

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

Studi Empiris pada Bank Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2019.

Ita Kusumawati*

Prof. Muhammad Zilal Hamzah, Ph.D*, Agustina Suparyati SE*, ME, Swanto Sirait, SE, MAk.**

*Economics Department, Faculty of Economics and Business, Trisakti University

**Universitas Kristen Indonesia, Jakarta

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size, Capital Structure, and Profitability to Earnings Response Coefficient (ERC). This matter caused by Corporate Social Responsibility (CSR) become responsibility to company in improving care for environment and social. It certainly can change the financial structure in some company and it may change the way of thinking the investor will react to this matter. In this study the number of samples used in this study were 15 companies in the period 2010 to 2019. The method used is the panel data regression method by E-views 10 program. The analysis result show that together Corporate Social Responsibility (CSR), Firms Size, Capital Structure, and Profitability simultaneously affect the Earnings Response Coefficient (ERC). Partial test show that Corporate Social Responsibility (CSR), Size, Capital Structure, and Profitability affect the Earnings Response Coefficient (ERC).

Keywords: *corporate social responsibility, firm size, capital structure, profitability, earnings response coefficient*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini dikarenakan *corporate social responsibility* akhir-akhir ini menjadi sebuah kewajiban suatu perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan sosial. Hal ini tentu dapat mempengaruhi struktur keuangan pada suatu perusahaan dan juga dapat mempengaruhi bagaimana investor akan bereaksi terhadap perubahan ini. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 15 perusahaan pada periode 2010 hingga 2019. Metode yang digunakan adalah metode regresi data panel dibantu program *E-views 10*. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas berpengaruh secara bersamaan terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*. Secara parsial *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, struktur modal, profitabilitas, *earnings reponse coefficient*.

PENDAHULUAN

Menurut Hartono (2015:5) investasi adalah penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama periode waktu tertentu untuk memperoleh imbal balik yang lebih besar dimasa depan. Dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan investasi seorang investor memerlukan adanya sebuah informasi keuangan (Herdirinandasari, dan Asyik, 2016:1). Informasi keuangan yang diterbitkan perusahaan harus mengungkapkan kinerja perusahaan sehingga dapat bermanfaat bagi investor dalam mengambil keputusan (Susanto, 2012:153).

Salah satu informasi keuangan adalah laba yang dapat mempengaruhi investor dalam membuat keputusan membeli, menjual, atau menahan sekuritas yang diterbitkan oleh perusahaan. Namun, laba dapat dimanipulasi oleh pihak manajemen perusahaan sehingga dibutuhkan informasi lain selain laba untuk memprediksi return saham perusahaan yaitu koefisien respons laba atau sering disebut dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Diantimala, 2008: 102-103). *Earnings Response Coefficient* (ERC) menunjukkan reaksi pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan yang dapat diamati dari pergerakan harga saham dipublikasikan pada laporan keuangan. Menurut Silalahi (2014:2) menyatakan bahwa koefisien ini mengukur respons harga saham atau nilai pasar ekuitas terhadap informasi yang terkandung dalam laba akuntansi. (Natalia dan Ratnadi, 2017:63)

Rendahnya *Earnings Response Coefficient* (ERC) menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan, semakin tinggi *Earnings Response Coefficient* (ERC) akan semakin bagus karena menunjukkan informasi laba yang berkualitas dengan tingginya respons investor terhadap pengumuman laba (Fitri, 2013:3). ERC berguna bagi investor sebagai model penilaian yang dapat digunakan untuk mengindikasikan kemungkinan naik turunnya harga saham atas reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan (Mahendra dan Wiraman, 2017: 2567-2570). Ball dan Brown (1964) dalam Hidayat (2009) menyatakan bahwa respons pasar terhadap penerbitan laporan keuangan dapat dilihat dari pergerakan harga saham beberapa hari sebelum dan sesudah penerbitan laporan keuangan. Hasil penelitian Ball dan Brown, menunjukkan fluktuasi harga saham yang berbeda antar hari di sekitar penerbitan laporan keuangan dengan hari-hari lain sebelum periode tersebut. Fluktuasi ini merupakan representasi dari respons pasar terhadap harga saham sebagai dasar dari pemahaman *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Salah satu faktor yang mempengaruhi ERC adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Awuy et al. (2016:17) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen sosial dari perusahaan sebagai bentuk kepedulian perusahaan atas masyarakat dan juga kelestarian lingkungan serta tanggung jawab terhadap kesejahteraan tenaga kerja perusahaan di dalam praktek bisnis perusahaan. Anggraini (2006) menyatakan bahwa CSR terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Pleiger (2005) dalam Nofianti (2012) menyatakan bahwa adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dapat menguntungkan perusahaan karena dapat menarik investor dan juga pihak lain yang berkepentingan pada perusahaan untuk lebih memperhatikan keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab dimata masyarakat.

Boediono (2005) dalam Dewi (2014) berpendapat bahwa selain sebagai alat analisis fundamental dan pengambilan keputusan bagi investor, ERC juga sering digunakan untuk melihat perkembangan atau pertumbuhan suatu perusahaan dan dapat juga digunakan untuk menilai risiko dan *earning per share*. Menurut Kusumawardhani dan Nugroho (2010) ukuran perusahaan (*firm size*) dalam isu ERC digunakan sebagai proksi atas keinformatifan harga saham. Menurut Agnesia (2014), Zakaria (2013), Susanto (2010), Kusumawardhani dan Nugroho, (2010) menemukan bahwa ukuran perusahaan berhubungan positif terhadap ERC. Menurut Kusumawardhani dan Nugroho (2010), pada perusahaan yang besar tersedia informasi non-akuntansi yang banyak. Informasi tersebut digunakan oleh pemodal sebagai alat untuk menginterpretasikan laporan keuangan dengan baik, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dan ketidakpastian. Susanto (2012) menambahkan, pada perusahaan besar cenderung kurang mendapatkan respons dalam publikasi laba karena labanya relatif stabil. Hal ini dapat dilihat dari harga saham di sekitar tanggal publikasi laba yang relatif stabil. Sedangkan dalam perusahaan yang kecil, publikasi laba cenderung direspons oleh pasar, terlihat dari harga saham di sekitar tanggal publikasi laba yang cenderung fluktuatif.

Menurut Susanto (2012) besaran dan nilai ERC dari setiap sekuritas berbeda-beda besarnya, hal ini disebabkan oleh banyak faktor yang mempengaruhi ERC tersebut, salah satunya adalah struktur modal. ERC juga dipengaruhi oleh *leverage*. Menurut Mahendra dan Wirama (2017:2578) *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh suatu perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Pada penelitian ini *leverage* diukur dengan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Juniarti dan Sentosa (2008) dalam Susilo (2015:306) *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang menggambarkan perbandingan antara total kewajiban perusahaan dengan total ekuitas yang dimiliki pada akhir tahun.

Profitabilitas mencerminkan efektivitas perusahaan yang mempengaruhi respons investor terhadap informasi laba dalam pengambilan keputusan. Jika profitabilitas suatu perusahaan tinggi maka akan mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci, karena perusahaan ingin meyakinkan para investor terhadap profitabilitasnya Susilawati (2008) dalam Susanto (2012). Jika kinerja suatu perusahaan dinyatakan baik, maka akan mendorong perusahaan tersebut untuk memberikan suatu informasi laba yang lebih baik pula, sehingga dapat terjadi suatu reaksi antara pengumuman laba perusahaan dengan reaksi para investor. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Kusumawardhani dan Nugroho (2010) dan Hasanzade (2013) yang menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap ERC, menurutnya koefisien respons laba pada suatu perusahaan yang besar akan mempunyai ERC yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil, sedangkan perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi juga mempunyai ERC yang lebih tinggi dibanding perusahaan dengan profitabilitas yang lebih kecil.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan Fajar dan Hapsari (2016) dan Kurnia dan Diana (2017) dengan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada bank konvensional yang terdaftar di BEI selama Periode 2010-2019. Judul Penelitian ini “**Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas terhadap Earnings Response Coefficient. Studi Empiris pada Bank Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2019**”.

LANDASAN TEORI

2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Scott (2012:163) menyatakan bahwa *Earnings Response Coefficient* (ERC) sebagai ukuran *abnormal return* sekuritas sebagai respons dari adanya komponen yang tidak terduga dari laba yang dilaporkan oleh perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut.

Menurut Suwardjono (2014:491) *Earnings Response Coefficient* (ERC) dapat diukur dengan beberapa kali tahapan perhitungan. Tahap pertama melakukan perhitungan *Cummulative Abnormal Return* (CAR) masing-masing sampel dan tahap yang kedua menghitung *Unexpected Earnings* (UE). Indrawan (2011) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa untuk menghitung tingkat koefisien respons laba dapat dihitung menggunakan CAR. Penelitian ini menggunakan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai indikator *Earnings Response Coefficient* (ERC). Dipilihnya *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai indikator *Earnings Response Coefficient* (ERC) karena CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respons pasar terhadap informasi akuntansi yang dipublikasikan yang dihitung dengan menggunakan model pasar yang disesuaikan karena yang dianggap sebagai penduga terbaik adalah model pasar yang disesuaikan.

2.2 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konsep dari CSR mengandung arti bahwa organisasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri (*selfish*). Teralienasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Kondisi ini menyediakan jalan bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi sosial dan memberikan perhatian terhadap dampak-dampak sosial yang ada (Hadi, 2011).

2.3 Ukuran Perusahaan

Riyanto (2011:299) mendefinisikan “Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan, dan total aktiva”. Pada penelitian yang dilakukan oleh Bitu (2016), menjelaskan bahwa *firm size* diukur dengan rasio antara aset tetap perusahaan dengan total aset yang dimiliki. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Total aset yang dimiliki oleh perusahaan dapat menunjukkan semakin besar pula ukuran perusahaannya. Total aset yang dimiliki oleh perusahaan dapat menunjukkan kestabilan keadaan perusahaan dan juga laba yang dihasilkan. Semakin besar total aset perusahaan, mampu berinovasi lebih baik bagi perkembangan perusahaan, mampu menghasilkan laba yang lebih besar, dan respons yang diberikan oleh pasar terhadap perusahaan tersebut adalah respons yang positif.

2.4 Struktur Modal

Struktur modal didefinisikan sebagai perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri (Riyanto, 2001). Rumus perhitungan struktur modal adalah total hutang dibagi modal sendiri. Jadi dalam kaitannya dengan struktur modal, modal yang diperhitungkan adalah hutang jangka panjang yang terdiri dari berbagai jenis obligasi dan kredit investasi jangka panjang lainnya. Modal sendiri terdiri dari berbagai jenis saham, cadangan dan laba ditahan. Perubahan rasio hutang jangka panjang dengan modal sendiri akibat dari penambahan atau pengurangan hutang jangka panjang akan berakibat berubahnya struktur modal perusahaan tersebut. Menurut Dewi (2014) struktur modal merupakan salah satu analisis

rasio yang bertujuan untuk menilai kewajiban perusahaan, rasio struktur modal terdiri dari *debt to equity ratio* yang menghitung proporsi seluruh kewajiban perusahaan dan ekuitas, *long term debt to equity* yang menghitung proporsi hutang jangka panjang, ekuitas dan *times interest earned* untuk mengukur kelipatan bunga yang dihasilkan perusahaan.

2.5 Profitabilitas

Profitabilitas menurut Houston dan Brigham (2006) adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal jumlah karyawan dan sebagainya. Ada beberapa pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan total aktiva (*Return On Asset*), volume penjualan (*Net Profit Margin*) dan modal sendiri (*Return On Equity*). Penelitian ini menggunakan ukuran profitabilitas dengan *Return On Equity* (ROE). *Return on equity* (ROE) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki sehingga besarnya ROE mengindikasikan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan. Tingginya ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih. ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pemegang saham. Melihat nilai ROE, investor dapat mengetahui berapa persen pengembalian atas modalnya di dalam perusahaan tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh antara variabel independen, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder pada perusahaan Bank Konvensional yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Setelah sampel ditetapkan, dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui observasi non partisipan yaitu dengan cara membaca, mengamati, mencatat, serta mempelajari uraian buku, jurnal-jurnal akuntansi, serta mengakses situs-situs internet yang relevan. Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dalam angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode statistik dibantu program *e-views 10* dengan tujuan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data panel dengan periode waktu selama 10 tahun, 2010–2019. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dan dilanjutkan dengan menyimpulkan dan memberikan saran.

3.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah bagaimana menemukan dan mengukur variabel-variabel tersebut dengan merumuskan secara singkat dan jelas, serta tidak memunculkan berbagai tafsiran (Sekaran, 2014). Pada penelitian ini terdapat beberapa variabel, yaitu variabel independen atau variabel bebas (X), variabel dependen atau variabel terikat (Y) dan variabel control. Definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Rumus	Sumber Data	Satuan
1	Corporate Social Responsibility (CSR)	$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Laporan Tahunan Bank	$CSDI_j = Corporate Social Responsibility Disclosure Index$ perusahaan j $\sum x_{ij} =$ Item i diungkapkan $n_j =$ Jumlah item untuk perusahaan j
2	Ukuran Perusahaan	$SIZE = Ln \text{ Total Assets}$	Laporan Tahunan Bank	$Size =$ Ukuran perusahaan $Ln =$ Logaritma natural $Asset =$ Total aset perusahaan
3	Struktur Modal	$DER = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$	Laporan Tahunan Bank	$DER = Debt to Equity Ratio$ $Debt =$ Total Utang $Equity =$ Ekuitas
4	Profitabilitas	$ROI = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Asset}}$	Laporan Tahunan Bank	$ROI = Return on Investment$ $Net Income =$ Laba bersih setelah pajak
5	Earnings Response Coefficient (ERC)	$R_{it} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$ $RM_t = \frac{IHSgt - IHSgt-1}{IHSgt-1}$ $AR_t = R_{it} - R_{mt}$ $UE_{it} = \frac{EPSt - EPS_{t-1}}{P_{t-1}}$ $CAR_{it} = \alpha + \beta_1 UE_{it} + e_{it}$	Laporan Tahunan Bank	$R_{it} =$ return saham perusahaan i pada hari t $P_t =$ harga penutupan saham pada hari t $P_{t-1} =$ harga penutupan saham i pada hari t-1 $RM_t :$ return pasar harian $IHSgt :$ indeks harga saham gabungan pada hari t $IHSgt-1 :$ indeks harga saham harian pada hari t-1 $AR_{i,t} :$ abnormal return pada perusahaan i periode $R_{i,t} :$ return perusahaan i pada periode t $R_{m,t} :$ return pasar pada periode ke-t $UE_{i,t} :$ unexpected earnings perusahaan i pada periode t $EPS_{i,t} :$ earnings per share perusahaan i pada periode t $EPSt-1 :$ earnings per share perusahaan i pada periode t-1 $P_{t-1} :$ harga saham perusahaan i pada periode t-1 $CAR_{it} =$ Cummulative Abnormal Return perusahaan i pada tahun t $\alpha =$ Konstanta $\beta_1 =$ Koefisien respon laba (ERC) $UE_{it} =$ Unexpected Earnings perusahaan $e_{it} =$ Komponen error dalam model atas perusahaan i pada periode t

3.2 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi panel, regresi panel adalah gabungan antara data *times series* dan data *cross section* (banyak objek, banyak waktu) biasa digunakan jika peneliti dihadapkan pada masalah terbatasnya jumlah sampel yang terlalu sedikit sehingga untuk menambah jumlah sampel dapat dilakukan *pooling/panel*. Data panel atau *pooled data* adalah kombinasi dari data *time series* dan data *cross section*. Data panel secara substansial mampu menurunkan masalah *omitted-variables*, model yang mengabaikan variabel yang relevan (Gujarati, 2013:637). Untuk mengatasi interkorelasi diantara variabel-variabel bebas yang pada akhirnya dapat mengakibatkan tidak tepatnya penaksiran regresi, metode data panel lebih tepat untuk digunakan. Data panel juga bisa berguna untuk alasan pragmatis. Dalam sebuah penelitian terkadang ditemukan suatu persoalan mengenai ketersediaan data (*data availability*) untuk mewakili variabel yang digunakan dalam penelitian. Dengan menggabungkan data *time series* dan *cross section* (*pooling*), maka jumlah observasi bertambah secara signifikan tanpa melakukan *treatment* apapun terhadap data.

Persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$ERC_{it} = \alpha_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 SIZE_{2it} + \beta_3 CAP_{3it} + \beta_4 PROF_{4it} + \epsilon_{it}$$

Dimana :

Y	= Earnings Response Coefisien (ERC)
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= Koefisien regresi
e	= Standar error
i	= Perusahaan
t	= Periode

Shochrul (2011:52) menyatakan bahwa keunggulan-keunggulan data panel memiliki implikasi tidak harus dilakukan pengujian asumsi klasik dalam model data panel, karena penelitian yang menggunakan data panel memperbolehkan identifikasi parameter tertentu tanpa perlu membuat asumsi yang ketat atau tidak mengharuskan terpenuhinya semua asumsi klasik regresi linier seperti pada *ordinary least square* (OLS).

Manurung et al. (2012:4) menyatakan pilihan yang mungkin dilakukan untuk teknik mengestimasi model data panel sebagai berikut :

- Model Pooled OLS* - semua sampel observasi misalkan, perusahaan, dikumpulkan menjadi satu dimana tindakan ini menghilangkan *cross-section* dan runtun waktu. Model ini sering juga disebut Model koefisien konstan (*Constant Coefficient Model*).
- Model Efek Tetap Kwadrat Terkecil Variabel Boneka (*Fixed Effects Least Squares Dummy Variable Model - LSDV*) - semua data digabungkan tetapi diijinkannya *cross-section* memiliki peubah boneka.
- Model Efek Tetap dalam kelompok (*Fixed Effects Within-Group Model*) - semua data digabungkan tetapi unit observasi (objek) mengekspresikan setiap peubah sebagai selisih dari rata-ratanya dan diestimasi menggunakan metoda kwadrat terkecil.
- Model Efek Acak (*Random Effects Model*) - seperti model LSDV dimana setiap observasi memiliki nilai intersep dan diasumsikan diambil secara acak dari populasi yang lebih besar.

3.3 Model Data Panel

Menurut Widarjono (2009:251), untuk mengestimasi parameter model dengan data panel, terdapat tiga teknik (model) yang sering dilakukan, yaitu :

3.3.1 Common Effect Model

Teknik ini merupakan teknik yang paling sederhana untuk mengestimasi parameter model data panel, yaitu dengan mengkombinasikan data *cross section* dan *time series* sebagai satu kesatuan tanpa melihat adanya perbedaan waktu dan entitas (individu). Dimana pendekatan yang sering dipakai adalah metode *Ordinary Least Square* (OLS). Model *Common Effect* mengabaikan adanya perbedaan dimensi individu maupun waktu atau dengan kata lain perilaku data antar individu sama dalam berbagai kurun waktu.

3.3.2 *Fixed Effect Model*

Pendekatan model *Fixed Effect* mengasumsikan bahwa intersep dari setiap individu adalah berbeda sedangkan *slope* antar individu adalah tetap (sama). Teknik ini menggunakan variabel *dummy* untuk menangkap adanya perbedaan intersep antar individu.

3.3.3 *Random Effect Model*

Pendekatan yang dipakai dalam *Random Effect* mengasumsikan setiap perusahaan mempunyai perbedaan intersep, yang mana intersep tersebut adalah variabel random atau stokastik. Model ini sangat berguna jika individu (entitas) yang diambil sebagai sampel adalah dipilih secara random dan merupakan wakil populasi. Teknik ini juga memperhitungkan bahwa error mungkin berkorelasi sepanjang *cross section* dan *time series*. Menurut Widarjono (2009:258), ada tiga uji untuk memilih teknik estimasi data panel. Pertama, uji *chow test* digunakan untuk memilih antara metode *Common Effect* atau metode *Fixed Effect*. Kedua, uji Hausman yang digunakan untuk memilih antara metode *Fixed Effect* atau metode *Random Effect*. Ketiga, uji *Lagrange Multiplier* (LM) digunakan untuk memilih antara metode *Common Effect* atau metode *Random Effect*.

3.4 Pemilihan Model

Pemilihan metode dalam penelitian ini dengan beberapa langkah yaitu regresi dengan metode *common effect*, lalu regresikan dengan metode *fixed effect*, kemudian lakukan pemilihan antara metode *common effect* dan *fixed effect*. Bilamana dalam penelitian ini metode yang dipilih adalah *fixed effect* lalu lakukan regresi dengan metode *random effect* kemudian pilih metode antara *fixed effect* dan *random effect*. Setelah itu lalu metode terpilih.

3.4.1 *Chow Test*

Chow test digunakan untuk memilih kedua model diantara Model *Common Effect* dan Model *Fixed Effect*. Asumsi bahwa setiap unit *cross section* memiliki perilaku yang sama cenderung tidak realistis mengingat dimungkinkannya setiap unit *cross section* memiliki perilaku yang berbeda menjadi dasar dari uji *chow*. Dalam pengujian ini dilakukan hipotesa sebagai berikut :

H_0 : Metode *common effect*

H_a : Metode *fixed effect*

Pengambilan keputusan hipotesa :

Jika prob *Cross-section Chi-square* $< \alpha 0,05$: H_0 ditolak, Metode *fixed effect*.

Jika prob *Cross-section Chi-square* $> \alpha 0,05$: H_0 diterima, Metode *common effect*.

3.4.2 *Hausman Test*

Uji hausman adalah untuk memilih apakah metode *Fixed Effect* dan metode *Random Effect* lebih baik dari metode *Common Effect*. Uji Hausman ini didasarkan pada ide bahwa *Least Squares Dummy Variables* (LSDV) dalam metode-metode *Fixed Effect* dan *Generalized Least Squares* (GLS) dalam metode *Random Effect* adalah efisien sedangkan *Ordinary Least Squares* (OLS) dalam metode *Common Effect* tidak efisien. Dilain pihak, alternatifnya adalah metode OLS efisien dan GLS tidak efisien. Statistik uji Hausman mengikuti distribusi statistik *Chi-Squares* dengan derajat kebebasan (*df*) sebesar jumlah variabel bebas.

Pengujian untuk *Hausman test* dilakukan dengan hipotesa berikut :

H_0 : Model *Random effect*

H_a : Model *Fixed Effect*

Pengambilan keputusan hipotesa :

Jika prob *Cross-section random* $< \alpha$ 0,05: H_0 ditolak, Metode *fixed effect*.

Jika prob *Cross-section random* $> \alpha$ 0,05: H_0 diterima, Metode *random effect*.

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1. Uji Regresi Panel Data

Metode data panel menggunakan 3 pendekatan untuk mengestimasi, sehingga diperlukan pengujian untuk menentukan pendekatan yang tepat tersebut yaitu *common effect*, *fixed effect* atau *random effect*. Pengujian yang akan dilakukan pertama adalah model *common effect* diuji dengan model *fixed effect* menggunakan *chow test* dengan hasil regresi yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Regresi *Redundant Fixed Effect*

Redundant Fixed Effects Tests
Pool: ITANEW
Test cross-section fixed effect

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	354.868452	(14.581)	0.0000
Cross-section Chi-square	1353.990472	14	0.0000

Sumber : Data diolah, 2020 (lihat lampiran 5)

H_0 : *Common Effect*

H_a : *Fixed Effect*

Berdasarkan 4.1 yang tertera diatas, apabila prob. *Cross-Section Chi-Square* $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya apabila prob. *Cross-Section Chi-Square* $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Pada hasil uji ini yang terdapat dalam tabel 4.1 menyatakan bahwa hasil dari *Redundant Fixed Effect* prob. *Cross-Section* pada ERC sebesar $0,0000 < 0,05$ maka H_a diterima sehingga model yang terpilih adalah *Fixed Effect*.

Dilanjutkan dengan uji model *Random Effect* dengan menggunakan *Correlated Random Effect-Hausman Test* dengan hasil yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil *Correlated Random Effect-Hausman Test*

Correlated Random Effects - Hausman Test
Pool: ITANEW
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	41.872.920	4	0.0000

Sumber : Data diolah, 2020 (lihat lampiran 6)

H_0 : *Random Effect*

H_a : *Fixed Effect*

Berdasarkan pada tabel 4.2 yang tertera diatas, apabila Prob. *Cross-Section Random* < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha Diterima dan sebaliknya apabila Prob. *Cross-Section Random* > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Pada tabel 4.2 maka dapat dilihat hasil dari *Correlated Random Effect-Hausman Test* Prob. *Cross-Section Chi-Square* sebesar 0,0000 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dalam uji ini yang terpilih adalah *Fixed Effect*.

4.2. Persamaan Regresi Model

Persamaan model regresi ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Pada penelitian kali ini model regresi yang disusun adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) 15 Bank Konvensional tahun 2019-2020 yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, sehingga model regresi dapat dilihat sebagai berikut:

$$ERC_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 CAP_{i,t} + \beta_4 PROF_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

Dengan menggunakan *Eviews 9* dengan model panel data dan model yang terpilih yaitu uji *Chow-Test* maka yang digunakan dalam penelitian ini dalam menentukan variabel *Earnings Response Coefficient Price* (ERC) adalah model *Fixed Effect* maka dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Model Terpilih *Fixed Effect*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.022863	0.003225	7.089235	0.0000
CSR?	0.525642	0.038927	1.350320	0.0000
SIZE?	0.030735	0.006697	4.589095	0.0000
CAP?	0.087139	0.016285	5.350861	0.0000
PROF?	-0.095710	0.020260	4.724215	0.0000

Sumber : Data diolah, 2020 (lihat lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.3 yang tertera diatas, maka jawaban dari koefisien regresi panel data pada model sebelumnya dapat disusun menjadi rumus persamaan sebagai berikut:

$$ERC = 0.022863it + 0.525642CSRit + 0.030735SIZEit + 0.087139CAPit - 0.095710PROFit$$

1. C = Konstanta yang dapat diartikan jika semua variabel independen dianggap tetap/konstanta atau juga sama dengan 0 maka nilai variabel dependennya yaitu sama dengan C. Maka memperlihatkan bahwa nilai ERC sama dengan nilai C yaitu sebesar 0,022863it.
2. Nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,525642CSRit artinya apabila CSR naik 1 persen maka ERC akan naik sebesar 0,53 kali dengan asumsi ceteris paribus.
3. Nilai Ukuran Perusahaan sebesar 0,030735SIZEit artinya apabila *SIZE* naik 1 persen maka ERC akan naik sebesar 0,03 kali dengan asumsi ceteris paribus.
4. Nilai Struktur Modal (CAP) sebesar 0,087139CAPit artinya apabila CAP naik 1 persen maka ERC akan naik sebesar 0,087 kali dengan asumsi ceteris paribus.
5. Nilai Profitabilitas sebesar -0,095710PROFit artinya apabila PROF naik 1 persen maka ERC akan turun sebesar 0,09 kali dengan asumsi ceteris paribus.

4.3. Hasil Uji Hipotesis

4.3.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) untuk mengetahui dari masing-masing variabel independen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Struktur Modal,

dan Profitabilitas terhadap variabel dependen adalah *Earnings Response Coefficient* (ERC). Berikut merupakan hasil yang dapat dilihat dari uji t:

Tabel 4.4 Hasil Regresi Uji t

Variable	Coefficient	Prob.	Conclusion
C	0.022863	0.0000	Signifikan Positif
CSR?	0.525642	0.0000	Signifikan Positif
SIZE?	0.030735	0.0000	Signifikan Positif
CAP?	0.087139	0.0000	Signifikan Positif
PROF?	-0.095710	0.0000	Signifikan Negatif

Sumber : Data diolah, 2020 (lihat lampiran 3)

Berdasarkan yang terdapat pada tabel 4.4 hasil uji t dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki koefisien sebesar 0,525642 dengan prob. $0,0000 < 0,05$ ($\alpha = 5$ persen). Hal ini dapat menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ERC.
2. Ukuran Perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,030735 dengan prob. $0,0000 < 0,05$ ($\alpha = 5$ persen). Hal ini dapat menunjukkan bahwa SIZE memiliki pengaruh signifikan terhadap ERC.
3. Struktur Modal memiliki koefisien sebesar 0,087139 dengan prob. $0,0000 < 0,0000$ ($\alpha = 5$ persen). Hal ini dapat menunjukkan bahwa CAP memiliki pengaruh signifikan terhadap ERC.
4. Profitabilitas *Return on Investment* (ROI) memiliki koefisien sebesar -0,095710 dengan prob. $0,0000 < 0,05$ ($\alpha = 5$ persen). Hal ini dapat menunjukkan bahwa PROF memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap ERC.

4.3.2. Uji Parsial (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen penyaluran kredit. Berikut adalah hasil dari uji F:

Tabel 4.5 Hasil Regresi Uji F

F-statistic	496.6417
Prob (F-statistic)	0.000000

Sumber : Data diolah, 2020 (lihat lampiran 3)

Berdasarkan menurut tabel 4.5 yang tertera diatas, Prob (F- statistic) $0,000000 < 0,05$ ($\alpha = 5$ persen). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang di gunakan secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap ERC.

4.4. Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model atau koefisien determinasi ini ditunjukkan oleh *Adjusted R-Squared* pada hasil regresi yang telah dihasilkan. *Adjusted R-Squared* memiliki tujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang telah diterangkan oleh variabel bebas secara bersama-sama. *Adjusted R-Squared* dapat diketahui dalam persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel yang terkait. Sedangkan sisanya akan

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Berikut ini adalah hasil yang dapat dilihat dari uji kecocokan model:

Tabel 4.6 Hasil Uji Kecocokan Model

	<i>R-squared</i>	0.938974	
Sumber : Data diolah, Berdasarkan tabel	<i>Adjusted R-squared</i>	0.937083	2020 (lihat lampiran 3) 4.6 yang tertera diatas ini

Adjusted R-Square sebesar 0,937083 atau 93,70 persen. Variabel independen ini dapat mempengaruhi persamaan model yang telah di teliti sebesar 93,70 persen, sedangkan sisanya sebesar 6,30 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dimasukan dalam penelitian ini.

4.5. Pembahasan Hasil Penelitian

4.5.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*.

Seperti yang diketahui, variabel dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* digunakan untuk memberikan sinyal kepada investor untuk berinvestasi yang selanjutnya akan meningkatkan *Earnings Response Coefficient (ERC)*, dengan meningkatkan CSR diharapkan meningkatkan keuntungan abnormal sebuah sekuritas sebagai respons terhadap ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa datang. Adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dapat menguntungkan perusahaan karena dapat menarik investor dan juga pihak lain yang berkepentingan pada perusahaan untuk lebih memperhatikan keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab dimata masyarakat. Dapat diperoleh bahwa pada hasil penelitian pengaruh dari CSR terhadap ERC dalam penelitian ini memiliki taraf signifikansi sebesar 0,0000 lebih besar dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,525642 yang menunjukkan secara parsial variable CSR memiliki pengaruh secara langsung terhadap penurunan nilai ERC.

Sehingga secara keseluruhan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada penelitian ini menunjukkan bahwa CSR menunjukkan fluktuasi harga saham sebagai akibat dari pergerakan laba perusahaan dapat dikurangi dengan pengungkapan sosial yang memadai, karena perhatian investor tidak hanya berfokus pada laba akuntansi lagi namun sudah memperhatikan faktor lain dalam hal ini adalah CSR. Hal ini disebabkan oleh pengungkapan tanggung jawab sosial yang cukup meyakinkan investor sebagai dasar pengambilan keputusan dan dalam laporan keuangan tahunan CSR membuat harga saham menjadi lebih informatif serta dapat memberikan informasi mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang.

4.5.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*

Seperti yang diketahui Variabel dari ukuran perusahaan dalam isu ERC digunakan sebagai proksi atas keinformatifan harga saham. Ukuran perusahaan merupakan ukuran atas besarnya aset yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan besar umumnya mempunyai total aktiva yang besar pula. Perusahaan besar dapat lebih mudah untuk mengakses pasar modal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar perusahaan semakin mudah untuk mendapatkan modal eksternal dalam jumlah yang lebih besar, sehingga investor tertarik untuk

menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga menaikkan nilai perusahaan. Dengan tersedianya dana tersebut maka memberi kemudahan perusahaan untuk melaksanakan peluang investasi.

Sehingga secara keseluruhan pada perusahaan yang besar tersedia informasi non-akuntansi yang banyak. Informasi tersebut digunakan oleh pemodal sebagai alat untuk menginterpretasikan laporan keuangan dengan baik, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dan ketidakpastian. Dapat diperoleh bahwa pada hasil penelitian pengaruh dari Ukuran Perusahaan terhadap ERC dalam penelitian ini memiliki taraf signifikansi sebesar 0,0000 lebih besar dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,030735 yang menunjukkan secara parsial variable Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh secara langsung terhadap penurunan nilai ERC. Hal ini disebabkan karena *firm size* merupakan salah satu klasifikasi besar kecilnya perusahaan dengan menggunakan skala antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal. Hal ini menggambarkan bahwa para investor cenderung memilih perusahaan berkembang dibandingkan perusahaan besar karena harapan return lebih tinggi mengingat perusahaan besar memiliki harga saham yang relatif mahal dan pergerakan saham yang relatif stabil.

4.5.3. Pengaruh Struktur Modal terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Seperti yang diketahui, variabel dari Struktur Modal digunakan untuk mengukur seberapa jauh suatu perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Struktur modal perusahaan diproksikan dengan *leverage*, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berarti memiliki utang yang lebih banyak dibandingkan modal. Dengan demikian, jika terjadi peningkatan laba maka yang diuntungkan adalah *debt holders*, sehingga semakin baik kondisi laba perusahaan maka semakin negatif respons pemegang saham, karena pemegang saham beranggapan bahwa laba tersebut hanya menguntungkan kreditur.

Dapat diperoleh bahwa pada hasil penelitian pengaruh dari Struktur Modal terhadap ERC dalam penelitian ini memiliki taraf signifikansi sebesar 0,0000 lebih besar dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,087139 yang menunjukkan secara parsial variabel Struktur Modal memiliki pengaruh secara langsung terhadap penurunan nilai ERC. Sehingga secara keseluruhan Struktur Modal pada penelitian ini menunjukkan jika terjadi peningkatan laba semakin besar maka perusahaan memiliki utang yang lebih banyak dibandingkan modal karena penggunaan utang perusahaan digunakan untuk mendukung aktivitas dan operasi perusahaan yang menyebabkan investor merespon karena investor atau pemegang saham menginginkan lebih banyak pendanaan melalui utang karena akan memperbesar laba yang diharapkan. Sehingga semakin baik kondisi laba perusahaan maka semakin positif respons pemegang saham.

4.5.4. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Seperti yang diketahui, variabel dari Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci, karena mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan. Rasio Profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor di suatu perusahaan mampu memberikan return yang sesuai dengan tingkat yang disyaratkan investor.

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi juga mempunyai koefisien respons laba yang besar dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Jadi semakin tinggi profitabilitas maka ERC akan tinggi

Dapat diperoleh bahwa pada hasil penelitian pengaruh dari Profitabilitas terhadap ERC dalam penelitian ini memiliki taraf signifikansi sebesar 0,0000 lebih besar dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien regresinya yaitu sebesar -0,095710 yang menunjukkan secara parsial variable Profitabilitas memiliki pengaruh secara langsung terhadap penurunan nilai ERC. Sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap ERC, apabila investor berpendapat bahwa *Return on Investment* tidak dapat mengukur kinerja perusahaan secara akurat, karena banyak terjadinya *window dressing* yang dilakukan oleh manajemen agar laporan keuangannya terlihat lebih baik. Rendahnya *Earnings Response Coefficient* (ERC) menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan, semakin tinggi *Earnings Response Coefficient* (ERC) akan semakin bagus karena menunjukkan informasi laba yang berkualitas dengan tingginya respons investor terhadap pengumuman laba. ERC berguna bagi investor sebagai model penilaian yang dapat digunakan untuk mengindikasikan kemungkinan naik turunnya harga saham atas reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan.

SIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dan telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Nilai signifikansi profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,0000.
2. Variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Nilai signifikansi profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,0000.
3. Variabel Struktur Modal berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Nilai signifikansi profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,0000.
4. Variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Nilai signifikansi profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,0000.

SARAN

Agar penelitian penelitian berikutnya melakukan penelitian dengan menambahkan atau mengganti variabel penelitian nya serta mengubah sektor usaha diluar sektor usaha perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

Agnesia, Laura Monica. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Firm Size, dan Struktur Modal Terhadap *Earnings Response Coefficient* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013). Skripsi. Medan: Universitas Sumatra Utara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*. E-JRA Vol. 08 No. 01 Februari 2015.

- Awuy, V. P., Sayekti, Y., & Purnamawati, I. (2016). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(1), 15–26. <https://doi.org/10.9744/jak.18.1.15-26>.
- Bitu, Mashayekhi dan Bazaaz, Mohammad S. (2010). The Effects of Corporate Governance on Earnings Quality : Evidence from Iran. *Asian Journal of Business and Accounting*. Vol 3. No 2. 71-100.
- Dewi, Fitriana Kania. (2014). Ukuran Kantor Akuntan Publik, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Market Ratio sebagai Prediktor Earnings Response Coefficient pada BUMN yang Listing di BEI pada Tahun 2011-2013. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* Volume 10, No. 2, September 2014 ISSN: 2087-2054 Halaman 14 – 27.
- Diantimala, Y. (2008). Pengaruh Akuntansi Konservatif, Ukuran Perusahaan, Dan Default Risk Terhadap Koefisien Respon Laba (Erc). *Jurnal Telaah Dan Riset Akuntansi*, 1(1), 102–122. Retrieved from <http://jurnal.unsyiah.ac.id/TRA/article/view/281%5Cninternalpdf://296/281.html> Fahmi, Irham. (2012). *Pengantar Pasar Modal*. Bandung: Alfabeta.
- 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.
- Fitri, L. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011)., (September). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15(1), 171–199. <https://doi.org/ISSN: 2302 – 8556>.
- Gujarati, Damodar. (2013). *Ekonometrika Dasar*: Edisi Keenam.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hartono, J. (2015). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasanzade, Mahboobe. (2013). Factors Affecting the Earnings Response Coefficient: An Empirical Study for Iran. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, Volume 2, No 3, Special Issue on Accounting and Management: 2551-2560. ISSN: 1805-2602.

- Herdinandasari, S. S., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient (ERC). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5 (November), 1–19. <https://doi.org/ISSN: 2460 – 0585>.
- Hidayat, Sofiyan. (2009). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. April 2009. Vol. 11, No. 1; 1-18.
- Houston, J.F, Brigham, E.F. (2006). *Manajemen Keuangan (Managerial Finance)*. Terjemahan Djorban.W. dan Ruchyat. K. Jakarta: Erlangga.
- Indrawan, Danu Candra, (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 8 No.1, Januari 2005, hal. 65-81.
- Kurnia, Intan dan Diana, Nur. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *E-JRA Vol. 08 No. 01* Februari 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
- Kusumawardhani, Indra dan Nugroho, Joko Setiyo. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Size, dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient. *Kajian Akuntansi, Volume 5, Nomor 1 (Juni,2010)*. ISSN: 1907-1442.
- Mahendra, I. P. Y., & Wirama, D. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Pada Earnings Response Coefficient. *EJurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20, 2566–2594.
- Manurung, Jonni J., Manurung, Adler H., Saragih, Ferdinand D. (2012). *Ekonometrika*, Cetakan Pertama, Jakarta: Penerbit Alex Media Computindo.
- Natalia, D., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Pengaruh Konservatisme Akuntansi Dan Leverage Pada Earnings Response Coefficient, *Journal Ekonomi Keuangan* 20, 61–86.
- Nofianti, L. (2012). Peran Akuntansi Manajemen Dalam Manajemen Lingkungan dan Kinerja Lingkungan. Retrieved from http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_699_411403487.pdf.
- Scott, William R. (2012). *Financial Accounting Theory International Fifth Edition*. New Jersey: Prentic Hall Inc.
- Shochrul, Ajija R. (2011). *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2014). *Research Methods for Business, Metodologi Penelitian untuk Bisnis (edisi ke-4)*. New York: John Wiley. Translation Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Susanto, Yulius Kurnia. (2012). Determinan Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, Volume 23, Nomor 3 (Desember,2012): 153-163. ISSN: 0853-1259.
- Susilo, S., & Juniarti. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Respon Investor Pada Perusahaan Berkapitalisasi Besar (Big Capitalization). *Business Accounting Review*, 3(1), 304–315.
- Suwardjono. (2014). *Teori Akuntansi Perekayasaan dan Pelaporan Keuangan*, Edisi ke 3. Yogyakarta.
- Widarjono, Agus. (2009). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Zakaria, Nor Balkish. (2013). *Deafult Risk and the Earnings Response Coefficient*. Evidence From Malaysia. *J. Basic. Appl. Sci. Res*, 3(6)535-545, 2013. ISSN: 2090-4304.