

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, UKURAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP *EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT*

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)

Robi Maulana M dan Resa Rosliyani

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Univesritas Majalengka

email : maulana77robi@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas laba penting bagi investor yang menggunakan laporan keuangan untuk tujuan kontrak dan pengambilan keputusan. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 27 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*. Ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap *Earnings Response Coefficient*. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Kata kunci : *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, struktur modal, *earnings response coefficient*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan adalah hal yang tidak bisa terlepas dari proses keberlangsungan perusahaan tersebut. Dalam pengambilan keputusan seorang investor memerlukan laporan keuangan guna mengetahui informasi laba yang disajikan oleh perusahaan yang nantinya digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Investor memperoleh informasi keuangan dan kinerja perusahaan melalui laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan (Herdirinandasari, 2014).

Investor dalam menanggapi informasi mengenai laba memberikan tanggapan berbeda sesuai dengan kualitas laporan akuntansi yang disajikan. Kualitas laporan sangat mempengaruhi peningkatan kekuatan respon saat menggunakan laporan keuangan, selain itu kualitas laporan keuangan juga membantu pemegang saham dalam pengambilan keputusan (Galantika dan Siswantaya, 2016). Laba akuntansi yang berkualitas adalah laba akuntansi yang mempunyai sedikit atau tidak mengandung gangguan persepsi (*perceived noise*) didalamnya dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya (Rahayu, 2008). Anak Agung dan I Made (2017) menyatakan bahwa laba akuntansi dikatakan berkualitas apabila elemen-elemen yang membentuk laba tersebut dapat diinterpretasikan dan dipahami secara memuaskan oleh pihak yang berkepentingan.

Saat ini sering terjadi permasalahan kredibilitas atas informasi laba sehingga menyebabkan turunnya kepercayaan investor terhadap kualitas laba yang terkandung dalam laporan keuangan

perusahaan. Meskipun perusahaan tersebut telah diaudit oleh kantor akuntan publik (KAP) yang berukuran besar dan mempunyai reputasi dibidang keuangan, namun hal itu ternyata tidak menjamin bahwa laporan keuangan perusahaan mencerminkan kualitas laba yang baik.

Umumnya untuk mengetahui kualitas laba dapat diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient* (ERC), yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi laba. Apakah dalam informasi laba tersebut mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan dan juga dapat meningkatkan kebermanfaatan keputusan dalam laporan keuangan. Laba yang berkualitas dapat ditunjukkan dari tingginya reaksi pasar ketika merespon informasi laba (Jang dkk., 2007). Laba yang dipublikasikan dapat memberikan respon yang bervariasi, yang menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan kata lain, laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon. Kuatnya reaksi pasar pada informasi laba yang tercermin dari tingginya ERC, menunjukkan laba yang berkualitas (Jang dkk., 2007). Demikian juga sebaliknya, lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari rendahnya ERC menunjukkan laba yang dilaporkan kurang atau tidak berkualitas.

Earnings response coefficient merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan adalah *Cumulative Abnormal Return* (CAR), sedangkan proksi laba akuntansi yang digunakan

adalah *Unexpected Earnings* (UE), yang digunakan untuk mengidentifikasi atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar atau respon harga saham terhadap informasi laba.

Oleh karena reaksi pasar tidak hanya dipengaruhi oleh laba akuntansi maka pada penelitian ini penulis mengambil beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi *earnings response coefficient* diantaranya yaitu *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan struktur modal. *Corporate social responsibility* (CSR) atau pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu bentuk pengungkapan sukarela yang mengungkapkan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan sosialnya yang dinyatakan dalam laporan keuangan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan yang lebih tinggi berasosiasi dengan kinerja pasar yang lebih baik.

Faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (ERC) yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan adalah proksi dari keinformatifan harga. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut. Karena perusahaan besar mempunyai *reporting responsibility* yang lebih sering muncul dalam pemberitaan media masa dibanding perusahaan kecil. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar/kecilnya perusahaan (Herdirinandasari, 2014). Pada dasarnya perusahaan dapat terbagi dalam dua kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*).

Selain *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan,

struktur modal juga dapat mempengaruhi *earnings response coefficient*. Struktur modal merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan aktiva dan dana yang mempunyai beban tetap (hutang atau saham) dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan. Perusahaan yang mempunyai hutang dalam jumlah besar menunjukkan struktur modal tersebut besar, yang dapat menyebabkan *earnings response coefficient* rendah. Semakin tinggi tingkat struktur modal akan semakin tinggi tingkat risiko yang dihadapi perusahaan sehingga menyebabkan investor kurang percaya terhadap laba yang dipublikasikan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dengan ini penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT** (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019)”.

Rumusan Masalah :

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat ditentukan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient*.
2. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*.
3. Bagaimana pengaruh Struktur Modal terhadap *Earnings Response Coefficient*.

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan mekanisme alami sebuah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik (Prastowo dan Huda 2011:17).

Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial dan *stakeholder*. Landasan yang mendasari tanggung jawab sosial adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungan terhadap dampak yang akan terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Pengukuran CSR dalam penelitian ini menggunakan tabel *checklist* dengan indikator pengungkapan CSR mengacu pada indikator pengungkapan yang digunakan oleh Sembiring (2015).

Pengukuran pengungkapan CSR menggunakan variabel *dummy*, nilai 1 apabila perusahaan mengungkapkan item, nilai 0 apabila perusahaan tidak mengungkapkan item. Kemudian dijumlahkan semua item yang bernilai 1 dari perusahaan untuk dibandingkan dengan jumlah seluruh item pada tabel *checklist*. Rumus yang digunakan untuk

menghitung rasio *corporate social responsibility* menurut Ilham sentosa (2019) adalah sebagai berikut:

$$CSRDi = \sum Xi / n$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula ukuran perusahaan. Semakin besar asset maka semakin besar pula modal yang ditanam (Sujarweni, 2015:211).

Untuk mengukur ukuran perusahaan yaitu dengan menggunakan logaritma natural dari total aktiva (total asset). Hal ini dikarenakan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim, untuk menghindari data yang tidak normal tersebut maka total asset tersebut dilogartmakan. Selain itu, logaritma digunakan untuk menyederhanakan data tanpa mengubah proporsi dari nilai asal yang sebenarnya. Ukuran perusahaan dapat diukur melalui:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aset})$$

Sumber: Ramadhitya (2018)

Struktur Modal

Menurut Abdul Halim (2015:81) “Struktur modal merupakan perbandingan antara total utang (modal asing) dengan total modal sendiri/ekuitas”. Rasio yang umum digunakan untuk melihat pengaruh

pinjaman dari kreditor yang baik yang digunakan sebagai tambahan modal maupun sumber dana untuk pembelian aktiva adalah rasio utang yaitu dilihat dari struktur modal yakni *Debt to Assets Ratio*.

Menurut Kasmir (2012:156) "*Debt to Assets Ratio* merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan untuk investasi pada aktiva guna menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Struktur modal merupakan perbandingan antara utang dengan modal sendiri yang digunakan perusahaan untuk pembelian aktiva. Berikut cara pengukurannya :

$$\text{Ratio DAR} = \frac{\text{Total Utang} \times 100\%}{\text{Total Aktiva}}$$

Sumber : Kasmir (2012:156)

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah aktiva perusahaan yang dibiayai dengan utang. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan untuk investasi pada aktiva guna menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Earnings Response Coefficient

Menurut Jogiyanto (2008:584), *Earnings Response Coefficient* digunakan untuk mengidentifikasi atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan. *Earnings Response Coefficient* merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan adalah *Cummulative*

Abnormal Return (CAR), sedangkan proksi laba akuntansi adalah *Unexpected Earnings* (UE). Regresi model tersebut akan menghasilkan *Earnings Response Coefficient* masing-masing populasi sasaran yang akan digunakan untuk analisis berikutnya.

Scott (2015 : 163), menyatakan "*An earnings response coefficient measures the extent of a security's abnormal market return in response to the unexpected component of reported earnings of the firm*". Ketika pengumuman laba, investor memiliki harapan atas informasi yang dipublikasikan. Pasar akan memberikan respon terhadap laba yang telah dipublikasikan dan respon tersebut tercermin dalam pergerakan harga saham perusahaan. Respon pasar akan semakin kuat apabila laba akuntansi yang dihasilkan berkualitas. Secara umum, untuk mengetahui kualitas laba yang baik dapat menggunakan *earnings response coefficient*. *Earnings response coefficient* merupakan efek dari *unexpected earnings* terhadap return saham. *Earnings response coefficient* menggambarkan reaksi pasar terhadap kandungan informasi laba perusahaan. Tinggi atau rendahnya *earnings response coefficient* tergantung pada kandungan informasi laba yang dipublikasikan. Demikian rumus untuk perhitungan regresi antara *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dengan *Unexpected Earnings* (UE) yang akan menghasilkan *Earnings Response Coefficient*, yaitu:

$$\text{CAR}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{UE}_{it} + \varepsilon_{it}$$

Sumber : Fajar dan Hapsari (2016)

Kerangka Pemikiran

Earnings Response Coefficient menunjukkan bahwa kualitas laba yang

tinggi akan menghasilkan reaksi pasar yang kuat, sebaliknya jika kualitas laba yang diperoleh perusahaan rendah maka reaksi pasar yang ditimbulkan menjadi lemah. Selain itu, tinggi rendahnya kualitas laba diduga disebabkan ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi, antara lain *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan struktur modal. *Corporate social responsibility* menjelaskan tentang pengungkapan informasi sosial yang dirasa penting bagi investor guna mempertimbangkan risiko-risiko yang akan ditanggung dalam perspektif jangka panjang.

Ukuran perusahaan menggambarkan apabila semakin besar perusahaan maka diperkirakan akan memberikan pengungkapan informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan dengan ukuran lebih kecil. Oleh karena itu semakin besar ukuran perusahaan diharapkan kinerja perusahaan akan semakin baik. Dan melalui kinerja perusahaan yang baik, maka kandungan informasi laba yang dipublikasikan juga akan baik sehingga dapat memudahkan investor dan kreditor dalam menganalisis dan pengambilan keputusan.

Struktur modal suatu perusahaan memiliki hubungan dengan kesejahteraan para pemegang saham sehingga secara tidak langsung struktur modal juga memiliki keterkaitan dengan *earnings response coefficient*. Hal ini disebabkan karena tinggi rendahnya hutang yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai *earnings response coefficient*, perusahaan yang memiliki tingkat hutang tinggi akan mempengaruhi laba meningkat pada kreditor dibanding pemegang saham. Hal ini membuat *earnings response coefficient* akan dipengaruhi struktur modal perusahaan.

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan pemaparan yang sudah dijelaskan diatas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

H₃ : Struktur Modal berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang berjumlah 57 perusahaan.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling atau teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:85)

Dalam penelitian ini peneliti menentukan kriteria sampel yang akan digunakan. Adapun kriteria-kriteria data dalam pemilihan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan secara berturut-turut selama tahun pengamatan yaitu tahun 2016 sampai tahun 2019.
2. Perusahaan menyajikan data laporan secara lengkap dan sesuai dengan variabel-variabel yang akan diteliti.
3. Perusahaan yang tidak delisting dari tahun 2016-2019.
4. Perusahaan yang menyajikan laporan dalam mata uang rupiah.

Setelah dilakukan penyeleksian sampel berdasarkan kriteria tersebut, maka dari jumlah populasi sebanyak 57 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diperoleh sampel sebanyak 27 Perusahaan, dengan periode pengamatan 4 (empat) tahun berturut-turut dari tahun 2016-2019 sehingga diperoleh data sampel sebanyak 108 data perusahaan.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan menggunakan Analisis Resresi Linier Berganda dan Analisis Koefisien Determinasi, selanjutnya dilakukan Uji Hipotesis.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antar variabel, apakah memiliki hubungan positif atau negatif. Analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Sumber : Sugiyono (2015:276)

Keterangan :

Y = *Earnings Response Coefficient*

a = Konstants

b = Koefisien regresi

X_1 = Corporate social responsibility

X_2 = Ukuran Perusahaan

X_3 = Struktur Modal

e = Error term (kesalahan pengganggu)

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa

besar pengaruh yang ditimbulkan dari *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap *earnings response coefficient*.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh koefisien determinasi digunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Sugiyono (2015:231)

Keterangan :

KD : Nilai koefisien determinasi

R^2 : Nilai koefisien korelasi

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji statistik t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengansumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikan α 5%.

Pada penelitian ini hasil perhitungan selanjutnya dibandingkan dengan tabel t dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	.530	.370		1.431	.155		
	CSR	.518	1.060	.047	.489	.626	.986	1.014
	UKURAN PERUSAHAAN	-.021	.010	-.206	-2.147	.034	.988	1.012
	STRUKTUR MODAL	.081	.070	.110	1.153	.252	.989	1.011

a. Dependent Variable: ERC

Sumber : Ouput SPSS 21, diolah sendiri (2021)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0.530 + 0.518X_1 - 0.021X_2 + 0.081X_3$$

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- Konstanta dalam model regresi sebesar 0.530. Artinya, jika *corporate social responsibility* (X1), ukuran perusahaan (X2), dan struktur modal (X3) memiliki nilai sama dengan nol (0) maka nilai *earnings response coefficient* (Y) sebesar 0.530.
- Koefisien regresi *corporate social responsibility* (X1) sebesar 0.518 bertanda positif. Artinya bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel ini maka akan meningkatkan *earnings response coefficient* sebesar 0.518 satuan dan sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan pada variabel *corporate social responsibility* maka akan menurunkan *earnings response coefficient* sebesar 0.518 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan (bernilai 0).
- Koefisien regresi ukuran perusahaan (X2) sebesar 0.021 bertanda negatif. Artinya, bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel ukuran

perusahaan maka akan menurunkan nilai *earnings response coefficient* sebesar 0.021 satuan dan sebaliknya. Koefisien bernilai negative ini menandakan bahwa ada terjadinya hubungan yang negative antara ukuran perusahaan dengan *earnings response coefficient*.

- Koefisien regresi struktur modal (X3) sebesar 0.081 bertanda positif. Artinya, bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel struktur modal maka akan menurunkan *earnings response coefficient* sebesar 0.081 satuan dan sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan pada variabel struktur modal maka akan meningkatkan *earnings response coefficient* sebesar 0.081 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan (bernilai 0).

Analisis Koefisien Determinasi
Tabel 4.8
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	.530	.370		1.431	.155			
1 CSR	.518	1.060	.047	.489	.626	.020	.048	.047
UKURAN PERUSAHAAN	-.021	.010	-.206	-	.034	-.210	-.206	-.204
STRUKTUR MODAL	.081	.070	.110	2.147	.252	.121	.112	.110

a. Dependent Variable: ERC

1. Variabel *Corporate Social Responsibility*

Pada tabel 4.8 diperoleh nilai Zero Order Correlation sebesar 0.020. selanjutnya dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (0.020)^2 \times 100\% \\ &= 0.04\% \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial besarnya kontribusi variabel *corporate social responsibility* dalam mempengaruhi nilai *earnings response coefficient* sebesar 0.04%.

2. Variabel *Ukuran Perusahaan*

Pada tabel 4.8 diperoleh nilai Zero Order Correlation sebesar (-0.210). selanjutnya dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (-0.210)^2 \times 100\% = 4.41\% \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial besarnya kontribusi variabel ukuran perusahaan dalam mempengaruhi nilai *earnings response coefficient* sebesar 4.41%.

3. Variabel *Struktur Modal*

Pada tabel 4.8 diperoleh nilai Zero Order Correlation sebesar 0.121. selanjutnya dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (0.121)^2 \times 100\% \\ &= 1.46\% \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial besarnya kontribusi variabel struktur modal dalam mempengaruhi nilai *earnings response coefficient* sebesar 1.46%.

Uji Hipotesis
Tabel 4.9
Hasil Analisis Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.530	.370		1.431	.155
CSR	.518	1.060	.047	.489	.626
1 UKURAN PERUSAHAAN	-.021	.010	-.206	-2.147	.034
STRUKTUR MODAL	.081	.070	.110	1.153	.252

a. Dependent Variable: ERC

Sumber : Data sekunder, diolah sendiri (2021)

Dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t adalah sebagai berikut :

1. Dari tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} pada variabel *corporate social responsibility* diperoleh sebesar 0.489 bertanda positif dengan tingkat signifikansi sebesar 0.626 sedangkan t_{tabel} berdasarkan tabel distribusi t yaitu 1.65964 (terlampir). Karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0.489 < 1.65964$ dan tingkat signifikansinya $0.626 > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*, sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini tidak dapat dibuktikan kebenarannya.
2. Dari tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} pada variabel ukuran perusahaan diperoleh sebesar 2.147 bertanda negatif dengan tingkat signifikansi sebesar 0.034. sedangkan t_{tabel} berdasarkan tabel distribusi t yaitu 1.65964 (terlampir). Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.147 > 1.65964$ dan tingkat signifikansinya $0.034 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini dapat dibuktikan kebenarannya.
3. Dari tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} pada variabel struktur modal diperoleh sebesar 1.153 bertanda positif dengan tingkat signifikansi sebesar 0.252. sedangkan t_{tabel} berdasarkan tabel distribusi t yaitu 1.65964 (terlampir). Karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.153 < 1.65964$ dan tingkat signifikansinya $0.252 > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti struktur modal tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, sehingga hipotesis ketiga dari penelitian ini tidak dapat dibuktikan kebenarannya.

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 2	Periode Agustus - Februari	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

PEMBAHASAN

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

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Novia (2019) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini disebabkan karena informasi *corporate social responsibility* yang ditunjukkan oleh perusahaan tidak dapat meyakinkan investor untuk meningkatkan saham perusahaannya. Sedangkan hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Intan Kurnia (2019) yang menyatakan bahwa secara parsial *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Secara garis besar hasil penelitian ini membuktikan bahwa informasi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak dapat meyakinkan investor untuk dapat meningkatkan saham perusahaan sehingga informasi pengungkapan CSR ini tidak mendapatkan respon positif dari investor.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh

signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Intan Kurnia (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi *earnings response coefficient*. Hal ini terjadi karena pada saat publikasi laporan keuangan, informasi yang tersedia tidak cukup informatif sehingga investor tidak tertarik untuk melakukan investasi. Selain itu, investor menganggap bahwa perusahaan yang besar belum tentu memiliki laba yang baik, kemungkinan lain yang bisa didapatkan adalah perusahaan tersebut bisa memiliki hutang yang banyak dalam membiayai operasional perusahaan. Banyak investor memilih meninjau kondisi pasar pada perusahaan manufaktur daripada mereka melihat total aset perusahaan. Sedangkan penelitian ini konsisten dengan penelitian Novi dan Laila (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini terjadi karena semakin besar ukuran perusahaan diharapkan kinerja perusahaan akan semakin baik. Melalui kinerja perusahaan yang baik, maka kandungan informasi laba yang akan dipublikasi juga baik sehingga akan memudahkan investor dan kreditur dalam menganalisis dan pengambilan keputusan. Kemudahan yang didapatkan tersebut dapat meningkatkan respon pasar, sehingga peluang perusahaan untuk menarik investor akan jauh lebih besar.

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 2	Periode Agustus - Februari	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

Pengaruh Struktur Modal terhadap Earnings Response Coefficient

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini berarti hipotesis ketiga dalam penelitian ini ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Putu Yuda (2017), yang menyatakan struktur modal tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini terjadi karena investor akan beranggapan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan akan lebih menguntungkan para *debtholder* jika perusahaan memiliki hutang jangka panjang. Sedangkan hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Novi dan Laila (2019) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap *earnings response coefficient* studi pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019 maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Artinya, banyak atau

tidaknya informasi mengenai pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan belum tentu dapat meyakinkan investor untuk meningkatkan saham perusahaannya.

2. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Artinya bahwa tinggi atau rendahnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi *earnings response coefficient*. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan yang besar akan memudahkan investor dan kreditur dalam menganalisis dan pengambilan keputusan.
3. Struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Artinya tingkat hutang yang dimiliki perusahaan tidak dapat mempengaruhi nilai *earnings response coefficient*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, peneliti memberikan saran untuk dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang berguna untuk berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Perusahaan hendaknya mampu mempertahankan laba perusahaannya sehingga kinerja keuangan menjadi baik dimata investor.
2. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan ukuran berbeda, terutama untuk variabel struktur modal agar memperoleh hasil yang relevan sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan.
3. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 2	Periode Agustus - Februari	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

dan menggunakan variabel lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi *earnings response coefficient*. Misalnya persistensi laba, risiko sistematis dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. 2015. *Manajemen Keuangan Bisnis: Konsep dan Aplikasinya*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Anak Agung Puteri Kusuma Dewi dan I made Pande Dwiana Putra. 2017. *Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Earnings Response Coefficient*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.19.1 April (2017) : 367-391. ISSN : 2302-8556.
- Arindita, G. 2015. *Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Deviden dan Size Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Universitas Dipenogoro Semarang.
- Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. Laporan Keuangan Tahunan www.idx.co.id Diakses pada tanggal 5 Februari 2021.
- Dhian Eka Irawati. 2012. *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba*. Accounting Analysis Journal, 1(2): h: 1-6.
- Fajar, Diko Rizki dan Hapsari, Dini Wahjoe. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2010-2014)*. e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016. ISSN : 2355-9357
- Fenty Hikmawati. 2017. *Metodologi Penelitian*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Galantika, Fransisca Intan dan Siswantaya, I Gede. 2016. *Analisis Perbedaan Earnings Response Coefficient (ERC) Sebelum dan setelah Adopsi IFRS pada Perusahaan yang Tercatat dalam Bursa Efek Indonesia*. Modus Vol.28 (1): 35-51, 2016. ISSN 0852-1875.
- Gilang Kemal Ramadhityan & Vaya Juliana Dillak. 2018. *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan & Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan*. Vol. 5 No. 3 Jurnal Ilmu Akuntansi.
- Hera Elvira Septyarini. 2019. *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya
- Herdinandasari, Sherla. 2014. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)*. Jurnal Ilmu dan Riset Vol. 5 No. 11. ISSN. 2460-0585.
- I Putu Yuda Mahendra dan Dewa Gede Wirama. 2017. *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan*

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 2	Periode Agustus - Februari	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

- Ukuran Perusahaan Pada Earnings Response Coefficient*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol.20.3. September (2017) : 2566-2594. ISSN:2302-8556.
- Ilham Sentosa. 2019. *Pengaruh Tax Planning dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Medan.
- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, (Edisi 8)*. Cetakan VIII. Semarang. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Intan Kurnia, Nur Diana dan M. Cholid Mawardi. 2019. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient*. E-JRA Vol. 08 No. 01 Februari 2019. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
- Irham Fahmi. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Jang, L., B. Sugiarto, dan D. Siagian. 2007. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEJ*. Akuntabilitas 6(2): h: 142-149.
- Jansen, M.C and W.H. Meckling. 1976. *Theory of The Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership asatructure*. Dalam Journal of Financial Economics. 3(4): h: 305-360.
- Jogiyanto. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima. BPFE. Yogyakarta.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan (Edisi 1)*, Cetakan ke-6 Rajawali Pers. Jakarta.
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- Kemenperin. 15 April 2019. *Kontribusi Manufaktur Nasional Capai 20 Persen, RI Duduki Posisi ke-5 Dunia*. <https://kemenperin.go.id/artikel/20579/Kontribusi-Manufaktur-Nasional-Capai-20-Persen,-RI-Duduki-Posisi-Ke-5-Dunia>
- Kotler, Phillip dan Nancy Lee. 2005 *Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Penerbit: John Wiley & Sons Pulisher, New Jersey, USA.
- Martin Bagya Kertiyasa, Okezone. 30 Oktober 2017. *Kurang manis, laba pemilik Sari Roti Turun 52% jadi RP 97 Miliar*. [idxchannel.okezone.com. https://idxchannel.okezone.com/read/2017/10/30/278/1804871/kurang-manis-laba-pemilik-sari-roti-turun-52-jadi-rp97-miliar](https://idxchannel.okezone.com/read/2017/10/30/278/1804871/kurang-manis-laba-pemilik-sari-roti-turun-52-jadi-rp97-miliar)
- Martono dan Agus Harjito. 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi ke-2. Ekonosia, Yogyakarta.
- Murwaningsari, Etty. 2008. *Pengujian Simultan : Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEJ*. Akuntabilitas

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 2	Periode Agustus - Februari	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

- 6(2): Nasional Akuntansi ke XI Pontianak.
- Nor Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Novia Dwi Cahyani dan Lailatul Amanah. 2019. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Earnings Response Coefficient*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. e-ISSN:2460-0585. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Prastowo, Joko dan Miftachul Huda. 2011. *Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Rahayu, Sovi Ismawati. 2008. *Pengaruh Tingkat Ketaatan Pengungkapan Wajib Dan Luas Pengungkapan Sukarela Terhadap Kualitas Laba*. Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo h:136-146.
- Scott, R. William. 2015. *Financial Accounting Theory*. Seventh Edition. Pearson Prentice Hall: Toronto.
- Scott, W. R. 2009. *Financial Accounting Theory*. Edisi Kelima. Canada: Prentice-H
- Sembiring. 2017. *Manajemen laba dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dengan Komisaris Independen Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi*. Jurnal Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia. Vol.2 No.1
- Sherla Sherlia Herdirinandasari dan Nur Fadrih Asyik. 2016. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Vol.5, No.11.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Surwadjono. 2012. *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tri Wahyudi, Abdul Kadir. 2019. *Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Kualitas Auditor dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi. April 2019, Volume 20 Nomor 1.
- Uang. 17 Juni 2017. 2016, Gudang Garam bagi dividen Rp 5 triliun ke pemegang saham. m.merdeka.com. <https://m.merdeka.com/uang/2016-gudang-garam-bagi-dividen-rp-5-triliun-ke-pemegang-saham.html>
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Wahyu Tri Rahmawati. 29 April 2020. *BEI Mencermati Saham Siantar Top (STTP) yang Melonjak 167% Sejak Awal*

Tahun 2021	Vol. 2	Nomor 2	Periode Agustus - Februari	ISSN : 2721- 060X
------------	--------	---------	----------------------------	-------------------

Tahun. Kontan.co.id. https://amp-kontan-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kontan.co.id/news/bei-mencermati-saham-siantar-top-sttp-yang-melonjak-167-sejak-awal-tahun?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQHKAFQArABI A%3B%3D#aoh=16117162735565&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s. Diakses 3 November 2020, pukul 19:00 WIB.

Wulansari, Y. (2013). *Pengaruh Investment Opportunity Set, Likuiditas dan leverage Terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*. Jurnal Akuntansi, Vol 1, No.2, hal 1-31.

Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. PT Gramedia. Jakarta.