, Mahmoud Nour (2020)

Tujuan dari penelitian ini Studi ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi ERC di Yordania. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen yaitu rasio *leverage*, risiko sistemik, ukuran perusahaan, peluang pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas perusahaan dan variabel dependen yaitu *earnings response coefficient*. Sampel yang digunakan adalah 17 perusahaan industri Yordania yang terdaftar di Bursa Efek Amman selama 2012–2018. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hanan Al- Awawdeh, Saad A. al-sakini dan Maahmoud Nour adalah perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi, pasar kurang responsif terhadap perubahan keuntungan mereka dibandingkan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi. Risiko sistematis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC, artinya risiko sistemik yang tinggi menyebabkan penurunan ERC. Ukuran perusahaan tidak memiliki dampak

yang signifikan terhadap ERC, menunjukkan tidak relevannya hubungan antara ukuran perusahaan industri Yordania dan keuntungan mereka. Peluang pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC, yang berarti market-to-book ratio yang rendah dan peluang pertumbuhan yang lebih tinggi menghasilkan ERC yang lebih tinggi. Terakhir, profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *return on assets* (ROA) memiliki dampak positif dan penting pada ERC, menunjukkan bahwa profitabilitas yang lebih tinggi meningkatkan ERC. Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada:

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.
- c. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah perusahaan industri Yordania yang terdaftar di Bursa Efek Amman selama 2012–2018, sedangkan peneliti sekarang menggunakan sampel perusahaan kesehatan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.
- b. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.

- c. Perbedaan juga terdapat pada pengujian hipotesis yang pada penelitian terdahulu menggunakan model analisis regresi data panel sedangkan peneliti sekarang menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk pengujian hipotesis.

5. Brigitta Particia Pandana dan Linda Santioso (2020)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *firm size*, *dividend payout ratio*, *profitability*, dan *leverage* terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen yaitu *firm size*, *dividend payout ratio*, *profitability*, dan *leverage* sedangkan variabel dependen yaitu *earnings response coefficient* (ERC). Sampel yang digunakan adalah 90 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 -2018. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda pada E-Views 9.0. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Brigitta Particia Pandana dan Linda Santioso adalah *firm size* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap ERC. Sedangkan *dividend payout ratio* dan *profitability* tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC. Secara simultan *firm size*, *dividend payout ratio*, *profitability*, dan *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap ERC.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada:

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas.
- c. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

- d. Metode pengumpulan data menggunakan data sekunder.
- e. Pengujian hipotesis menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk pengujian hipotesis.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode 2016-2018 sedangkan menggunakan periode tahun 2016-2020.
- b. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.
- c. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.

6. Suryani Fitriah (2020)

Tujuan dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesempatan bertumbuh dan *leverage* terhadap *earnings response coefficient* (ERC) pada sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2018. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Variabel Independen yaitu Kesempatan Bertumbuh dan *Leverage*. Sampel yang digunakan adalah 100 perusahaan yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* pada sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2018. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda metode GLS (*Generalized Least Square*). Hasil

penelitian yang dilakukan oleh adalah ERC tidak dipengaruhi oleh kesempatan bertumbuh dan *leverage*. Hal ini mengindikasikan perusahaan dengan *growth opportunity* tinggi memiliki tingkat dividen yang rendah karena cenderung menginvestasikan keuntungan yang dimiliki untuk membiayai proyek investasinya. Ketika perusahaan dengan tingkat hutang tinggi memperoleh keuntungan, maka akan memprioritaskan penyelesaian klaim pembayaran utang kepada *debtholders* daripada pembagian keuntungan kepada pemegang saham.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada:

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan *leverage*.
- c. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *Purposive Sampling*.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode 2015-2018 sedangkan peneliti sekarang menggunakan tahun 2016-2020.
- b. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI, sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.
- c. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah profitabilitas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.

7. Intan Kurnia, Nur Diana, dan M. Cholid Mawardi (2019)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan yang baik, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap koefisien respon laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2017. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Variabel Independen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan yang baik, ukuran perusahaan dan profitabilitas sedangkan variabel dependen yaitu Koefisien Respon Laba. Sampel yang digunakan adalah Hasil sampel yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan adalah sebanyak 40 perusahaan dari 145 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Intan Kurnia, Nur Diana dan M. Cholid Mawardi adalah Pengungkapan *Corporate social responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Komposisi Komisaris Independen dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Earning Response Coefficient. Sedangkan Kualitas Audit dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Koefisien Respon Laba.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada:

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan profitabilitas dan Ukuran Perusahaan.
- c. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *Purposive Sampling*.

d. Pengujian hipotesis menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk pengujian hipotesis.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode 2014-2017 sedangkan peneliti sekarang menggunakan tahun 2016-2020.
- b. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.
- c. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *leverage* sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.

8. Imarotus Suaidah (2018)

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan manufaktur tahun 2014-2017. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel depeden yaitu *corporate social responsibility* sedangkan variabel independen yaitu *earnings response coefficient*. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur tahun 2014-2017. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Imarotus Suaidah adalah *corporate social*

responsibility disclosure tidak mempunyai pengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada:

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan *corporate social responsibility*.
- c. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode 2014-2017 sedangkan peneliti sekarang menggunakan tahun 2016-2020.
- b. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.
- c. Perbedaan juga terdapat pada teknik analisis data yang digunakan. Pada penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana sedangkan peneliti sekarang menggunakan analisis regresi linear berganda.

9. Wina Syafrina (2017)

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh persistensi laba, ukuran perusahaan, *earnings reporting lags*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap koefisien respon laba. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah persistensi laba, ukuran perusahaan, *earnings reporting lags*, dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen sedangkan *Earnings*

Response Coefficient (ERC) sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama 2012 -2014. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistika deskriptif, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, dan koefisien determinasi R². hasil penelitian yang dilakukan oleh Wina Syafrina adalah persistensi laba tidak mempunyai cukup bukti berpengaruh terhadap *Earnings response coefficient*, sedangkan ukuran perusahaan, *earnings reporting lags*, dan pertumbuhan perusahaan mempunyai cukup bukti berpengaruh terhadap *Earnings response coefficient*.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada :

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan ukuran perusahaan.
- c. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode 2012-2014 sedangkan peneliti sekarang menggunakan tahun 2016-2020.
- b. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.

- c. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.

10. Muhammad Fauzan dan Agus Purwanto (2017)

Tujuan dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, ketepatan waktu, profitabilitas, pertumbuhan dan risiko sistematis (beta) terhadap koefisien respons laba. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pengungkapan *corporate social responsibility*, ketepatan waktu, profitabilitas, pertumbuhan dan risiko sistematis (beta) sebagai variabel independen dan koefisien respon laba sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2014. Jumlah sampel sebanyak 306 perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive* metode pengambilan sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan statistik deskriptif, asumsi klasik dan pengujian hipotesis metode regresi menggunakan SPSS21. hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fauzan dan Agus Purwanto adalah ketepatan waktu, profitabilitas dan risiko sistematis tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap respon pendapatan koefisien sedangkan tanggung jawab sosial dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan pengaruh terhadap koefisien respon laba.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada :

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan profitabilitas dan *corporate social responsibility*.
- c. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.
- d. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode 2013-2014 sedangkan peneliti sekarang menggunakan tahun 2016-2020.
- b. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di BEI, sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.
- c. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *leverage* dan ukuran perusahaan sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.

11. Sherlia Sherlia Herdirinandasari (2016)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *voluntary disclosure*, terhadap *earning response coefficient*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *Firm Size*, *Profitability*, *Voluntary Disclosure*, *Earning Response Coefficient* sebagai variabel independen sedangkan *Earnings Response Coefficient* (ERC) sebagai variabel dependen.. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 sampai dengan 2014. Sampel dari penelitian

ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga dapat diperoleh 47 perusahaan (*141 firm year*) yang telah memenuhi kriteria. teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini regresi berganda dan hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 21. hasil penelitian yang dilakukan oleh Sherla Sherlia Herdirinandasari adalah (1) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* dengan nilai regresi menunjukkan hubungan yang positif atau searah, sehingga hipotesis pertama dapat diterima. (2) Profitabilitas berpengaruh terhadap *earning response coefficient* dan menunjukkan hubungan yang positif atau searah, sehingga hipotesis kedua diterima. (3) *voluntary disclosure* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*, dengan nilai regresi menunjukkan hubungan yang positif searah, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada :

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan.
- c. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.
- d. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode 2012-2014 sedangkan peneliti sekarang menggunakan tahun 2016-2020.

- b. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.
- c. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *leverage* dan *corporate social responsibility* sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.

12. Bita Mashayekhi dan Zeynab Lotfi Aghel (2016)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari Faktor penentu koefisien respon laba yang meliputi ukuran perusahaan, pertumbuhan laba, dan persistensi laba. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan laba, dan persistensi laba, sedangkan variabel dependen yaitu *Earnings Response Coefficient*. Sampel yang digunakan adalah terdiri dari 82 perusahaan Iran yang terdaftar di *Tehran Stock Exchange* (TSE) dari 2001 sampai 2012. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan telah diproses oleh perangkat lunak EViews. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bita Mashayekhi dan Zeynab Lotfi Aghel adalah hubungan positif yang signifikan antara ukuran perusahaan dan *Earnings Response Coefficient* dan juga antara pertumbuhan laba dan *Earnings Response Coefficient*. namun tidak ada hubungan yang signifikan antara persistensi laba dengan *Earnings Response Coefficient*. juga hasilnya menunjukkan bahwa *Earnings Response Coefficient* akan meningkat dengan ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba tetapi tidak ada hubungan antara persistensi laba dan *Earnings Response Coefficient*.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti yang terdahulu yang terletak pada :

- a. Topik penelitian yaitu *earning response coefficient*.
- b. Variabel independen menggunakan ukuran perusahaan.
- c. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode 2001-2012 sedangkan peneliti sekarang menggunakan tahun 2016-2020.
- b. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI.
- c. Variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian terdahulu adalah profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen tersebut.

TABEL 2. 1
TABEL RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Dita Qusna Pratiwi dan Noer Sasongko (2021)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>Earning Response Coefficient</i> Variabel independen : kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan,	Populasinya yaitu perusahaan <i>consumer goods</i> yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Untuk pengambilan sampelnya menggunakan metode <i>purposive sampling</i> dan mendapatkan 81 sampel memenuhi kriteria yang ditetapkan.	Metode analisisnya yakni analisis regresi linier berganda.	Kesempatan Bertumbuh tidak mempengaruhi <i>Earnings Response Coefficient</i> . Profitabilitas tidak mempengaruhi <i>earning response coefficient</i> . Struktur Modal mempengaruhi <i>earning response coefficient</i> . Ukuran Perusahaan mempengaruhi <i>earning response coefficient</i> .
2	Yunita Nursopiatin dan Widayarsi (2020)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen: <i>leverage, profitability, sales growth, dan firm size</i> .	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Penelitian ini menggunakan 58 sampel perusahaan manufaktur berdasarkan metode <i>purposive sampling</i> .	Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah model analisis regresi data panel.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> memiliki pengaruh negatif signifikan, <i>sales growth</i> memiliki pengaruh positif signifikan, sedangkan <i>profitability</i> dan <i>firm size</i> memiliki pengaruh tidak signifikan, terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC).
3	Yoo Chan Kim, Inshik Seol dan	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i>	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Korea	Pendekatan <i>narrow-window</i> dan <i>wide window</i> .	Pertama, <i>corporate social responsibility</i> berhubungan negatif dengan <i>earnings response coefficient</i> ,

	Yun Sik Kang (2018)		Variabel independen : <i>Corporate social responsibility</i>		Pendekatan <i>narrow-window</i> cocok untuk menyelidiki reaksi pengembalian saham terhadap pendapatan (yaitu respons investor terhadap pendapatan) ; pendekatan <i>Wide Window</i> , untuk menyelidiki hubungan antara saham pengembalian dan pendapatan.	yang menunjukkan bahwa konsistensi informasi dalam pengembalian dan pendapatan menurun dengan meningkatnya <i>corporate social responsibility</i> . Kedua, sensitivitas politik (efek kelompok bisnis) berhubungan positif dengan hubungan <i>corporate social responsibility</i> dengan <i>earning response coefficient</i> .
4	Hanan Al-Awawdeh, Saad A. al-sakini, Mahmoud Nour (2020)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : rasio leverage, risiko sistemik, ukuran perusahaan, peluang pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas perusahaan	17 Perusahaan industri Yordania yang terdaftar di Bursa Efek Amman selama 2012–2018.	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi data panel.	Perusahaan dengan rasio <i>leverage</i> yang lebih tinggi, pasar kurang responsif terhadap perubahan keuntungan mereka. Risiko sistematis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC, Ukuran perusahaan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap ERC. Peluang pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan

						terhadap ERC. Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan <i>Return on Assets</i> (ROA) memiliki dampak positif dan penting pada ERC.
5	Brigitta Particia Pandana dan Linda Santioso (2020)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : <i>firm size, dividend payout ratio, profitability, dan leverage</i>	Sampel penelitian ini adalah 90 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 -2018.	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda pada <i>E-Views 9.0</i> .	<i>Firm size</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap ERC. Sedangkan <i>dividend payout ratio</i> dan <i>profitability</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC. Secara simultan <i>firm size, dividend payout ratio, profitability, dan leverage</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap ERC.
6	Suryani Fitriah (2020)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : kesempatan bertumbuh dan <i>leverage</i>	100 perusahaan yang ditentukan berdasarkan metode <i>purposive sampling</i> pada sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2018.	Regresi berganda metode GLS (<i>Generalized Least Square</i>).	ERC tidak dipengaruhi oleh kesempatan bertumbuh dan <i>leverage</i> . Hal ini mengindikasikan perusahaan dengan <i>growth opportunity</i> tinggi memiliki tingkat dividen yang rendah karena cenderung menginvestasikan keuntungan yang dimiliki untuk membiayai proyek investasinya. Ketika perusahaan dengan tingkat hutang tinggi memperoleh keuntungan, maka

						akan memprioritaskan penyelesaian klaim pembayaran utang kepada <i>debtholders</i> daripada pembagian keuntungan kepada pemegang saham.
7	Intan Kurnia, Nur Diana, dan M. Cholid Mawardi (2019)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan yang baik, ukuran perusahaan dan profitabilitas	40 perusahaan dari 145 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017.	Metode analisis linier berganda dengan menggunakan program SPSS.	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , kepemilikan manajerial, komposisi komisaris independen dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap <i>earning response coefficient</i> . Sedangkan kualitas audit dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.
8	Imarotus Suaidah (2018)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : <i>corporate social responsibility</i>	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017.	Analisis regresi linier sederhana.	<i>Corporate social responsibility disclosure</i> tidak mempunyai pengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> .
9	Wina Syafrina (2017)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : persistensi laba, ukuran perusahaan,	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama 2012 - 2014.	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistika deskriptif, analisis	Persistensi laba tidak mempunyai cukup bukti berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> , sedangkan ukuran perusahaan, <i>earnings reporting lags</i> , dan pertumbuhan perusahaan

			<i>earnings reporting lags</i> , dan pertumbuhan perusahaan		regresi berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, dan koefisien determinasi R^2 .	mempunyai cukup bukti berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> .
10	Muhammad Fauzan dan Agus Purwanto (2017)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , ketepatan waktu, profitabilitas, pertumbuhan dan risiko sistematis (beta)	Perusahaan manufaktur perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2014. Jumlah sampel sebanyak 306 perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan secara <i>purposive</i> metode pengambilan sampel.	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan statistik deskriptif, asumsi klasik dan pengujian hipotesis metode regresi menggunakan SPSS21.	Ketepatan waktu, profitabilitas dan risiko sistematis tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap respon pendapatan koefisien sedangkan tanggung jawab sosial dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan pengaruh terhadap koefisien respon laba.
11	Sherlia Sherlia Herdirin andasari (2016)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : <i>firm size</i> , <i>profitability</i> , <i>voluntary disclosure</i> , <i>earning response coefficient</i>	Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 sampai dengan 2014. Sampel dari penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , sehingga dapat diperoleh 47	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini regresi berganda dan hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 21.	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> dengan nilai regresi menunjukkan hubungan yang positif atau searah, sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Profitabilitas berpengaruh terhadap <i>earning response coefficient</i> dan menunjukkan hubungan yang positif atau searah, sehingga hipotesis

				perusahaan (141 <i>firm year</i>) yang telah memenuhi kriteria.		kedua diterima. <i>Voluntary disclosure</i> berpengaruh terhadap <i>earning response coefficient</i> , dengan nilai regresi menunjukkan hubungan yang positif searah, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.
12	Bitu Mashayekhi dan Zeynab Lotfi Aghel (2016)	<i>Earning response coefficient</i>	Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> Variabel independen : ukuran perusahaan, pertumbuhan laba, dan persistensi laba.	Terdiri dari 82 Perusahaan di Iran yang terdaftar di <i>Tehran Stock Exchange</i> (TSE) dari 2001 sampai 2012.	Data yang dikumpulkan telah diproses oleh perangkat lunak <i>EVIIEWS</i> .	Hubungan positif yang signifikan antara ukuran perusahaan dan <i>earnings response coefficient</i> dan juga antara pertumbuhan laba dan <i>earnings response coefficient</i> . Namun tidak ada hubungan yang signifikan antara persistensi laba dengan <i>earnings response coefficient</i> . Hasilnya menunjukkan bahwa <i>earnings response coefficient</i> akan meningkat dengan ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba tetapi tidak ada hubungan antara persistensi laba dan <i>earnings response coefficient</i> .

TABEL 2. 2
TABEL MATRIKS PENELITIAN TERDAHULU

No	Peneliti (Tahun)	Profit	Levrg	Size	CSR	Sales Growth	Volun . Dclr	Tim eline ss	Per. Laba	Earning Reporti ng Lag	Firm Gro wth
1	Pratiwi & Sasongko (2021)	TB		B+							
2	Nursopiatin & widyasari (2020)	TB	B-	TB		B+					
3	Al-Awawdeh, Al-Sakini, Nour (2020)	B+	B-	TB							
4	Pandana & Santioso (2020)	TB	B+	B+							
5	Fitriah (2020)		TB								
6	Kurnia, Diana, &Mawardi (2019)	B-		TB	B+						
7	Kim, Seol, & Kang (2018)				B-						
8	Suaidah (2018)				TB						
9	Syafrina (2017)			B+					TB	B	B
10	Fauzan & Purwanto (2017)	TB			B+			TB			
11	Herdinandasari & Asyik (2016)	B+		B+			B+				
12	Mashayekhi & Aghel (2016)			B+					TB		

Sumber : Penelitian terdahulu yang sudah diolah

Keterangan :

B+ : Berpengaruh Positif

B- : Berpengaruh Negatif

TB : Tidak Berpengaruh

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Michael Spence merupakan pelopor pertama mengenai teori sinyal pada penelitiannya dengan judul *Job Market Signalling* tahun 1973. Perusahaan memiliki tanggungjawab menyampaikan informasi yang relevan kepada pemakai laporan keuangan. Informasi yang disampaikan perusahaan biasanya berupa informasi yang baik terhadap keadaan perusahaan, informasi inilah yang disebut dengan sinyal terhadap pihak eksternal perusahaan (Spence & Journal, 1973). Menurut Herdirinandasari & Asyik (2016) teori sinyal ini menekankan bahwa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap setiap keputusan investasi yang dilakukan oleh pihak di luar perusahaan. Informasi tersebut merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena informasi tersebut menyajikan keterangan, catatan bagaimana keadaan perusahaan pada masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu tersebut sangat dibutuhkan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan investor akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh investor, sehingga muncul *earning respons coefficient* yang merupakan respon investor atas pengumuman informasi yang dilakukan oleh perusahaan, semakin banyak informasi yang

diungkapkan oleh perusahaan baik informasi keuangan atau informasi non-keuangan perusahaan maka semakin tinggi *earning response coefficient* (Nursopiatin & Widyasari, 2020). Terlebih lagi jika informasi tersebut mengandung *good news* sehingga menarik perhatian investor yang kemudian para investor ini memberikan reaksi mereka, maka hal ini sesuai dengan teori sinyal atau *signaling theory*.

2.2.2 *Earnings Response Coefficient*

Earnings Response Coefficient (ERC) merupakan bentuk pengukuran informasi dalam laba. Apakah informasi laba tersebut telah mencerminkan keadaan yang sebenarnya, sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, dan juga dapat meningkatkan kebermanfaatan keputusan dalam pelaporan keuangan (Herdirinandasari & Asyik, 2016). *Earning response coefficient* merupakan sebuah refleksi atau cerminan dari respon pasar terhadap pengumuman laba oleh perusahaan melalui pergerakan harga saham selama waktu pengumuman laba (Al Awawdeh et al., 2020).

Earnings Response Coefficient (ERC) merupakan suatu alat ukur untuk mengukur besarnya kekuatan respon terhadap informasi laba perusahaan. Respon pasar terhadap laba yang tinggi dapat ditunjukkan karena adanya laba yang berkualitas. Laba yang mempunyai sedikit informasi untuk pemegang saham dalam membuat kebijakan finansial menunjukkan bahwa *adanya earnings response coefficient* yang rendah begitupun sebaliknya laba yang memiliki banyak informasi untuk pemegang saham dalam membuat kebijakan finansial akan menunjukkan *earnings response coefficient* yang tinggi (Pandana & Santioso, 2020). *Earnings*

response coefficient dihitung dengan cara regresi antara proksi laba akuntansi dan harga saham, proksi laba akuntansi menggunakan *Unexpected Earnings* (UE) sedangkan proksi harga saham menggunakan *Cummulative Abnormal Return* (CAR) (Nursopiatin & Widyasari, 2020).

a. *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

$$CAR_{it} = \sum_{it} AR_{it}$$

Keterangan :

CAR_{it} = *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i pada waktu t

AR_{it} = *Abnormal return* kumulatif perusahaan i pada hari t

b. Tahap perhitungan AR_{it} sendiri melalui dua tahapan yaitu dengan menghitung R_{it} dan R_{mt} yang dilihat dari harga saham penutupan dan Indeks Harga Saham Gabungan.

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

Untuk memperoleh data *abnormal return*, menurut penelitian Kurnia et al. (2019) terlebih dahulu harus mencari tingkat pengembalian saham tahunan dihitung dengan rumus:

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

Keterangan :

R_{it} = *Return saham* perusahaan i pada periode t

P_t = Harga penutupan saham pada periode t

P_{t-1} = Harga penutupan saham i pada periode t-1

$$R_{mt} = \frac{IHSg_t - IHSg_{t-1}}{IHSg_{t-1}}$$

Keterangan :

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

$IHSg_t$ = Indeks harga saham gabungan pada hari t

$IHSg_{t-1}$ = Indeks harga saham gabungan pada hari t-1

- c. Setelah memperoleh nilai CAR_{it} , langkah selanjutnya harus menghitung jumlah laba tak terduga yang nantinya digunakan untuk meramalkan tingkat pengembalian yang akan didapat oleh investor dengan rumus sebagai berikut:

$$UE_{it} = \frac{EPS_t - EPS_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan :

UE_{it} = *Unexpected earnings* perusahaan i pada periode t

EPS_t = *Earnings per share* perusahaan i pada periode t

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

P_{t-1} = Harga saham perusahaan i pada periode t-1

- d. Langkah selanjutnya yaitu meregres antara *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dengan *Unexpected Earnings* (UE) yang kemudian akan menghasilkan ERC pada setiap sampel.

$$CAR_{it} = \beta_0 + \beta_1 UE_{it} + \epsilon_{it}$$

Keterangan :

CAR_{it} = *Cumulative abnormal return* perusahaan i selama periode jendela

UE_{it} = *Unexpected earnings*

- B = Konstanta
- β_1 = Koefisien laba kejutan, adalah ERC
- ϵ_{it} = Komponen error dalam model atas perusahaan i pada periode t

2.2.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Darmawan, 2020:103). Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Semakin tinggi profitabilitas pada perusahaan semakin tinggi pula *earnings response coefficient* perusahaan karena para investor akan bereaksi ketika profitabilitas suatu perusahaan tinggi karena mencerminkan bahwa tingkat efektivitas manajemen perusahaan itu baik (Al Awawdeh et al., 2020).

Profitabilitas juga dapat dijadikan sebagai bentuk pengukuran terhadap efektivitas manajemen yang dibuktikan dari laba yang dihasilkan melalui pendapatan investasi dan penjualan. Profitabilitas perusahaan dapat dikatakan baik apabila perusahaan dapat menunjukkan efisiensi dalam penggunaan aset atau modal yang dimilikinya dalam mencapai target laba yang maksimal (Pratiwi & Sasongko, 2021). Informasi mengenai profitabilitas ini memiliki manfaat baik bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu untuk mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, mengetahui perkembangan laba dari

waktu ke waktu dan mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal sendiri maupun modal pinjaman (Darmawan, 2020:104).

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Profitabilitas dapat diukur menggunakan 1) Rasio ROA atau *Return on Assets* adalah indikator tentang seberapa andal perusahaan dalam pemanfaatan aset untuk menghasilkan keuntungan (profit). ROA dihitung dengan pembagian antara laba bersih dengan aset perusahaan secara keseluruhan (Darmawan, 2020:104).

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2) Rasio ROE atau *Return on Equity* adalah indikator tentang seberapa baik perusahaan dalam memanfaatkan modal untuk menghasilkan keuntungan (profit). ROE dihitung dengan cara membagi laba bersih dengan ekuitas pemegang saham.

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

3) Rasio NIM atau *Net Interest Margin* adalah rasio yang bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola aset produktif untuk menghasilkan pendapatan bunga bersih. NIM dihitung dengan cara membagi pendapatan bunga dengan aset produktif.

$$\text{Net Interest Margin} = \frac{\text{Pendapatan Bunga}}{\text{Aset Produktif}}$$

2.2.4 *Leverage*

Leverage (rasio utang) adalah proporsi pembiayaan utang dalam suatu organisasi relatif terhadap ekuitasnya. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang (Darmawan, 2020:77). *Leverage* adalah salah satu cara dalam mengukur seberapa besar proporsi utang yang akan digunakan untuk membiayai asetnya. Semakin tinggi tingkat leverage akan semakin tinggi tingkat risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat return atau penghasilan yang diharapkan. Risiko disini dimaksudkan dengan ketidakpastian dalam hubungannya dengan kemampuan perusahaan membayar kewajiban- kewajiban tetapnya (Fitriah, 2020).

Perusahaan kebanyakan lebih berusaha untuk memaksimalkan laba yang diperoleh dengan sumber daya yang dimiliki terlebih dahulu, namun semakin banyak biaya dan modal yang harus dikorbankan oleh perusahaan, pada saat itu perusahaan menggunakan utang untuk mempertahankan ekuitas yang masih dimiliki. Semakin tinggi *leverage* dapat menghambat fleksibilitas dan efektifitas manajemen dalam mengejar kesempatan yang menguntungkan. Hal inilah yang dinilai oleh investor sebagai penurunan kinerja manajemen dalam memenuhi kepentingan investor (Nursopiatin & Widyasari, 2020).

Leverage dapat dihitung menggunakan beberapa cara yaitu 1) rasio DER atau *Debt Equity Ratio* adalah rasio keuangan yang membandingkan jumlah hutang dengan ekuitas. DER dihitung dengan cara pembagian antara total hutang dengan ekuitas. Dari perspektif kemampuan membayar kewajiban jangka panjang, semakin

rendah rasio akan semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjang (Darmawan, 2020:75).

$$\text{Debt Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2) rasio DAR atau *Debt to Asset Ratio* adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utangnya dengan aset. DAR ini dihitung dengan cara pembagian antara total hutang dengan total aset. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

$$\text{Debt Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

2.2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan tolak ukur dari keinformatifan harga suatu perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar dianggap akan memberikan informasi yang lebih akurat dan lebih lengkap kepada pihak-pihak yang terkait (Pandana & Santioso, 2020). Perusahaan yang lebih besar lebih mengutamakan memperhatikan kinerja yang lebih baik, karena perusahaan tersebut cenderung sebagai subyek terhadap penelitian publik sehingga perusahaan juga perlu merespon lebih terbuka terhadap permintaan *stakeholders* tersebut. Jadi perusahaan suatu perusahaan yang dianggap lebih besar diperkirakan dapat memberikan pengungkapan informasi yang lebih banyak bila dibandingkan dengan perusahaan yang size-nya (ukurannya) lebih kecil (Herdirinandasari & Asyik, 2016).

Perusahaan besar menyediakan banyak informasi yang bersifat non keuangan sepanjang tahun. Pada umumnya perusahaan besar cenderung mempunyai tanggungjawab pelaporan yang lebih tinggi daripada perusahaan dengan ukuran kecil. Informasi tersebut digunakan oleh pemodal sebagai alat untuk menginterpretaasikan laporan keuangan, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dan mengurangi risiko investasi (Syafriana, 2017). Oleh karena itu perusahaan dengan ukuran yang lebih besar perusahaan memiliki inisiatif untuk mengungkapkan lebih banyak informasi bila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki ukuran lebih kecil untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders*, karena kelangsungan hidup suatu perusahaan itu tergantung pada hubungan yang baik dengan *stakeholders*. Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan 2 cara yaitu 1) Logaritma natural total aset. Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. (Pratiwi & Sasongko, 2021)

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

2) Logaritma natural dari Total Penjualan. Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Penjualan})$$

2.2.6 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab secara berkelanjutan sebagai pengembangan ekonomi di lingkungan sekitar perusahaan/industri. Laporan pertanggung jawaban sosial dapat membawa dampak

positif bagi perusahaan seperti meningkatnya keuntungan yang diperoleh dan banyaknya investor yang melakukan investasi. Oleh karena itu perusahaan harus mengungkapkan kegiatannya yang namun juga meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar sehubungan dengan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan (Suaidah, 2018).

Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan tujuan untuk mengurangi asimetri informasi dari terbatasnya informasi jika hanya berasal dari pengumuman laba (Kim et al., 2018). *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merk produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Seiring dengan berkembangnya era globalisasi dan pentingnya nilai perusahaan di mata publik, kesadaran akan penerapan CSR bukan dilihat sebagai sentra biaya (*cost center*) melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) di masa mendatang (Kurnia et al., 2019). Setelah perusahaan mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial secara terbuka akan mengakibatkan banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Suaidah, 2018).

Perhitungan *corporate social responsibility* diukur dengan menggunakan instrumen GRI 4 dengan pengukuran dikotomi. Item yang tidak diungkapkan diberi nol dan mengungkapkan diberi satu. Kemudian dijumlahkan skor dari setiap item lalu dibagi dengan jumlah item yang terdapat pada GRI 4 yaitu 91 item.

$$CSDij = \frac{\sum Xij}{91 \text{ item}}$$

Keterangan :

CSDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

ΣX_{ij} : Item I diungkapkan

n_j : jumlah item di GRI 4

2.3 Hubungan antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Darmawan, 2020:103). Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Dengan adanya teori sinyal menjelaskan hubungan antara profitabilitas dengan *earning response coefficient*. Dimana profitabilitas perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor. Dalam perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi bisa dihubungkan dengan adanya *earnings response coefficient*, hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. dimana hal tersebut dapat menarik para investor untuk berinvestasi (Kurnia et al., 2019).

Prospek perusahaan untuk masa yang akan datang bisa dilihat dari segi tingginya laba perusahaan. Perusahaan menganggap bahwa laba ini menjadi tolak ukur utama yang perlu dilihat. Semakin tinggi profitabilitas pada perusahaan semakin tinggi pula *earnings response coefficient* perusahaan karena para investor akan bereaksi ketika profitabilitas suatu perusahaan tinggi karena profitabilitas

yang tinggi mencerminkan bahwa tingkat efektivitas manajemen perusahaan itu baik dan juga semakin tinggi profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam kinerja perusahaan itu baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Al Awawdeh et al., 2020) yang penelitiannya dilakukan pada perusahaan industri yang berada di Yordania yang mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil ini dapat dibenarkan oleh fakta bahwa pengembalian aset yang tinggi mencerminkan profitabilitas perusahaan yang tinggi, yang membentuk insentif bagi investor untuk meningkatkan permintaan saham, meningkatkan respons pasar, dan meningkatkan ERC. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurnia et al., 2019) dan (Herdirinandasari & Asyik, 2016) yang dalam penelitiannya memberikan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap profitabilitas.

2.3.2 Pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient*

Leverage adalah proporsi pembiayaan utang dalam suatu organisasi relatif terhadap ekuitasnya. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang (Darmawan, 2020:77). *Leverage* memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Semakin tinggi *leverage* maka semakin rendah tingkat *earnings response coefficient*. Hal ini dikarenakan investor beranggapan bahwa perusahaan yang memiliki *Leverage* yang tinggi berarti perusahaan tersebut memiliki hutang yang lebih besar dibanding modalnya yang membuat kreditur atau *debtholders* lebih diuntungkan. Dan perusahaan yang memiliki utang jangka panjang yang besar menandakan bahwa terjadi penurunan

kinerja manajemen dalam memenuhi kepentingan investor (Nursopiatin & Widyasari, 2020).

Dengan demikian informasi mengenai *leverage* yang rendah dalam sebuah perusahaan dapat menjadi sebuah sinyal bagi investor karena menggambarkan kinerja manajemen perusahaannya baik sehingga investor memberikan reaksi atas pengungkapan informasi dan muncul *earning response coefficient*. *Signaling theory* mengargumentasikan suatu cara perusahaan dalam memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. *Leverage* yang tinggi merupakan sinyal negatif bagi investor karena investor beranggapan walaupun perusahaan menghasilkan laba, laba yang diperoleh perusahaan akan lebih banyak dialokasikan untuk kreditur daripada pemegang saham (Fitriah, 2020).

Menurut Pandana & Santioso (2020) *Leverage* merupakan Rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Dengan kata lain, *leverage* juga merupakan suatu indikator yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Dengan tingginya jumlah DER diasumsikan sumber pendanaan tersebut digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tingginya kinerja perusahaan, akan laba yang didapat oleh perusahaan juga akan semakin tinggi. Apabila perusahaan mendapat laba yang tinggi, maka investor juga akan

meresponnya dengan baik. Respon yang baik ini, akan meningkatkan ERC perusahaan yang bersangkutan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nursopiatin & Widyasari, 2020) dalam Hasil pengujian hipotesis secara statistik menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hal ini disebabkan investor beranggapan perusahaan yang memiliki utang lebih tinggi daripada modal akan lebih menguntungkan kreditur atau *debtholders*. Perusahaan yang memiliki utang jangka panjang yang besar, memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki strategi jangka panjang seperti mengurangi atau menahan pengeluaran, salah satunya adalah mengurangi atau menahan pembayaran dividen. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Pandana & Santioso (2020) yang memberikan bukti bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*

Ukuran Perusahaan (*Size*) menunjukkan tolak ukur dari keinformatifan harga suatu perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar dianggap akan memberikan informasi yang lebih akurat dan lebih lengkap kepada pihak-pihak yang terkait (Pandana & Santioso, 2020). Semakin besar perusahaan, maka informasi perusahaan tersebut juga semakin banyak yang membuat para investor lebih percaya pada perusahaan besar (Nursopiatin & Widyasari, 2020).

Hubungan antara ukuran perusahaan dengan ERC ini dilandasi oleh teori sinyal. Ketika perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan besar mengungkapkan informasi perusahaannya ini seperti sinyal bagi investor dan investor akan lebih

memberikan reaksi mereka ke perusahaan besar daripada perusahaan kecil sehingga muncul *earning response coefficient*. Hal ini dikarenakan investor lebih memiliki kepercayaan terhadap perusahaan besar yang lebih menyediakan banyak informasi non-akuntansi sepanjang tahun dan juga secara umum perusahaan besar cenderung mempunyai reporting responsibility yang lebih tinggi (Syafriana, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi & Sasongko, 2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan keahlian perusahaan bertumbuh dan total pengalaman yang mengidentifikasi keahlian serta tingkat risiko dalam mengelola investasi untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Umumnya kegiatan operasi, keuangan, sistem informasi serta dalam menerapkan aturan, perusahaan besar cenderung semakin ketat dibandingkan dari perusahaan dibawahnya. Maka pada perusahaan besar secara umum dinilai kinerjanya semakin baik dan juga dianggap mampu menghadapi risiko yang lebih besar.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Herdirinandasari & Asyik, 2016) yang didapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ukuran perusahaan. hal ini dikarenakan Dengan banyaknya informasi yang tersedia mengenai perusahaan besar Maka investor akan lebih mudah untuk menginterpretasi informasi sehingga dapat menurunkan ketidakpastian arus kas masa depan perusahaan dan akan lebih memiliki kepercayaan pada perusahaan besar. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin tinggi *earnings response coefficient*. Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mashayekhi & Aghel, 2016) dan (Pandana & Santioso, 2020).

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

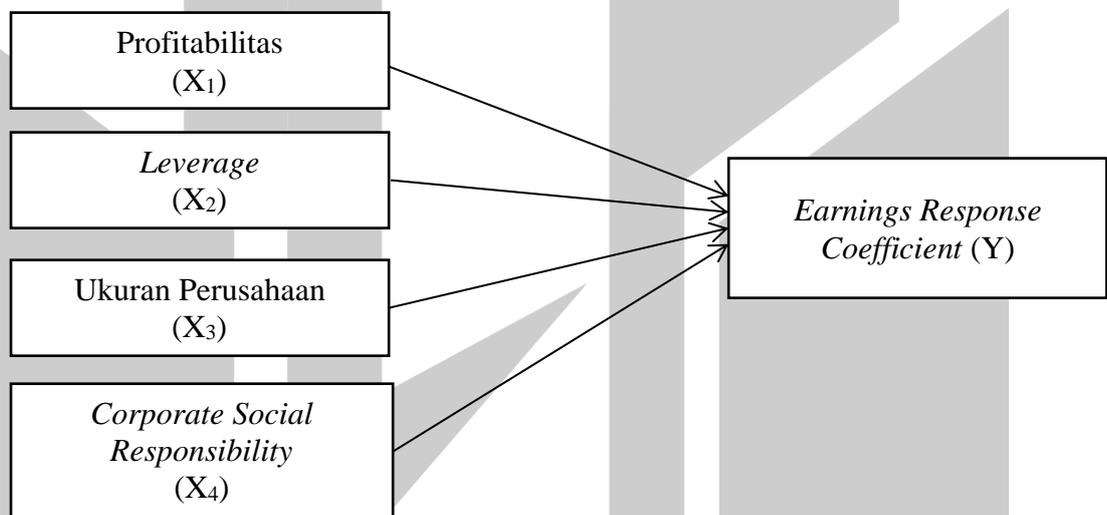
Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab secara berkelanjutan sebagai pengembangan ekonomi di lingkungan sekitar perusahaan/industri (Suaidah, 2018). Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan *Earnings Response Coefficient* bahwa informasi pengungkapan sosial di perusahaan dapat mempengaruhi reaksi investor terhadap pengumuman laba dan diperkuat dengan keterbukaan informasi lainnya sebagai bagian dari pengungkapan sukarela. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Fauzan & Purwanto (2017) Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan tujuan untuk mengurangi asimetri informasi dari terbatasnya informasi jika hanya berasal dari pengumuman laba. Perusahaan mengharapkan dengan dilakukannya pengungkapan CSR maka para investor akan menggunakan informasi laba dan informasi dari pengungkapan CSR untuk membantu mengambil keputusan sehingga mereka akan merespon laba tersebut dengan cepat dengan demikian dapat menaikkan ERC.

Corporate Social Responsibility (CSR) akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merk produk (loyalitas) atau citra perusahaan. seiring dengan berkembangnya era globalisasi dan pentingnya nilai perusahaan di mata publik, kesadaran akan penerapan CSR bukan dilihat sebagai sentra biaya (*cost center*) melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) di masa mendatang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurnia et al., 2019) dan (Kim et al., 2018).

Hal tersebut membenarkan teori sinyal, dimana perusahaan melakukan sebuah aktifitas yaitu pengungkapan CSR yang dijadikan sebuah sinyal atau kode kepada para investor untuk merespon informasi dari perusahaan tersebut sehingga mereka dapat mengambil keputusan ekonomi dengan baik.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berikut Kerangka pemikiran yang dibuat :



GAMBAR 2. 1
KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 2.1 merupakan gambaran terkait kerangka pemikiran dalam penelitian ini. Dari gambar di atas didapat informasi bahwa penelitian ini menggunakan variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility*. Dari variabel independen tersebut akan digunakan untuk dianalisis pengaruhnya terhadap variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *earnings response coefficient*.

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan suatu prediksi dari sebuah penelitian. Dan dapat disimpulkan berdasarkan kerangka pemikiran diatas, hipotesis pada penelitian ini yaitu:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan

H₂ : *Leverage* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan

H₄ : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan.