

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Sinyal (*signaling theory*)

Sinyal menurut Brigham dan Houston (2019:500) adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen yang memberikan isyarat atau petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen melihat prospek kinerja keuangan di masa depan. (Jogiyanto, dalam Puspitasari, 2022) menyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal kepada investor dalam hal keputusan investasinya. Pengumuman informasi ini berguna untuk memberikan dorongan bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat meningkat di masa depan.

Dapat disimpulkan bahwa sinyal-sinyal yang diberikan oleh manajemen tersebut disampaikan melalui laporan keuangan. Manajemen menyampaikan keberhasilan maupun kegagalannya di dalam informasi keuangan yang akurat, relevan, dan tepat sehingga dapat dijadikan alat analisis bagi investor untuk mengukur prospek perusahaan di masa mendatang. Teori sinyal memberi gambaran bahwa manajemen seringkali melakukan pengungkapan informasi yang tidak diwajibkan menurut standar akuntansi atau pengungkapan sukarela, khususnya untuk informasi yang baik dan dapat dijadikan nilai tambah bagi

perusahaan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan dan kredibilitasnya di mata investor.

2.1.2 Teori Agensi (*agency theory*)

Teori Agensi pertama kali dicetuskan oleh Jensen dan Meckling pada Tahun 1976. Teori ini menjelaskan hubungan antara dua pihak yaitu *stakeholders* (*principal*) dan manajemen (*agent*). *Agent* melakukan tugasnya dengan memberikan jasa kepada *principal* dan mengemban beberapa wewenang sebagai bentuk pendelegasian dari *principal* dalam hal pengambilan keputusan, sedangkan *principal* berkewajiban untuk memberikan imbalan kepada *agent* atas hasil kerjanya. *Principal* dan *agent* memiliki tujuan yang berbeda, *principal* menginginkan laba yang sebesar-besarnya, sementara *agent* menginginkan bonus atau imbalan yang sebesar-besarnya. *Principal* dan *agent* juga sama-sama menghindari risiko. Hal inilah yang akan menimbulkan terjadinya konflik keagenan (Jensen & Meckling, 1976).

Konflik yang timbul akibat adanya perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent* dinamakan *agency problems*, yang terbagi ke dalam dua bagian:

1. *Moral hazard*, adalah suatu situasi di mana pemegang saham sebagai *principal* tidak dapat memeriksa secara menyeluruh apakah *agent* telah membuat keputusan yang tepat, dan
2. *Adverse selection*, adalah suatu situasi di mana seorang *agent* melakukan pengamatan yang belum dilakukan oleh *principal* dan hasilnya digunakan untuk membuat keputusan. Dalam situasi seperti ini, *principal* tidak dapat memastikan apakah informasi dari pengamatan agen telah

digunakan dengan benar untuk membuat keputusan yang sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan *principal* (Puspitasari, 2022).

Dapat disimpulkan bahwa teori agensi membahas hubungan antara *principal* dengan *agent*. Hubungan antara teori agensi dengan variabel dalam penelitian ini merupakan hubungan antara investor dan manajemen dimana manajemen berusaha mempertahankan citra perusahaan dan hubungan dengan investor tetap berjalan dengan baik.

2.1.3 Earnings Response Coefficient (ERC)

2.1.3.1 Pengertian Earnings Response Coefficient (ERC)

Informasi laba menjadi informasi yang utama dalam hal pengambilan keputusan investasi. Scott (2015:163) menyatakan bahwa *Earnings Response Coefficient* (ERC) mengukur tingkat abnormalitas pasar sekuritas sebagai respons terhadap komponen tak terduga dari laba yang dilaporkan dari perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut.

Scott (2015:163) juga menjelaskan untuk menghitung ERC dapat dilakukan dengan membagi pengembalian saham abnormal (untuk periode di sekitar dengan laba tak terduga untuk periode tersebut, ini mengukur pengembalian abnormal per dolar dari pendapatan abnormal, memungkinkan perbandingan ERC di seluruh perusahaan dan dari waktu ke waktu. Menurut Chandra (2021), *Earning Response Coefficient* (ERC) digunakan untuk mengukur *return* saham dalam menanggapi laba yang dilaporkan perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki hubungan yang berbeda antara laba yang diumumkan perusahaan dengan *return* saham yang diharapkan. Semakin tinggi *return* saham

yang diharapkan dari peningkatan laba, maka semakin tinggi *Earning Response Coefficient* (ERC). Investor akan mengetahui bahwa dengan nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) perusahaan, akan lebih mudah untuk memprediksi keuntungan dari berinvestasi di perusahaan. *Earnings response coefficient* berguna untuk melakukan analisis fundamental, yaitu analisis yang menggunakan data keuangan perusahaan untuk menghitung nilai saham yang sebenarnya dan menggunakannya sebagai dasar penilaian investor untuk mengetahui reaksi pasar terhadap *return* saham perusahaan (Sa'diyah *et al.*, 2023). Menurut Gurusinga & Pinem (2019) ERC membantu investor dalam melihat kenyataan pada suatu laba, sehingga informasi tersebut akan mudah dipahami oleh investor yang akan memudahkan dalam menentukan sikap bahwa persepsinya dipengaruhi oleh informasi laporan keuangan yang berkualitas dan transparan. Dari beberapa pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *earnings response coefficient* mencerminkan hubungan antara *earnings* dan *return* saham yang ditunjukkan melalui tingkatan tinggi rendahnya harga saham yang terbentuk setelah informasi laba diumumkan.

Menurut Scott (2019:155), Beaver telah melakukan penelitian mengenai reaksi *volume trading*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat kenaikan yang dramatis terhadap volume saham diantara tanggal pengumuman laporan keuangan. Adapun beberapa alasan yang menyebabkan pasar bereaksi menurut Scott (2019:155) adalah sebagai berikut:

1. Investor memiliki keyakinan sebelumnya tentang kinerja perusahaan di masa depan. Keyakinan sebelumnya ini didasarkan pada semua informasi

yang tersedia, termasuk harga pasar hingga sesaat sebelum rilis laba bersih perusahaan. Keyakinan tiap investor pun akan berbeda, tergantung seberapa banyak informasi yang mereka dapatkan.

2. Setelah informasi laba diumumkan, investor akan menilai seberapa tepat prediksinya. Apabila laba lebih tinggi dari yang diharapkan, maka ini dinamakan *good news*. Bagi sebagian investor yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap laba perusahaan, informasi ini mungkin adalah sebuah *bad news*.
3. Investor yang merevisi keyakinan mereka terhadap kinerja perusahaan di masa depan karena “*good news*” akan melakukan pembelian saham perusahaan pada harga saat ini, dan sebaliknya bagi investor yang merevisi keyakinan mereka karena “*bad news*” akan segera melakukan penjualan saham sebelum mengalami kerugian yang lebih besar di masa depan.
4. Volume saham yang diperdagangkan akan meningkat ketika perusahaan melaporkan laba bersihnya. Lebih jauh lagi, volume ini seharusnya lebih besar jika semakin besar perbedaan dalam keyakinan investor tentang kinerja perusahaan di masa depan, dan dalam interpretasi mereka terhadap informasi keuangan saat ini. Jika investor yang menafsirkan laba bersih yang dilaporkan sebagai kabar baik (dan karenanya meningkatkan ekspektasi mereka terhadap kinerja masa depan) lebih banyak daripada yang menafsirkannya sebagai kabar buruk, maka kita akan melihat peningkatan harga pasar saham perusahaan, dan sebaliknya.

2.1.3.2 Indikator *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Perhitungan *earnings response coefficient* dapat diperoleh dari regresi proksi harga saham menggunakan *cummulative abnormal return* (CAR) dengan proksi laba akuntansi menggunakan *unexpected earnings* (UE). Tahapan perhitungan *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dan *Unexpected Earnings* (UE) adalah sebagai berikut.

1. *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

Hartono (2017:667) menjelaskan bahwa CAR adalah hasil penjumlahan dari *return* yang tidak normal hari sebelumnya di dalam periode peristiwa untuk masing-masing sekuritas. *Abnormal return* adalah nilai selisih antara *return* yang seungguhnya terjadi dengan *return* yang diharapkan. ERC dapat dihitung menggunakan rumus:

$$CAR_{i(t-5,t+5)} = \alpha + \beta UE_{i,t} + \varepsilon$$

Keterangan:

α = Konstanta

β = Nilai ERC

ε = Error

CAR dalam penelitian ini menggunakan periode jendela 11 hari, yaitu 5 hari sebelum tanggal publikasi laporan keuangan, 1 hari saat tanggal publikasi laporan keuangan, dan 5 hari setelah publikasi laporan keuangan. CAR dihitung menggunakan rumus:

$$CAR_{it} (-5, +5) = \sum_{t=-5}^{t=+5} AR_{it}$$

Keterangan:

$CAR_{it (-5, +5)}$ = *Abnormal return* kumulatif perusahaan i selama periode pengamatan (5 hari sebelum dan setelah tanggal publikasi laporan keuangan)

AR_{it} = *Abnormal Return* perusahaan i pada periode ke-t

Perhitungan *abnormal return* didapat dari selisih antara *return* sesungguhnya dengan *return* ekspektasian. Dalam penelitian ini, penghitungan *return* ekspektasian menggunakan *market-adjusted model*, yaitu model yang menganggap bahwa estimasi terbaik untuk menghitung *return* ekspektasian adalah *return* indeks pasar pada saat tersebut. *Abnormal return* dihitung dengan rumus:

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

Keterangan:

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

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

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

Return saham harian dihitung dengan rumus:

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

Keterangan:

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

P_t = Harga penutupan saham pada periode ke-t

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

Return pasar harian dihitung dengan rumus:

$$R_{mt} = \frac{IHS_{Gt} - IHS_{Gt-1}}{IHS_{Gt-1}}$$

Keterangan:

R_{mt} = Return pasar pada periode peristiwa ke-t

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

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

2. *Unexpected Earnings*

Unexpected earnings diartikan sebagai selisih *return* sesungguhnya dengan *return* yang diharapkan oleh pasar. Perhitungan UE dalam penelitian ini menggunakan model *random walk* sesuai dengan penelitian Hakim *et al.* (2023) yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

EPS_t = *Earning Per Share* (EPS) pada periode ke-t

EPS_{t-1} = *Earning Per Share* (EPS) pada periode ke-t-1

2.1.4 *Investment Opportunity Set*

2.1.4.1 Pengertian *Investment Opportunity Set*

Menurut Zulfikar (2016:273) investasi merupakan penanaman modal dalam bentuk dana ataupun barang yang akan memberikan hasil lebih di masa yang akan datang. Sedangkan menurut Puspitasari (2022) investasi merupakan

penanaman modal atau pembentukan modal. Investasi dilakukan untuk pembentukan modal yang dapat menambah kemampuan produksi barang-barang atau jasa-jasa dalam suatu perusahaan di masa yang akan datang. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa investasi merupakan penanaman sejumlah modal dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. *Investment Opportunity Set* diperkenalkan pertama kali oleh Myers (1977) yang menguraikan suatu perusahaan sebagai kombinasi antara aktiva riil (*Assets in Place*) dan pilihan investasi di masa yang akan datang. Menurut Kolibu *et al.*, (2020), *Investment Opportunity Set* merupakan nilai sekarang dari pilihan investasi yang dibuat perusahaan dari hasil kombinasi asetnya untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan menurut Hidayah (2019), *Investment Opportunity Set* merupakan nilai perusahaan yang besarnya tergantung pada pengeluaran-pengeluaran yang ditetapkan manajemen di masa yang akan datang, yang pada saat ini masih merupakan pilihan-pilihan investasi yang diharapkan akan menghasilkan *return* yang lebih besar. Definisi mengenai *Investment Opportunity Set* juga diungkapkan oleh Sudiani & Wiksuana (2018:260) yaitu suatu keputusan investasi yang merupakan kombinasi antara aset yang dimiliki suatu perusahaan dan pilihan suatu investasi di masa mendatang dengan *Net Present Value* (NPV) positif yang selanjutnya dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Hartono (2017:58), kesempatan investasi atau *Investment Opportunity Set* menggambarkan tentang luasnya kesempatan atau peluang investasi bagi suatu perusahaan.

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Investment Opportunity Set* adalah kesempatan investasi suatu perusahaan yang diharapkan memperoleh *return* yang besar di masa depan, tetapi besarnya tergantung pada pengeluaran yang ditetapkan manajemen di masa yang akan datang dan dapat mempengaruhi cara pandang manajer, pemilik, investor serta kreditor, serta dapat menunjukkan potensi pertumbuhan perusahaan.

Kegiatan investasi perusahaan akan menentukan keuntungan yang diperoleh perusahaan dimasa yang akan datang. *Investment opportunity set* merupakan salah satu alternatif untuk perusahaan dalam memanfaatkan laba bersih perusahaan, apakah akan digunakan untuk invetasi kembali atau dibagikan sebagai deviden kepada para pemegang saham. Apabila perusahaan salah dalam mengambil keputusan investasi, maka hal tersebut akan mengakibatkan kelangsungan hidup perusahaan terganggu sehingga bisa berdampak pada penilaian investor yang menurun terhadap perusahaan.

Ketika perusahaan memiliki *Investment Opportunity Set* yang tinggi maka nilai suatu perusahaan akan meningkat karena dapat menarik banyak investor untuk berinvestasi dengan harapan mendapat *feedback* yang lebih besar di masa yang akan datang. Perusahaan yang mempunyai *Investment Opportunity Set* yang tinggi dianggap dapat menghasilkan *return* yang tinggi pula. Semakin tinggi tingkat *Investment Opportunity Set* maka semakin tinggi pula *return* dan kualitas laba perusahaan yang dapat dilihat dari nilai ERC perusahaan tersebut.

2.1.4.2 Indikator *Investment Opportunity Set*

Menurut Hidayah (2019), IOS bersifat tidak dapat diobservasi, karena sifat IOS yang merupakan variabel tersembunyi (*latent*), sehingga untuk mendapatkan nilai IOS maka diperlukan proksi IOS yang dihubungkan dengan variabel lain dalam perusahaan. Menurut Hidayah (2019), proksi IOS bervariasi bentuknya dan dapat diklasifikasi menjadi tiga bagian utama, yaitu sebagai berikut:

1. Proksi Berdasarkan Harga (*price-based proxies*)

IOS berdasarkan harga merupakan proksi yang menyatakan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan sebagian dinyatakan dalam harga pasar. Proksi IOS ini berdasarkan ide bahwa prospek pertumbuhan perusahaan parsial tergabung dalam harga saham, dan pertumbuhan akan lebih besar dari nilai pasar relatif terhadap aset-aset yang dimiliki (*assets in place*). IOS yang didasari pada harga yang terbentuk merupakan rasio sebagai suatu aset yang dimiliki dan nilai pasar perusahaan. Rasio-rasio ini meliputi:

a. *Market Value to Book of Assets*

Rasio ini mencerminkan pertumbuhan perusahaan yang dinyatakan dalam harga pasar. Rasio MV/BVA mencerminkan peluang investasi yang dimiliki perusahaan, semakin tinggi rasio MV/BVA, semakin besar aset perusahaan yang digunakan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai IOS perusahaan. Rasio MV/BVA dipilih untuk menghitung nilai IOS dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Natsir & Bangun, 2021) dengan rumus sebagai berikut:

$$MV/BVA = \frac{\text{Total Aset} - \text{Total Ekuitas} + (\text{Lembar Saham Beredar} \times \text{Closing Price})}{\text{Total Aset}}$$

b. *Market to Book Value of Equity*

Rasio ini mencerminkan bahwa pasar menilai *return* dari investasi perusahaan di masa depan akan lebih besar dari *return* yang diharapkan dari ekuitasnya. Rumus MVBVE adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Total Aset} - \text{Total Ekuitas} + (\text{Lembar Saham Beredar} \times \text{Closing Price})}{\text{Total Ekuitas}}$$

c. Tobin's Q^2

Rasio ini didefinisikan sebagai nilai pasar dari perusahaan dibagi dengan *replacement cost* dari aset. Nilai pasar ditunjukkan dalam jumlah saham beredar dikalikan dengan harga penutupan pasar, *replacement cost* dari aset tercermin dari total hutang dan persediaan perusahaan dikurangi aktiva lancar dibagi dengan total aktiva perusahaan. Rumus Tobin's Q^2 adalah sebagai berikut:

$$\frac{(\sum \text{saham} \times \text{closing price}) + \text{TU} + \text{Persd} - \text{AL}}{\text{Total Ekuitas}}$$

d. *Earnings to Price*

Dari berbagai penelitian IOS, rasio EPS/Price ditemukan sebagai rasio yang tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan realisasi pertumbuhan dan memiliki korelasi yang sangat kecil dengan pertumbuhan. Rasio ini menunjukkan laba rata-rata saham yaitu laba per saham yang dibagi dengan harga penutupan saham.

2. Proksi Berdasarkan Investasi (*investment-based proxies*)

Perusahaan-perusahaan yang memiliki IOS tinggi seharusnya juga memiliki tingkatan investasi yang tinggi pula dalam bentuk aktiva yang ditempatkan atau yang diinvestasikan untuk waktu yang lama dalam suatu

perusahaan. Proksi ini berbentuk suatu rasio yang membandingkan suatu pengukuran investasi yang telah diinvestasikan dalam bentuk aktiva tetap atau suatu hasil operasi yang diproduksi dari aktiva yang telah diinvestasikan. Proksi IOS berbasis investasi adalah sebagai berikut:

a. *Capital Expenditure to Book Value Assets*

Rasio ini menunjukkan adanya aliran tambahan modal saham perusahaan untuk tambahan aktiva produktif sehingga berpotensi terhadap pertumbuhan perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan selisih nilaiaktiva tetap perusahaan dibagi dengan total aset perusahaan.

b. *Capital Expenditure to Market Value Assets*

Rasio ini menunjukkan adanya aliran tambahan modal saham dalam perusahaan, yaitu selisih nilai aktiva tetap namun dibagi dengan jumlah dari penilaian saham dan total asset dikurangi total ekuitas perusahaan.

c. *Investment to Net Sales*

Proksi berdasarkan investasi mengungkapkan bahwa suatu kegiatan investasi yang besar berkaitan secara positif dengan nilai IOS suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki IOS tinggi seharusnya juga memiliki tingkatan investasi yang tinggi pula dalam bentuk aktiva yang ditempatkan atau yang diinvestasikan untuk waktu yang lama dalam suatu perusahaan.

3. Proksi Berdasarkan Varian

Proksi ini mendasarkan pada ide bahwa suatu opsi akan menjadi lebih bernilai jika menggunakan variabilitas ukuran untuk memperkirakan besarnya opsi yang tumbuh, seperti variabilitas dari *return* yang mendasari pada

peningkatan aset. Adapun Rasio yang digunakan pada proksi berdasarkan varian ini diantaranya adalah: *Variance of returns* dan *Assets Beta*.

2.1.5 Profitabilitas

2.1.5.1 Pengertian Profitabilitas

Kasmir (2020:196) menyatakan bahwa profitabilitas berarti kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Sedangkan menurut Anwar (2019:176), profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang diperoleh dari penjualan. Semakin besar rasio profitabilitas, maka perusahaan semakin *profitable*, sebaliknya semakin kecil rasio profitabilitas maka menunjukkan perusahaan yang tidak *profitable*. Sedangkan menurut Harahap (2018:304), profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui semua kemampuan yang tersedia dan sumber yang ada seperti pendapatan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba menggunakan berbagai sumber yang tersedia untuk menarik minat investor sehingga dapat meningkatkan nilai ERC perusahaan.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Kasmir (2020:197) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut:

1. Untuk menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sementara itu manfaat yang diperoleh adalah:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh selama periode tertentu.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.5.3 Indikator Profitabilitas

Menurut Hery (2017:193), terdapat beberapa jenis-jenis rasio profitabilitas diantaranya:

1. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

ROA merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki.

Rumus perhitungan *Return on Assets* yang digunakan yaitu:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

ROE merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki suatu perusahaan. Rumus perhitungan *Return on Equity* yang digunakan yaitu:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Equity}}$$

3. *Profit Margin Ratio*

Merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin baik dalam menjalankan kegiatan operasinya. *Profit Margin Ratio* dapat dibedakan menjadi:

a. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin Merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan suatu perusahaan. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Sales}}$$

b. *Operating Margin Profit*

Operating Margin Profit merupakan rasio untuk mengukur kemampuan dalam menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax}}{\text{Sales}}$$

c. *Gross Margin Profit*

Gross Profit Margin merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}}$$

4. *Basic Earning Power*

Basic Earning Power merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Assets}}$$

Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE) sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elissa Putri *et al.* (2024). Rasio ROE digunakan karena rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang investor. Rasio ROE mencerminkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memberikan keuntungan kepada pemegang saham melalui modal yang ditanamkan oleh investor.

2.1.6 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.1.6.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Tamvada (2020) mendefinisikan CSR sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan perusahaan untuk memajukan kebaikan sosial, di luar kepentingan perusahaan, dan diwajibkan oleh hukum. Pengungkapan CSR mengacu pada inisiatif yang diambil oleh perusahaan untuk menunjukkan kepedulian mereka terhadap masyarakat dan lingkungan yang terkait dengan operasi bisnis mereka. Selain itu, pengungkapan CSR merupakan salah satu metode interaksi antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya. Pengungkapan CSR merupakan bagian dari dialog yang digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan etika operasi bisnis mereka kepada para pemangku kepentingan untuk menghasilkan reputasi perusahaan yang positif (Lubis *et al.*, 2019). Definisi lain mengenai CSR diungkapkan oleh Harianto & Hendrani (2022), yaitu suatu tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperhatikan kondisi lingkungan sekitar di mana perusahaan itu berada, agar dapat mensejahterakan masyarakat disekitarnya. ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai:

"the responsibility of an organization in relation to the impact of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development; including the health and well-being of the society; takes into account the expectations of stakeholders; complies with applicable law while being consistent with international standards of behavior; is integrated throughout the organization and implemented in its relationships".

Maksud dari definisi di atas adalah bahwa tanggung jawab organisasi sehubungan dengan dampak keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan

lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan; termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan; mematuhi hukum yang berlaku serta konsisten dengan standar perilaku internasional; terintegrasi di seluruh organisasi dan diimplementasikan dalam hubungan-hubungannya dengan para pemangku kepentingan.

Dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan kegiatan yang wajib dilakukan perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat di sekitar perusahaan mereka berada, dan kegiatan ini sekaligus bertujuan untuk mempertahankan hubungan baik dengan para pemangku kepentingan di perusahaan.

2.1.6.2 Sejarah *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Praktik CSR sebenarnya bukanlah konsep yang baru di dalam dunia bisnis. Beberapa jejak awal penerapan praktik-praktik ini dapat ditemukan pada pertengahan tahun 1800-an dengan munculnya Revolusi Industri, ketika perusahaan pertama kali menyadari dampak sosial dari kegiatan bisnis sehari-hari mereka terhadap anak di bawah umur, pengeluaran rumah tangga pekerja, pekerja perempuan, dan kondisi kerja secara umum. Pada masa itu, kebijakan kesejahteraan diimplementasikan oleh perusahaan untuk pemangku kepentingan internal mereka (terutama di Inggris), dan filantropi, sebagai praktik terhadap pemangku kepentingan eksternal yang membutuhkan, dilakukan oleh para pengusaha kaya (Mosca & Civera, 2020). Secara garis besar, evolusi dari CSR dapat dikelompokkan berdasarkan periodisasi sebagai berikut:

- a. Periode 1920-1940

Pada tahun 1920-an dan awal 1930-an, para manajer bisnis mulai memiliki anggapan untuk menyeimbangkan maksimalisasi keuntungan dengan menciptakan dan memelihara keseimbangan dengan tuntutan klien mereka, tenaga kerja, dan masyarakat. Kemudian, dengan pertumbuhan bisnis selama Perang Dunia II dan tahun 1940-an, perusahaan mulai dilihat sebagai institusi dengan tanggung jawab sosial dan diskusi yang lebih luas. Mengenai CSR mulai dilakukan.

b. Periode 1950

CSR secara resmi masuk ke dalam dunia bisnis, ketika perusahaan menjadi komponen dari keseimbangan sosial. Pada tahun 1953, Bowen mendefinisikan CSR sebagai seperangkat aturan wajib yang harus dihormati oleh para manajer dan pemilik perusahaan ketika mereka membuat kebijakan, membuat keputusan, atau mengambil tindakan strategis yang konsisten dengan harapan dan nilai-nilai yang ada di masyarakat. Pandangannya mengenai CSR mencerminkan kesadaran bahwa perusahaan tidak dapat lagi mengabaikan dampak besar bisnis terhadap warga dan masyarakat; pandangan ini memperkuat perdebatan mengenai CSR di tahun-tahun berikutnya, baik di lanskap Amerika maupun Eropa.

c. Periode 1960

Tahun 1960-an menandai periode penting dalam evolusi CSR. Gerakan lingkungan pertama lahir dari front politik dan sosial masyarakat yang melawan eksploitasi sumber daya alam. Perusahaan dianggap memainkan

peran sentral dalam perselisihan lingkungan dan sosial, seperti yang ditunjukkan oleh definisi CSR selama dekade ini.

d. Periode 1970

Baru pada tahun 1970-an, program CSR yang konkret di dalam perusahaan mulai berfokus pada kegiatan yang berbeda dan bukan hanya pada filantropi. Pada tahun 1971, Harold Johnson mengatakan bahwa berbagai kepentingan-ekonomi, sosial, lingkungan, dan kesejahteraan karyawan yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan ketika membuat keputusan strategis.

e. Periode 1980-1990

Sebagai perkembangan strategis alami dari CSR, akhir tahun 80-an dan 90-an mewakili era para akademisi yang berkontribusi dalam memperkaya implikasi manajerial CSR dan memajukan pelembagaannya.

f. Periode abad ke-21

Berkembangnya standar dan norma turut menjadikan CSR sebagai pendekatan yang lebih pragmatis dalam konteks bisnis. Proses ini mencapai puncaknya selama dua dekade terakhir. Pada tahun 2000-an, CSR mendapatkan momentum di kalangan akademisi dan praktisi. Selain itu, faktor-faktor lain yang muncul di abad ini seperti globalisasi, krisis keuangan dan lingkungan, serta teknologi informasi dan komunikasi mengubah ekspektasi pemangku kepentingan, persaingan, dan pendekatan inovatif perusahaan terhadap pasar dengan sangat cepat, sehingga

manajemen membentuk taktik baru dalam hal CSR dan sustainability, serta mendefinisikan ulang produk, layanan, dan model bisnis.

2.1.6.3 Manfaat Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Penerapan konsep CSR di perusahaan selain memang diwajibkan pemerintah melalui UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, juga memiliki beberapa manfaat yang bisa dirasakan dampaknya baik oleh perusahaan, masyarakat, lingkungan, dan negara (Wibisono, 2007:99).

- a. Bagi perusahaan, perusahaan akan tumbuh menjadi perusahaan yang memiliki citra baik di mata masyarakat sehingga terjamin keberlangsungan usahanya di masa depan, mempermudah dalam hal perolehan modal, menciptakan SDM yang berkualitas, meningkatkan kemampuan *critical decision making*, serta mengelola dengan baik *management risk*.
- b. Bagi masyarakat, Dengan menyerap sumber daya manusia lokal, implementasi CSR akan meningkatkan kualitas sosial daerah dan memberikan nilai tambahan bagi keberadaan bisnis di sana. Pekerja lokal yang diserap akan memiliki hak-haknya sebagai pekerja.
- c. Bagi lingkungan, praktik CSR akan menjaga keberadaan SDA di sekitar perusahaan, menjaga keutuhan lingkungan, serta perusahaan dituntut untuk memperbaiki tatanan lingkungan yang terdampak oleh kegiatan usahanya.
- d. Bagi negara, mencegah penyimpangan bisnis seperti penyuapan terhadap aparat negara yang memicu terjadinya korupsi.

2.1.6.4 Teori *Triple Bottom Line* (TBL)

Teori *Triple Bottom Line* (TBL) secara resmi diperkenalkan oleh John Elkington pada 1994. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan bertanggungjawab atas tiga hal, yakni: *Profit* (laba), *People* (masyarakat), dan *Planet* (Lingkungan), atau dengan kata lain perusahaan diwajibkan untuk peduli terhadap bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan di mana perusahaan berada (Księżak & Fischbach, 2018). Ketiga aspek tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Profit*

Aspek ekonomi dalam konsep CSR ini bukanlah hanya sekadar bagaimana perusahaan menciptakan laba, tetapi lebih mengedepankan bagaimana perusahaan berhasil mengelola laba tersebut. Aspek ekonomi dalam CSR lebih berkaitan dengan dampak ekonomi langsung dan tidak langsung dari aktivitas perusahaan terhadap masyarakat lokal dan pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dalam jangka panjang dapat menguntungkan dan menghemat biaya. Oleh karena itu, kemungkinan besar perusahaan yang patuh terhadap kewajiban CSR akan menghindari konsekuensi sosial yang merugikan dan meningkatkan hasil sosial yang menguntungkan.

b. *People*

CSR adalah suatu alat untuk menjaga hubungan baik antara masyarakat umum dengan perusahaan. CSR mencakup semua orang yang terkena dampak perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini, perusahaan memikul beban untuk menjamin kesejahteraan

masyarakat dan berinvestasi dalam keterampilan mereka, yang dibutuhkan dalam proses perekrutan. Perusahaan tidak dapat berjalan tanpa adanya pekerja, pelanggan atau pihak-pihak yang terkait dalam rantai pasokan.

c. *Planet*

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sering menimbulkan polusi atau bahkan kerusakan lingkungan. Menjaga keutuhan lingkungan adalah tugas semua manusia, terutama perusahaan-perusahaan yang seringnya pertama kali menimbulkan masalah terhadap lingkungan. Cara yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan perusahaannya secara *environmental-friendly* sangat banyak, salah satunya memproduksi barang-barang yang tidak menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan. Tentunya hal tersebut sulit untuk diimplementasikan, perusahaan biasanya mensiasati dengan pengurangan limbah. Cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan mengakhiri pencetakan email yang tidak perlu atau dengan kata lain daur ulang. Perusahaan yang menghasilkan limbah yang sangat beracun juga harus mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk mengurangi tingkat toksisitas dan menunjukkan kepedulian terhadap pembuangan limbah yang sesuai dan taat hukum.

2.1.6.5 Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017, pengukuran CSR dapat dilihat melalui laporan keberlanjutan perusahaan, baik yang dilaporkan bersama dalam dalam laporan tahunan maupun

berbentuk laporan terpisah. Informasi yang diungkapkan dalam bagian tanggung jawab sosial dan lingkungan paling sedikit harus memuat:

1. Penjelasan strategi keberlanjutan;
2. Ikhtisar aspek keberlanjutan (ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup);
3. Profil singkat Emiten atau Perusahaan Publik;
4. Penjelasan Direksi;
5. Tata kelola keberlanjutan;
6. Kinerja keberlanjutan;
7. Lain-lain.

Item-item tersebut kemudian dipecah menjadi 50 sub-item dan pengukuran dilakukan dengan metode *content-analysis* terhadap laporan tahunan perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Dalam penilaian pengungkapan CSR, item mendapat poin 1 jika diungkapkan, sedangkan poin 0 jika item tidak diungkapkan. Pengukuran CSR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRI_{it} = \frac{\sum X_{it}}{50}$$

Keterangan:

$CSRI_{it}$ = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan i periode ke-t

$\sum X_{it}$ = Total skor yang didapatkan perusahaan i periode ke-t

2.2 Kajian Empiris

Pada penelitian ini penulis mengumpulkan beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan referensi untuk mempermudah proses penelitian, antara lain: Aprilia Nur Indriyani dan Sovi Ismawati Rahayu (2023) meneliti tentang *The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures, Accounting Conservatism, and Leverage on Earnings Response Coefficient*. Penelitian ini menggunakan objek dari Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *accounting conservatism* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Sementara itu, *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*. Secara simultan, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *accounting conservatism*, dan *leverage* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*.

Augustposa Nariman dan Margarita Ekadjaja (2018) meneliti tentang Implikasi *Corporate Governance, Investment Opportunity Set, Firm Size, Dan Leverage Terhadap Earnings Quality* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Institutional Shareholding, Board Size, Board Independence, IOS*, dan *firm size* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Earnings Quality*, sedangkan *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Earnings Quality*.

Sasya Sabrina, Chandra Wijaya, dan Edwin Hendra (2021) meneliti tentang *The Effect of Book-Tax Conformity, Investment Opportunity Set, and Audit Quality on Earnings Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur

yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Book-Tax Conformity* dan *Audit Quality* berpengaruh positif terhadap ERC, sedangkan *Investment Opportunitiy Set* berpengaruh negatif terhadap ERC.

Renil Septiano, Febri Nugraha Arifin, dan Laynita Sari (2022) meneliti tentang Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap *Earning Response Coefficient*. Penelitian ini menggunakan objek dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*.

Maya Sabrina Panggabean, Eloi H. Situmorang, Lestaria Posmauli Silitonga, dan Yosefa Turnip (2022) meneliti tentang *Influence of Company Size, Dividend Policy, Capital Structure, and Profitability to Earnings Response Coefficient*. Penelitian ini menggunakan objek dari Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *company size* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ERC. *Dividend policy* berpengaruh positif terhadap ERC. *Capital structure* tidak berpengaruh terhadap ERC. *Profitability* tidak berpengaruh terhadap ERC.

Budi Gautama Siregar (2019) meneliti tentang Pengaruh *Default Risk* Terhadap *Earnings Response Coefficient* pada Perusahaan Manufaktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Default Risk* yang diukur menggunakan *Debt to*

Assets Ratio dan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC.

Kurnia Intan Kusuma dan Subowo (2019) meneliti tentang *The Analysis of Factors Affecting the Profit Response Coefficient*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan objek dari Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh, persistensi laba, dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba sedangkan ukuran perusahaan dan risiko sistematis tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

Riyanto Adiguna Wardaya dan Lindrawati (2017) meneliti tentang Pengaruh Persistensi Laba, Beta, dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada Perusahaan Jasa di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persistensi laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap ERC, Beta berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC, dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.

Kezia Nabella Kusuma dan Yanuar Nanok Soenarno (2022) meneliti tentang *The Effect of Economic, Environmental and Social Dimension Disclosure in Sustainability Report on Earnings Response Coefficient. Study of Banks in Indonesia, Malaysia, and Thailand*. Penelitian menunjukkan hasil yang berbeda di tiap negara. Seperti di Indonesia, bidang ekonomi, pendekatan lingkungan dan sosial dalam laporan berkelanjutan berpengaruh signifikan terhadap ERC,

sedangkan di Malaysia dan Thailand, hanya bidang ekonomi saja yang memiliki pengaruh terhadap ERC.

Delvina Hartanto dan Henryanto Wijaya (2019) meneliti tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* dengan Profitabilitas sebagai Prediktor pada perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Firm Size* dan *Growth* tidak berpengaruh terhadap ERC, sedangkan Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap ERC, serta Profitabilitas memperkuat hubungan antara *Firm Size* dan *Growth* terhadap ERC.

Arna Suryani (2021) meneliti tentang Analisis *Financial Leverage* dan *Asset Growth* Terhadap Koefisien Respon Laba. Penelitian dilakukan di Perusahaan Sub-sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap koefisien respon laba, sedangkan *asset growth* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap koefisien respon laba.

Kelvin Christian dan Ahalik (2020) meneliti tentang Pengaruh *Income Smoothing*, Konservatisme Akuntansi, dan Informasi Laba Terhadap Koefisien Respon Laba. Penelitian dilakukan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *income smoothing*, konservatisme akuntansi, dan informasi laba berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Secara parsial konservatisme

akuntansi berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba, sedangkan *income smoothing* dan informasi laba tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

Arja Sadjiarto dan Nikolaus Evan (2023) meneliti tentang *The Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure and Capital Structure on Earning Response Coefficient of Indonesian Mining Companies*. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan CSR berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap ERC, sementara *capital structure* tidak berpengaruh terhadap ERC.

Nasriani, Yunina, Muammar Khaddafi, dan Mursidah (2023) meneliti tentang Pengaruh *Default Risk*, Konservatisme Akuntansi, Persistensi Laba Dan Kualitas Audit terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021. Hasil penelitian menunjukkan *default risk*, konservatisme akuntansi, dan persistensi laba tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Sedangkan kualitas audit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Shinta Lutmila Safitri (2021) meneliti tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Koefisien Respon Laba pada Masa Pandemi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI 2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap ERC di masa Pandemi COVID-19. Secara parsial, ukuran perusahaan berpengaruh

terhadap ERC di masa Pandemi COVID-10, dan profitabilitas berpengaruh terhadap ERC di masa Pandemi COVID-19.

Edy Zulfiar, Faisal, Abdul Halim, dan Nurul Mawaddah (2020) meneliti tentang Profitabilitas dan *Leverage*: Pengaruhnya terhadap *Earning Response Coefficient*. Penelitian dilakukan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Earnings Reponse Coefficient*, dimana semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka tingkat *Earnings Response Coefficient* juga semakin besar. Sedangkan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Earnings Reponse Coefficient*, dimana semakin tinggi *leverage*, maka semakin rendah tingkat *Earnings Response Coefficient*.

Budi Gautama Siregar (2019) meneliti tentang Pengaruh *Default Risk* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DER berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC. DAR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC.

Ani Yulianti, Agung Budi Sulistya, dan Yosefa Sayekti (2021) meneliti tentang *Impression of Company Size, Profitability, Earning Coefficient Response (ERC) Through Timeliness*. Penelitian dilakukan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap ketepatan waktu, ukuran perusahaan dan profitabilitas yang

diinteraksikan dengan UE tidak berpengaruh terhadap ERC, sedangkan ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan yang diinteraksikan dengan UE berpengaruh terhadap ERC. Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ERC dengan ketepatan waktu sebagai variabel intervening.

Rina Nurmalinga, Suratno, Widarto Rachbini, dan Syahril Djaddang (2018) meneliti tentang Determinan *Earnings Response Coefficient* dan Peran Konservatisme Akuntansi sebagai Pemoderasi pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Profitabilitas, set kesempatan investasi dan konservatisme akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba. Akuntansi konservatisme tidak memoderasi hubungan antara *leverage* dan profitabilitas terhadap koefisien respons laba. Akuntansi konservatisme memoderasi hubungan antara peluang investasi yang ditetapkan pada koefisien respons laba.

Komang Gunawan dan Ni Wayan Alit Erlina Wati (2021) meneliti tentang Pengaruh Persistensi Laba, *Timeliness* Laporan Keuangan, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earning Response Coefficient*. (Studi Empiris: Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persistensi laba berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap ERC, *timeliness* pelaporan keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap ERC, serta CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC.

Tabel 2. 1
Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis

No	Judul, Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	<i>The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures, Accounting Conservatism, and Leverage on Earnings Response Coefficient.</i> Apriliya Nur Indriyani dan Sovi Ismawati Rahayu (2023). Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility, Accounting Conservatism</i> Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: <i>Leverage</i> Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa pendekatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan <i>accounting conservatism</i> berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> . Sementara itu, <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient (ERC)</i> . Secara simultan, <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> , <i>accounting conservatism</i> , dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient (ERC)</i> .	<i>Research of Accounting and Governance</i> , Volume 1 No. 1 (2023): 43-52 p-ISSN: 2985-8143 e-ISSN: 2985-8151
2	Implikasi Corporate Governance, <i>Investment Opportunity Set</i> , <i>Firm Size</i> , Dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Earnings Quality</i> pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2016. Augustposa Nariman & Margarita Ekadjaja (2018). Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016	Variabel Independen: <i>Investment Opportunity Set</i> Variabel Dependen: <i>Earnings Quality</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: <i>Corporate Governance, Firm Size, Leverage</i> Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Institutional Shareholding, Board Size, Board Independence, IOS</i> , dan <i>firm size</i> secara parsial berpengaruh positif terhadap <i>Earnings Quality</i> , sedangkan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Earnings Quality</i> .	Jurnal <i>Ekonomi E-JE</i> , Volume 23 No. 1 (2018): 33-47 p-ISSN: 0854-9842 e-ISSN: 2580-4901
3	<i>The Effect of Book-Tax Conformity, Investment Opportunity Set, and Audit Quality on Earnings Response Coefficient</i> pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2018.	Variabel Independen: <i>Investment Opportunity Set</i> Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik	Variabel Independen: <i>Book-Tax Conformity, Audit Quality</i> Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial <i>Book-Tax Conformity</i> dan <i>Audit Quality</i> berpengaruh positif terhadap ERC, sedangkan <i>Investment Opportunity Set</i> berpengaruh negatif terhadap ERC.	<i>Advances in Social Science, Education, and Humanities Research</i> , Volume 585 No. 1 (2021): 267-273 ISSN: 2352-5398

	Sasya Sabrina, <i>et al.</i> (2021). Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018	<i>Sampling: Purposive Sampling</i>			
4	Pengaruh <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> . Renil Septiano, <i>et al.</i> (2022). Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020	Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i> Alat Analisis: Regresi Data Panel	Variabel Independen: <i>Leverage</i> , Profitabilitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i> .	Jurnal Ilmu Multidisiplin, Volume 1 No. 1 (2022): 193-202 p-ISSN: 2829-4549 e-ISSN: 2829-4580
5	<i>Influence of Company Size, Dividend Policy, Capital Structure, and Profitability to Earnings Response Coefficient</i> . Maya Sabrina Panggabean, <i>et al.</i> (2022). Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020	Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i> Alat Analisis: Regresi Data Panel	Variabel Independen: <i>Company Size, Dividend Policy, Capital Structure, Profitability</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>company size</i> memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ERC. <i>Dividend policy</i> berpengaruh positif terhadap ERC. <i>Capital structure</i> tidak berpengaruh terhadap ERC. <i>Profitability</i> tidak berpengaruh terhadap ERC.	Jurnal IPTEKS Terapan, Volume 16, No. 3 (2022): 412-420 p-ISSN: 1979-9292 e-ISSN: 2460-5611
6	Pengaruh <i>Default Risk</i> Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> pada Perusahaan Manufaktur. Budi Gautama Siregar (2019). Perusahaan Manufaktur yang Tergabung dalam ISSI dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018	Indikator Variabel: <i>Debt to Equity Ratio</i> Variabel Independen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Alat Analisis: <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Default Risk</i> yang diukur menggunakan <i>Debt to Assets Ratio</i> dan <i>Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC.	Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi, Volume 3, No. 2 (2019): 114-125 p-ISSN: 2615-1227 e-ISSN: 2655-187X
7	<i>The Analysis of Factors Affecting the Profit Response Coefficient</i> . Kurnia Intan Kusuma dan Subowo (2019). Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016	Variabel Independen: Persistensi Laba, Tanggung Jawab Sosial Variabel Dependen: Koefisien Respon Laba Teknik	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Risiko Sistematis Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh, persistensi laba, dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba sedangkan ukuran perusahaan dan risiko sistematis tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.	<i>Accounting Analysis Journal</i> , Volume 7 No. 2 (2019): 95-102 p-ISSN: 2252-6765

Sampling: Purposive Sampling					
8	Pengaruh Persistensi Laba, Beta, dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> pada Perusahaan Jasa di Bursa Efek Indonesia. Riyanto Adiguna Wardaya dan Lindrawati (2017). Perusahaan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2013	Variabel Independen: Persistensi Laba, <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik Sampling: Purposive Sampling	Variabel Independen: Beta Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persistensi laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap ERC, Beta berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.	Jurnal Akuntansi Kontemporer, Volume 9 No. 1 (2020): 65-82 p-ISSN: 2085-1189 e-ISSN: 2685-9971
9	<i>The Effect of Economic, Environmental and Social Dimension Disclosure in Sustainability Report on Earnings Response Coefficient. Study of Banks in Indonesia, Malaysia, and Thailand.</i> Kezia Nabella Kusuma dan Yanuar Nanok Soenarno (2022). Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Malaysia, dan Thailand Tahun 2020	Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik Sampling: Purposive Sampling	Variabel Independen: <i>Economic, Environmental and Social Dimension Disclosure in Sustainability Report</i> Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Penelitian menunjukkan hasil yang berbeda di tiap negara. Seperti di Indonesia, bidang ekonomi, pendekatan lingkungan dan sosial dalam laporan berkelanjutan berpengaruh signifikan terhadap ERC, sedangkan di Malaysia dan Thailand, hanya bidang ekonomi saja yang memiliki pengaruh terhadap ERC.	CECCAR <i>Business Review</i> , Volume 3 No. 6 (2022): 51-61 e-ISSN: 2668-8921
10	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Earnings Response Coefficient</i> dengan Profitabilitas sebagai Prediktor pada perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2017. Delvina Hartanto dan Henryanto Wijaya (2021). Perusahaan Pertambangan yang	Variabel Dependen: Profitabilitas Variabel Independen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik Sampling: Purposive Sampling	Variabel Dependen: <i>Firm Size, Growth</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Firm Size</i> dan <i>Growth</i> tidak berpengaruh terhadap ERC, sedangkan Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap ERC, serta Profitabilitas memperkuat hubungan antara <i>Firm Size</i> dan <i>Growth</i> terhadap ERC.	Jurnal Paradigma Akuntansi, Volume 1, No. 2 (2019): 344-354 e-ISSN: 2657-0033

	Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017	Alat Analisis: Regresi Data Panel			
11	<i>Financial Leverage dan Asset Growth Terhadap Koefisien Respon Laba</i> . Arna Suryani (2021). Perusahaan Kosmetik dan Industri Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020	Variabel Independen: Koefisien Respon Laba Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: <i>Financial Leverage, Asset Growth</i> Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>financial leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap koefisien respon laba, sedangkan <i>asset growth</i> berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap koefisien respon laba.	Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Volume 12 No. 2 (2021): 224-227 p-ISSN: 2087-5034 e-ISSN: 2580-6882
12	Pengaruh <i>Income Smoothing</i> , Konservatisme Akuntansi, dan Informasi Laba Terhadap Koefisien Respon Laba. Kelvin Christian dan Ahalik (2020). Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017	Variabel Independen: Konservatisme Akuntansi Variabel Independen: Koefisien Respon Laba Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: <i>Income Smoothing</i> , Informasi Laba Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan <i>income smoothing</i> , konservatisme akuntansi, dan informasi laba berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Secara parsial konservatisme akuntansi berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba, sedangkan <i>income smoothing</i> dan informasi laba tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.	Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi Akuntansi, Volume 11 No. 2 (2020): 288-307 p-ISSN: 2086-4264 e-ISSN: 2581-2343
13	<i>The Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure and Capital Structure on Earning Response Coefficient of Indonesian Mining Companies</i> . Arja Sadjiarto dan Nikolaus Evan (2023). Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Independen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: <i>Capital Structure</i> Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan CSR berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap ERC, sementara <i>capital structure</i> tidak berpengaruh terhadap ERC.	<i>International Journal of Organizational Behavior and Policy</i> , Volume 2 No. 2 (2023): 117-126 e-ISSN: 2961-9548
14	Pengaruh <i>Default Risk</i> , Konservatisme Akuntansi, Persistensi Laba Dan Kualitas Audit terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di	Variabel Independen: Konservatisme Akuntansi, Persistensi Laba Variabel Independen: <i>Earnings Response</i>	Variabel Independen: <i>Default Risk</i> , Kualitas Audit	Hasil penelitian menunjukkan <i>default risk</i> , konservatisme akuntansi dan persistensi laba tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> (ERC). Sedangkan kualitas audit berpengaruh negatif dan signifikan	Jurnal Akuntansi Malikussaleh, Volume 2 No. 2 (2023): 233-251 ISSN: 2962-6927

	Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021. Nasriani, <i>et al.</i> (2023). Perusahaan Nonkeuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021	<i>Coefficient</i> (ERC) Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i> Alat Analisis: Regresi Data Panel		terhadap <i>earnings response coefficient</i> (ERC).	
15	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Koefisien Respon Laba pada Masa Pandemi. Shinta Lutmila Safitri (2021). Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020	Variabel Dependen: Koefisien Respon Laba Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap ERC di masa Pandemi COVID-19. Secara parsial, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ERC di masa Pandemi COVID-10, dan profitabilitas berpengaruh terhadap ERC di masa Pandemi COVID-19.	e-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi, Volume 10 No. 1 (2021): 90-102 ISSN: 2302-7061
16	Profitabilitas dan <i>Leverage</i> : Pengaruhnya terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> . Edy Zulfiar, <i>et al.</i> (2020) Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019	Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Earnings Reponse Coefficient</i> , dimana semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka tingkat <i>Earnings Response Coefficient</i> juga semakin besar. Sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>Earnings Reponse Coefficient</i> , dimana semakin tinggi <i>leverage</i> , maka semakin rendah tingkat <i>Earnings Response Coefficient</i> .	Prosiding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe, Volume 4 No. 1 (2020): 15-20 ISSN: 2598-3954
17	Pengaruh <i>Default Risk</i> terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018. Budi Gautama Siregar (2019) Perusahaan	Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: <i>Default Risk</i> Alat Analisis: SEM berbasis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa DER berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC. DAR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC.	Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI), Volume 3 No. 2(2019):114-125 p-ISSN: 2615-1227

	Manufaktur yang bergabung di ISSI dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018				e-ISSN: 2655-187X
18	<i>Impression of Company Size, Profitability, Earning Coefficient Response (ERC) Throuqh Timeliness.</i> Ani Yulianti, et al. (2021) Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018	Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i>	Variabel Independen: <i>Company Size, Profitability, timeline</i> pelaporan informasi keuangan Alat Analisis: <i>descriptive statistics and classical assumption tests and path analysis</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap ketepatan waktu, ukuran perusahaan dan profitabilitas yang diinteraksikan dengan UE tidak berpengaruh terhadap ERC, sedangkan ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan yang diinteraksikan dengan UE berpengaruh terhadap ERC. Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ERC dengan ketepatan waktu sebagai variabel intervening.	Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi, Volume 11 No. 1 (2021): 75-88 p-ISSN: 2088-0944 e-ISSN: 2549-5992
19	Determinan <i>Earnings Response Coefficient</i> dan Peran Konservatisme Akuntansi sebagai Pemoderasi pada Perusahaan <i>Property dan Real Estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017. Rina Nurmalina, et al. (2018) Perusahaan <i>Property dan Real Estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017	Variabel Independen: Konservatisme Akuntansi Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling: Purposive Sampling</i> Alat Analisis: <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	Variabel Independen: <i>Leverage, Profitability, Investment Opportunity</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Profitabilitas, set kesempatan investasi dan konservatisme akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba. Akuntansi konservatisme tidak memoderasi hubungan antara leverage dan profitabilitas terhadap koefisien respons laba. Akuntansi konservatisme memoderasi hubungan antara peluang investasi yang ditetapkan pada koefisien respons laba.	Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan (JRAP), Volume 5 No. 2 (2018): 245-258 p-ISSN: 2339-1545 e-ISSN: 2460-2132
20	Pengaruh Persistensi Laba, <i>Timeliness</i> Laporan Keuangan, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Earning Response</i>	Variabel Independen: Persistensi Laba, <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen: <i>Timelines of Financial Reporting</i> Alat Analisis: Regresi Linier	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persistensi laba berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap ERC, timelines pelaporan keuangan berpengaruh secara	Hita Akuntansi dan Keuangan, Volume 2 No. 3 (2021): 125-201 e-ISSN: 2798-

<i>Coefficient.</i> Pengaruh Persistensi Laba, <i>Timeliness</i> Laporan Keuangan, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Earning Response Coefficient.</i> Komang Gunawan dan Ni Wayan Alit Erlina Wati (2021) Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018	Variabel Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> Teknik <i>Sampling:</i> <i>Purposive Sampling</i>	Berganda	positif dan signifikan terhadap ERC, serta CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC.	8961
--	--	----------	---	------

Pratiwi Widyawati (2024): Pengaruh *Investment Opportunity Set* dan Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* dengan CSR sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022), Variabel X1 (*Investment Opportunity Set*) X2 (Profitabilitas), Z (CSR), Variabel Y (*Earnings Response Coefficient*)

2.3 Kerangka Pemikiran

Laporan keuangan, terutama laporan laba rugi merupakan informasi penting yang dibutuhkan oleh investor. Respons tiap investor akan berbeda mengenai informasi laba perusahaan. Sebagian investor akan merespons informasi tersebut sebagai *good news* dan sebagian lainnya akan merespons sebagai *bad news*.

Tujuan investor menginvestasikan dananya adalah untuk mendapatkan *return* yang sebesar-besarnya. Apabila perusahaan mendapatkan laba yang besar, maka investor memiliki harapan yang tinggi terhadap perusahaan di masa mendatang. *Earnings Response Coefficient* (ERC) digunakan untuk mengukur seberapa besar respons investor terhadap informasi laba yang diungkapkan oleh perusahaan. Scott (2015:163) mengatakan bahwa *Earnings Response Coefficient* (ERC) mengukur tingkat abnormalitas pasar sekuritas sebagai respons terhadap

komponen tak terduga dari laba yang dilaporkan dari perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut. Perhitungan *earnings response coefficient* dapat diperoleh dari regresi proksi harga saham menggunakan *cummulative abnormal return* (CAR) dengan proksi laba akuntansi menggunakan *unexpected earnings* (UE).

Menurut Scott (2015:163-168) beberapa faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya ERC antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya adalah risiko sistematis yang diukur menggunakan beta, struktur modal, kualitas laba (*earning quality*) yang tercermin dalam indikator *earning persistence*, kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*), *the similarity of investor expectations* dan *the informativeness of price* yang biasanya diukur menggunakan ukuran perusahaan (*firm size*). Dalam penelitian ini akan menggunakan variabel *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas, dan, dalam mengukur besaran ERC tiap perusahaan, serta peran CSR dalam memoderasi pengaruh *Investment Opportunity Set* dan Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Menurut Sudiani & Wiksuana (2018) *Investment Opportunity Set* (IOS) merupakan keputusan investasi yang merupakan kombinasi antara aset yang dimiliki suatu perusahaan dan pilihan suatu investasi di masa mendatang dengan *Net Present Value* (NPV) positif yang selanjutnya dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengukuran *Investment Opportunity Set* dalam penelitian ini menggunakan rasio MV/BVA sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bangun & Natsir (2021). Rasio MV/BVA mencerminkan peluang investasi yang dimiliki perusahaan, semakin tinggi rasio MV/BVA, semakin besar aset

perusahaan yang digunakan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai IOS perusahaan.

Profitabilitas menurut Kasmir (2020:196) adalah suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan rasio ROE sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elissa Putri *et al.* (2024). ROE merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki suatu perusahaan. Rasio ini paling tepat digunakan dalam penelitian ini karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sudut pandang investor.

ISO 26000 mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai tanggung jawab organisasi sehubungan dengan dampak keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan; termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan; mematuhi hukum yang berlaku serta konsisten dengan standar perilaku internasional; terintegrasi di seluruh organisasi dan diimplementasikan dalam hubungan-hubungannya dengan para pemangku kepentingan. Pengukuran CSR didasarkan pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017. Peraturan ini berisi 50 indikator, item mendapat poin 1 jika diungkapkan, sedangkan poin 0 jika item tidak diungkapkan.

Penelitian ini didasari oleh teori sinyal (*signaling theory*) dan teori keagenan (*agency theory*). Teori sinyal menjelaskan hubungan antara manajemen dengan investor. Manajemen akan memberikan sinyal kepada investor melalui pengungkapan laporan keuangan dalam periode tertentu, dan sinyal tersebut akan ditanggapi oleh investor dengan reaksi yang berbeda tergantung mereka menilai informasi tersebut termasuk informasi “*good news*” atau “*bad news*”.

Teori sinyal memberi gambaran bahwa manajemen seringkali melakukan pengungkapan informasi yang tidak diwajibkan menurut standar akuntansi atau pengungkapan sukarela, khususnya untuk informasi yang baik dan dapat dijadikan nilai tambah bagi perusahaan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan dan kredibilitasnya di mata investor (Puspitasari, 2022).

Teori keagenan muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajemen). Hubungan antara teori agensi dengan variabel dalam penelitian ini merupakan hubungan antara investor dan manajemen dimana manajemen berusaha mempertahankan citra perusahaan dan hubungan dengan investor tetap berjalan dengan baik.

Investment Opportunity Set dapat mencerminkan kualitas laba suatu perusahaan dan dapat membuktikan bahwa perusahaan dapat mempertahankan labanya dalam jangka panjang dan berkesinambungan. Jika manajer telah melakukan tindakan tidak sesuai keinginan *principal* maka telah terjadi perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal (Konflik Keagenan). Dengan adanya perbedaan kepentingan tersebut manajer dapat melakukan hal-hal yang meningkatkan keuntungan bagi dirinya sendiri yang kemungkinan akan

merugikan pemilik perusahaan misalnya melakukan manajemen laba, dengan adanya manajemen laba dalam perusahaan akan mengakibatkan rendahnya kualitas laba perusahaan sehingga para pemakai laporan keuangan akan melakukan kesalahan dalam mengambil keputusan. *Investment Opportunity Set* secara positif berhubungan dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC), artinya semakin tinggi nilai *Investment Opportunity Set* suatu perusahaan, maka semakin tinggi juga tingkat *Earnings Response Coefficient* (ERC) perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Augustpaosa Narimandan dan Margarita Ekadjaja (2018) yang menyimpulkan bahwa *Investment Opportunity Set* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap ERC. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi juga memiliki motivasi untuk meminimalkan laba. Ketika perusahaan memiliki IOS yang tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat karena lebih banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi dengan harapan memperoleh *return* yang lebih besar di masa yang akan datang, menyebabkan adanya kemungkinan manajemen perusahaan melakukan manipulasi laba karena untuk mempertahankan pertumbuhan perusahaan. Sedangkan penelitian menurut Sasya Sabrina *et al.* (2020) mengemukakan bahwa *Investment Opportunity Set* berpengaruh negatif terhadap ERC. Hal ini disebabkan karena para investor di Indonesia mempertimbangkan seberapa jauh perusahaan akan berkembang dengan *market value* dan *book value of assets* yang berbeda.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Wulandari (2018) yang menyimpulkan bahwa *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh

terhadap ERC. Hal ini dikarenakan IOS tidak menjadi pusat perhatian investor dalam membuat keputusan investasi. Artinya, investor tidak terlalu memperhatikan nilai IOS perusahaan, namun lebih memperhatikan angka laba perusahaan tersebut. Motivasi investor dalam investasinya bukan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang melainkan keuntungan jangka pendek.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Nilai ERC akan meningkat secara proporsional dengan tingkat profitabilitas karena investor percaya perusahaan mampu mendistribusikan pengembalian yang tinggi dan karenanya akan merespons dengan berinvestasi. Secara teoritis, bisnis dengan nilai profitabilitas tinggi memiliki kualitas laba yang tinggi. Ini adalah berita positif bagi investor pada saat data keuangan tersedia, sehingga ERC perusahaan akan meningkat. Berita positif yang diterima oleh investor akan mendorong reaksi cepat terhadap laba yang diumumkan perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Revina Intan Pradita dan Sunarsih (2023) yang menyimpulkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan rasio ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap ERC. Hal ini berarti perusahaan dengan profitabilitas tinggi dianggap mampu menggunakan modalnya secara efektif dan efisien untuk memperoleh laba di masa yang akan datang, sehingga ERC perusahaan meningkat. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Delvina Hartanto dan Henryanto Wijaya (2019) yang menyimpulkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan rasio ROE berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC. Hal ini terjadi terutama karena laba yang semakin meningkat yang diumumkan perusahaan akan menyebabkan

respons pasar yang negatif pada hari kelima karena investor mulai melepaskan sahamnya dan terjadi penurunan harga dibanding harga $t-5$ atau lima hari sebelum pengumuman. Harga $t-5$ cenderung naik karena respons pasar mulai melakukan transaksi pembelian saham sebelum hari pengumuman sehingga harga saham perusahaan cenderung naik, dan setelah pengumuman cenderung harga saham tersebut meningkat semakin kecil kemudian menurun pada hari $t+5$.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rina Nuralina *et al.* (2018) menyimpulkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan rasio ROE tidak memiliki pengaruh terhadap ERC. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi yang diukur berdasarkan ekuitas belum tentu memiliki ERC yang tinggi karena investor tidak terpaku untuk mengambil keputusan ekonomi hanya kepada faktor profitabilitas.

Sesuai dengan teori sinyal, perusahaan cenderung akan mengungkapkan informasi yang tidak diatur dalam standar akuntansi keuangan yang berlaku, salah satunya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dilakukan selain karena memang diwajibkan, juga untuk menarik minat investor dan memberikan citra yang baik tentang perusahaan. Pengungkapan CSR disajikan dalam laporan berkelanjutan atau dalam laporan tahunan perusahaan, dan terpisah dengan laporan keuangan perusahaan. Tujuan lainnya dari pengungkapan CSR adalah untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal, yang dalam hal ini adalah investor. Informasi dari laporan CSR dapat memberikan wacana baru bagi investor sekaligus mengurangi penggunaan informasi laba yang mungkin juga mengandung informasi yang bias. Oleh karena

itu, perusahaan yang rutin melakukan pengungkapan CSR cenderung memiliki nilai tambah di mata investor.

Investment Opportunity Set menggambarkan tentang luasnya peluang berinvestasi bagi perusahaan. Ketika perusahaan memiliki nilai IOS yang tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat karena banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi dengan harapan memperoleh return yang lebih besar di masa depan. Sesuai dengan teori sinyal, bahwa perusahaan akan mengungkapkan semua informasi untuk memberikan sinyal good news bagi investor. Perusahaan yang memiliki nilai IOS tinggi sekaligus melakukan pengungkapan CSR maka akan direpons baik oleh investor dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan program-program CSR, sehingga kualitas laba perusahaan akan meningkat ditinjau dari meningkatnya nilai *Earnings Response Coefficient*.

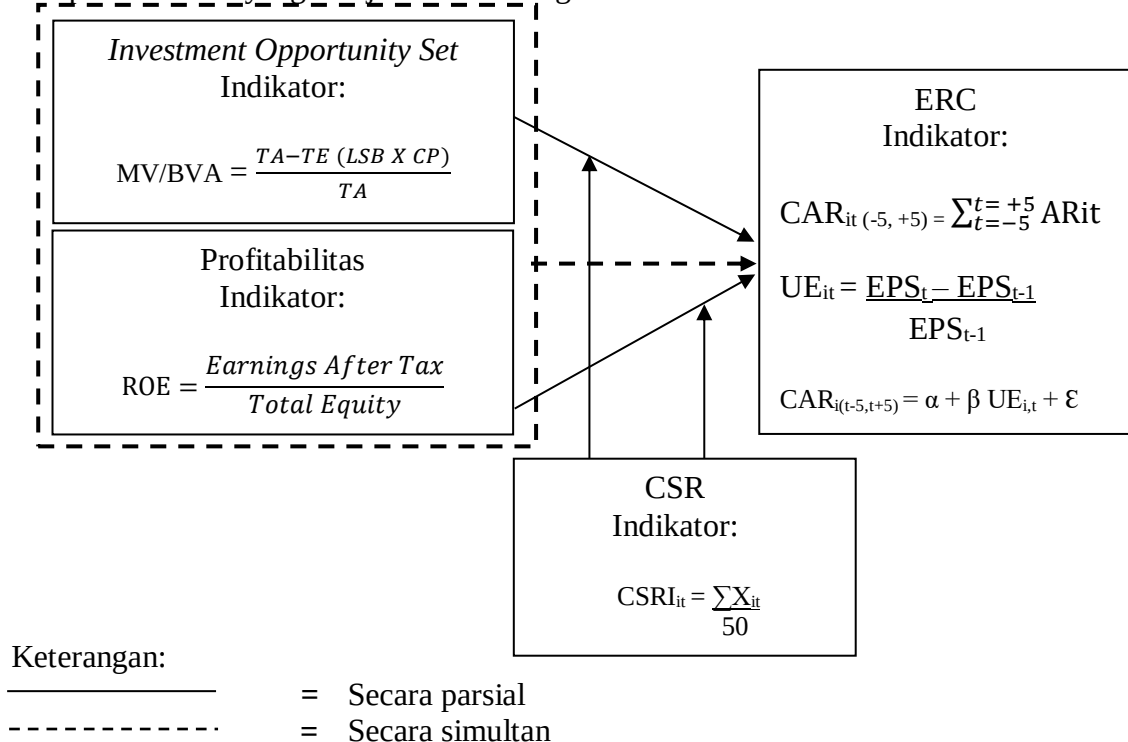
Penelitian yang dilakukan oleh Harri (2022) menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR dapat memediasi pengaruh IOS terhadap ERC. Informasi yang terdapat dalam pengungkapan CSR ini dapat menjadi respons investor dalam pengambilan keputusan investasi Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulfa (2021) yang menyatakab bahwa Pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi pengaruh IOS terhadap ERC.

Pengungkapan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan akan mempengaruhi reaksi investor terhadap laporan keuangan perusahaan. Adanya kepedulian perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan dapat menguntungkan perusahaan karena dapat menarik investor untuk lebih memperhatikan keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang

bertanggungjawab di mata masyarakat. Dengan kata lain, pengungkapan CSR akan memberikan sinyal berupa informasi mengenai prospek perusahaan di masa mendatang kepada investor sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi yang selanjutnya akan meningkatkan nilai ERC, sehingga pengungkapan CSR dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap ERC. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni made & I Gusti (2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap ERC. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu & Eka (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap ERC.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran

dari penelitian ini yang disajikan dalam bagan berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Investment Opportunity Set* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c. CSR memoderasi hubungan antara *Investment Opportunity Set* dengan *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- d. CSR memoderasi hubungan antara Profitabilitas dengan *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- e. Secara simultan, *Investment Opportunity Set* dan Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.