

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP EARNINGS
RESPONSE COEFFICIENT (ERC)**

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the effect of corporate social responsibility on Earnings Response Coefficient (ERC) with control variables earnings persistence, growth, leverage, and firmsize. The variable measurements of ERC is measured with regression of abnormal return with unexpected earnings \pm 5-day at window period from the date of publication of annual report.

The population of companies are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2011 to 2013. Samples was determined by purposive sampling method with 312 samples of manufacturing companies. The data used in this study are secondary data. The analysis of data use multiple regression.

The result of the reaserch shows that corporate social responsibility has negative effect on the Earnings Response Coefficient (ERC). Growth as the control variable has positive effect on earnings response coefficient. The other control variables earnings persistence, leverage, and firmsize doesn't have any effect on earnings response coefficient.

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Earnings Response Coefficient, Earnings Persistence, Growth.*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di tengah kondisi global saat ini, salah satu informasi dalam kegiatan investasi yang dianggap relevan oleh para investor adalah laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan merupakan suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar para pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakannya (IAI, 2012).

Informasi laba (rugi) dapat dikatakan bernilai jika publikasi atas informasi tersebut menyebabkan bergeraknya reaksi pasar. Informasi laba dapat disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya yang dapat mempengaruhi reaksi pasar terhadap informasi laba, yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Para pelaku pasar menggunakan informasi CSR dalam menentukan keputusan investasinya. Setelah lebih dari dua puluh tahun permintaan informasi mengenai perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dapat meningkatkan kinerja secara radikal.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Namun di Indonesia karena kurangnya penerapan CSR pada perusahaan maka menyebabkan tingkat kepercayaan masyarakat dan investor berkurang. *The Economist Intelligence* melakukan survey global unit dengan memperlihatkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Selain CSR, informasi laba tidak mampu dijadikan satu-satunya instrumen dalam penentuan keputusan investasi hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) yang menyatakan adanya hubungan yang lemah antara *return* saham dan tingkat laba perusahaan, dan rendahnya peran serta laba untuk memprediksi pergerakan harga saham. Dalam memprediksi *return* saham yang akan diterima, investor harus mempertimbangkan faktor lain yang mungkin mempengaruhi hasil investasi di masa datang.

Beberapa peneliti telah menemukan sebuah koefisien yang digunakan untuk mengukur kekuatan informasi laba dalam mempengaruhi *return* saham (*informativeness earnings*) yang diukur dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC). Menurut Scott (2012) ERC merupakan koefisien yang digunakan untuk mengukur besarnya *return* saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai variasi hubungan yang berbeda antara laba perusahaan dengan *return* saham.

Penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient* telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) difokuskan pada pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Penelitian Jayanti (2012) bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan yang berpengaruh terhadap nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2011. Selain itu, hasil penelitian Daud dan Syarifuddin (2008) menunjukkan bahwa antara CSR dengan ERC mempunyai hasil yang berbeda yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan hasil dan analisis data yang telah dikemukakan sebelumnya masih ada perbedaan hasil penelitian yang berbeda.

Penelitian ini ingin menguji kembali pengaruh pengungkapan CSR terhadap ER dengan menambahkan variabel kontrol persistensi laba, growth, leverage, dan ukuran perusahaan. Manfaat penelitian ini (i) Bagi perusahaan penelitian ini dapat memberikan informasi untuk para *stakeholders* terutama tentang pengungkapan CSR terhadap ERC; (ii) Bagi investor penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai kualitas laba dalam suatu perusahaan dilihat dari konsistensi laba yang diperoleh perusahaan dan masukan untuk pengambilan keputusan investasi; (iii) Bagi regulator penelitian ini dapat memberikan manfaat agar lebih memperhatikan kebijakan dalam pelaporan keuangan dan pengungkapan CSR; dan (iv) Bagi akademisi dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan memperkaya penelitian dalam kaitannya dengan pengaruh CSR terhadap ERC.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Pasar Efisien

Menurut Hartono (2010: 517-522) di dalam pasar yang kompetitif, harga *equilibrium* suatu aktiva ditentukan oleh tawaran yang tersedia dan permintaan agregat. Pasar efisien adalah bagaimana suatu pasar bereaksi terhadap suatu informasi untuk mencapai harga keseimbangan yang baru merupakan hal yang penting. Jika pasar bereaksi dengan cepat dan akurat untuk mencapai harga keseimbangan baru yang sepenuhnya mencerminkan informasi yang tersedia, maka kondisi seperti ini disebut dengan pasar efisien.

Dengan demikian ada hubungan antara teori pasar modal yang menjelaskan tentang keadaan *equilibrium* dengan konsep pasar efisien yang mencoba menjelaskan bagaimana pasar memproses informasi untuk menuju ke posisi *equilibrium* yang baru. Efisiensi pasar seperti ini disebut dengan efisiensi pasar secara informasi (*informationally efficient market*) yaitu bagaimana pasar bereaksi terhadap informasi yang tersedia.

1.1 *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu dengan memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. CSR merupakan mekanisme bagi suatu organisasi secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Rawi dan Muchlis, 2010).

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terhadap pemilik atau pemegang saham (*shareholder*) saja melainkan juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa hal yang paling penting bagi organisasi adalah batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan sekitar.

1.2 Earnings Response Coefficient

Laba merupakan salah satu informasi penting yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan. Dengan kata lain laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of respon*). Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin dari tingginya koefisien respon laba. Tinggi rendahnya koefisien respon laba tergantung dari informasi yang terdapat atau terkandung dalam laba.

ERC (Chong dan Jung dalam Murwaningsari, 2008) didefinisikan sebagai pengaruh satu dolar (rupiah) *unexpected earning* terhadap *return* saham, dan biasanya diukur dengan slope koefisien dalam regresi *abnormal return* saham dan *unexpected earning*. Secara umum ERC merupakan ukuran yang mencerminkan sensitivitas *return* saham terhadap laba. Pengertian lain ERC merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba rugi (Soewardjono dalam Delvira dan Nelvirita, 2013). Bila angka laba mengandung informasi, diteorikan pasar akan bereaksi terhadap pengumuman laba. Pada saat diumumkan, pasar telah mempunyai harapan tentang berapa besarnya laba perusahaan atas dasar informasi yang tersedia secara publik. Dasar pemikiran ERC muncul ketika investor memiliki perhitungan ekspektasi laba jauh dari sebelum laporan keuangan dikeluarkan (Ambarwati, 2008;128).

Periode peramalan laba dapat mencapai satu tahun sebelum diumumkannya angka laba perusahaan. Saat dikeluarkannya laporan keuangan, investor akan lebih memiliki banyak informasi dalam membuat analisis terhadap angka laba periodik. Hal ini dapat terjadi karena seringnya terdapat kebocoran informasi saat dikeluarkannya laporan keuangan. Terdapat empat landasan pemikiran dan asumsi tentang pemakaian ERC menurut Scott dalam Refyal dan Martani (2012), yaitu :

1. Investor memiliki kepercayaan awal terhadap ekspektasi *return* dan risiko perusahaan yaitu kepercayaan berdasarkan semua informasi yang tersedia di publik sampai sesaat sebelum pengeluaran laporan keuangan. Pengetahuan awal ini tidak sama untuk setiap investor akan tetapi pengetahuan ini meliputi ekspektasi terhadap laba perusahaan.
2. Pada saat penerbitan laba tahunan, beberapa investor memiliki informasi yang lebih dengan menganalisis angka laba. Sehingga beberapa investor akan merevisi kepercayaan awal mereka terhadap ekspektasi *return* dan risiko.
3. Investor yang merevisi kepercayaannya terhadap probabilitas *future return* yang meningkat dibanding ekspektasi awal akan melakukan pembelian saham begitu juga sebaliknya.
4. Akumulasi dari jual beli ini akan membawa dampak pada akumulasi *abnormal return* di sekitar periode penerbitan laporan keuangan.

1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*

a. Persistensi Laba

Persistensi laba (Scott dalam Jalil, 2013) merupakan revisi laba yang diharapkan dimasa mendatang (*expected future earnings*) yang diimplikasikan oleh inovasi laba tahun berjalan yang dihubungkan dengan perubahan harga saham. Dengan demikian, ketika laporan keuangan dipublikasikan dan terjadi laba yang berkelanjutan, investor menjadi tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut sehingga jumlah permintaan dan harga saham tersebut meningkat, serta *return* aktual kumulatif saham tersebut pun akan meningkat, sehingga berimplikasi pada peningkatan ERC.

b. *Growth Opportunities*

Pertumbuhan laba merupakan suatu variabel yang menjelaskan prospek pertumbuhan di masa mendatang. Perusahaan yang memiliki *growth opportunities* diharapkan memberikan profitabilitas yang baik, sehingga mampu menghasilkan laba yang lebih persisten. Dengan demikian, semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk bertumbuh, maka ERC juga akan semakin tinggi (Scott dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

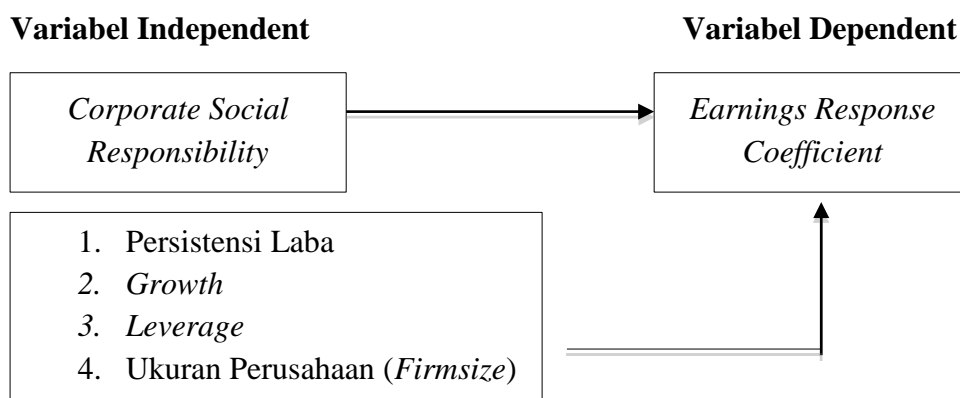
c. *Leverage*

Struktur modal (*leverage*) merupakan suatu penentuan seberapa banyak hutang yang digunakan dalam perusahaan. Struktur modal (*leverage*) dapat diukur dengan menggunakan salah satu rasio keuangan yaitu *debt equity ratio* (DER), dengan cara membandingkan total hutang dengan modal sendiri. Jadi semakin besar rasio *leverage* menyebabkan semakin tinggi nilai hutang perusahaan, sehingga akan berakibat pada kualitas laba yang rendah dan menimbulkan kurang kepercayaan investor pada perusahaan (Wulansari, 2013).

d. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Suatu ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan ini dibagi menjadi tiga kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Dengan demikian semakin besar ukuran perusahaan yang dilihat dari total aktivasinya, akan membuat investor semakin merespon laba yang diumumkan.

2. Kerangka Pemikiran



3. Perumusan Hipotesis

3.1 *Corporate Social Responsibility* dan *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Perubahan harga saham bergerak sesuai dengan ekspektasi investor akan laba di masa mendatang sehingga nilai informasi yang diungkapkan mengenai pengumuman angka laba akan mempengaruhi tingkah laku investor dalam mengambil keputusan (Ball dan Brown dalam Jayanti, 2012). Nilai informasi yang diungkapkan tersebut antara lain adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan tingkah laku investor merupakan respon investor terhadap pengumuman laporan tahunan perusahaan.

Sesuai dengan penelitian terdahulu, Sayekti dan Wondabio (2007) menyebutkan bahwa apabila ketidakpastian prospek perusahaan di masa mendatang tinggi, maka ERC juga tinggi. Informasi-informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunannya mampu diharapkan untuk mengurangi ketidakpastian prospek perusahaan di masa mendatang. CSR merupakan salah satu informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunannya. Pengungkapan CSR diduga dapat menurunkan reaksi investor terhadap pengumuman laba, yang dapat diukur dengan ERC.

Secara umum, dari beberapa hasil penelitian di atas mengindikasikan adanya apresiasi pasar terhadap informasi CSR yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunannya. Meskipun tujuan utama dari kegiatan-kegiatan ini bukan untuk meningkatkan laba perusahaan, namun kegiatan-kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak bagi koefisien respon laba perusahaan.. Sehingga, hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ha : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

3. METODOLOGI PENELITIAN

1. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini alat statistik yang digunakan antara lain statistik deskriptif korelasional. Metode deskriptif korelasional dipandang sesuai dengan penelitian ini karena bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang variabel yang diteliti dan bersifat korelasi karena penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa eratnya hubungan tersebut, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

a. Variabel Independen

Corporate Social Responsibility (CSR)

Instrumen pengukuran CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Silalahi (2014), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam 7 kategori, yaitu:

- 1) Lingkungan

- 2) Energi
- 3) Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja
- 4) Lain-lain Tenaga Kerja
- 5) Produk
- 6) Keterlibatan Masyarakat, dan
- 7) Umum

Total *item* CSR maksimal adalah 78. Variabel ini memiliki skala rasio dan diukur dengan menggunakan *checklist CSR items*. Setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Variabel ini menggunakan skala nominal dengan menggunakan pengukuran variabel *dummy*. Rumus perhitungan CSR mengacu pada penelitian adalah Sayekti dan Wondabio (2007); Silalahi (2014) sebagai berikut :

$$CSR_j = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan :

CSR_j : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan j;

X_{ij} : *Dummy variable*; skor 1 untuk *items* CSR yang diungkapkan dan skor 0 untuk *items* yang tidak diungkapkan;

n : Total *items* CSR maksimal; 78 *items*.

b. Variabel Dependen

Earnings Response Coefficient (ERC)

ERC adalah koefisien (β) yang diperoleh dari regresi antara *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dan *Unexpected Earnings* (UE). Dengan demikian, untuk menghitung besarnya ERC, harus dihitung terlebih dahulu nilai CAR dan UE masing-masing perusahaan.

- 1) Menghitung CAR (*Cummulative Abnormal Return*) untuk masing-masing perusahaan mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Delvira dan Nelvirita, 2013) :

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}} \quad \dots\dots\dots (1)$$

$$RM_{it} = \frac{IHSG_{it} - IHSG_{it-1}}{IHSG_{it-1}} \quad \dots\dots\dots (2)$$

$$AR_{it} = R_{it} - RM_{it} \quad \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

- AR_{it} : *Abnormal return* untuk perusahaan i pada hari ke-t;
- R_{it} : *Return* harian perusahaan i pada hari ke-t;
- RM_{it} : *Return* indeks pasar pada hari ke-t;
- P_{it} : Harga saham penutupan perusahaan i pada waktu t;
- P_{it-1} : Harga saham penutupan perusahaan i pada waktu t-1;
- $IHSGS_t$: Indeks Sektoral pada waktu t;
- $IHSGS_{t-1}$: Indeks Sektoral pada waktu t-1;

Dalam hal ini CAR_{it} : *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i pada tahun t; AR_{it} : *return abnormal* perusahaan i pada hari ke-t. CAR pada saat laba akuntansi dipublikasikan dihitung dalam jendela peristiwa selama 11 hari (5 hari sebelum peristiwa, 1 hari peristiwa, dan 5 hari sesudah peristiwa).

$$CAR_{i(t=+5)} = CAR_{i(-5+5)} = \sum AR_{i(t=-5)} \quad \dots\dots\dots (4)$$

Return saham dan *return* pasar perusahaan dengan menggunakan waktu pengamatan selama 11 hari perdagangan saham yaitu dari t-5 sampai dengan t+5. Tanggal untuk menentukan t_0 adalah tanggal pada saat publikasi laporan keuangan.

- 2) Tahap kedua, menghitung UE (*Unexpected Earnings*) masing-masing perusahaan. *Unexpected Earnings* atau *earnings surprise* merupakan proksi laba akuntansi yang menunjukkan kinerja intern perusahaan. UE dapat dihitung menggunakan pengukuran laba per lembar saham dengan model *random walk* sesuai penelitian Delvira dan Nelvrita (2013) yakni diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$UE_{it} = (EPS_{it} - EPS_{it-1}) / EPS_{it-1} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan :

UE_{it} : *Unexpected Earnings* perusahaan i pada tahun t;

EPS_{it} : *Earnings per share* perusahaan i pada tahun t;

EPS_{it-1} : *Earnings per share* perusahaan i pada tahun t-1.

- 3) Tahap ketiga adalah meregresikan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dan *Unexpected Earnings* (UE) untuk mencari nilai *earnings response coefficient*. Model regresi untuk mencari nilai ERC adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

β : Nilai koefisien respon laba (ERC);

CAR_{it} : *Cumulative Abnormal Return* perusahaan i pada tahun t;

UE_{it} : *Unexpected Earnings* perusahaan i pada tahun t;

α : Konstanta dari hasil regresi CAR dan UE;

ϵ_{it} : Kesalahan residu.

c. Variabel Kontrol

a. Persistensi Laba

Persistensi laba akuntansi diukur menggunakan koefisien regresi antara laba akuntansi periode sekarang dengan laba akuntansi periode yang lalu. Persistensi laba dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$X_{it} = \alpha + \beta X_{it-1} + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

- X_{it} : Laba perusahaan i pada tahun t;
 X_{it-1} : Laba perusahaan i pada tahun t-1;
 β : Koefisien hasil regresi (persistensi laba).

b. *Growth*

Dalam penelitian ini, rumus perhitungan yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan (*growth*) mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Sandi, 2013) yaitu diukur dengan nilai Tobin-Q. Rumus Tobin-Q untuk menghitung pertumbuhan adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{MVE}{BVE}$$

Keterangan :

- Q : Pertumbuhan;
 MVE : Nilai pasar ekuitas (*Equity Market Value*);
 BVE : Nilai buku dari ekuitas (*Equity Book Value*).

c. *Leverage*

Pengukuran *leverage* ini mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Susanto (2012). Rumus untuk menghitung *leverage* adalah sebagai berikut:

$$LEV_{it} = \frac{TU_{it}}{TA_{it}}$$

Keterangan :

- LEV_{it} : *Leverage* perusahaan i pada tahun t;
 TU_{it} : Total utang perusahaan i pada tahun t;
 TA_{it} : Total aset perusahaan i pada tahun t.

d. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan (*firm size*) dalam penelitian diukur dengan menggunakan skala rasio dengan logaritma (Log) nilai total aktiva perusahaan sebagai pengukurnya, baik aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan (Arfan dan Ira dalam Setiawati *et al.* , 2014). Maka perhitungannya, yaitu :

$$Size = \text{Log (Total Asset)}$$

3. Metode Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini dilakukan tiga tahun pengamatan berdasarkan laporan tahunan (*annual report*) dan *financial report* perusahaan, yakni tahun 2011 – 2013. Pemilihan objek sampel penelitian dilakukan secara *purposive sampling method*, yang berarti populasi yang dijadikan sampel memenuhi kriteria-kriteria tertentu dengan memiliki tujuan yaitu mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Maka, pemilihan sampel tersebut memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan termasuk dalam kategori industri manufaktur.
2. Perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011-2013.
3. Perusahaan termasuk dalam kelompok industri yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*), pada tanggal 31 Desember selama periode pengamatan tahun 2011 sampai dengan tahun 2013.
4. Laporan keuangan dan laporan tahunan yang diterbitkan dengan menggunakan mata uang Rupiah secara konsisten.
5. Perusahaan yang memiliki data mengenai *Corporate Social Responsibility*.

4. Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui pihak kedua (diperoleh dan dicatat melalui pihak lain). Data untuk variabel dependen (*earnings response coefficient*) dalam penelitian ini diperoleh dari www.yahoofinance.com, sedangkan data untuk variabel independen (*corporate social responsibility*) dalam penelitian diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui www.idx.co.id.

5. Metode Analisis Data

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik estimasi regresi dengan metode *Ordinary Least Squares* (OLS). Metode ini digunakan untuk mengetahui koefisien regresi atau besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan model interaksi. Model persamaan yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{CAR} = & \alpha + \beta_1(\text{UE}) + \beta_2(\text{CSRI}) + \beta_3(\text{UE}) * (\text{CSRI}) + \beta_4(\text{PL}) + \beta_5(\text{UE}) * (\text{PL}) + \\ & \beta_6(\text{Growth}) + \beta_7(\text{UE}) * (\text{Growth}) + \beta_8(\text{Lev}) + \beta_9(\text{UE}) * (\text{Lev}) + \beta_{10}(\text{FS}) + \\ & \beta_{11}(\text{UE}) * (\text{FS}) + \epsilon_{it} \end{aligned}$$

5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang mempunyai tugas mengorganisasi dan menganalisis data angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas, dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. Tujuannya memberikan gambaran suatu data dilihat dari nilai minimum, maximum, rata-rata (*mean*), dan deviasi standar (*standard deviation*).

5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas. Uji normalitas menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)* untuk melihat apakah distribusi residual berdistribusi normal jika nilai sig > 0,05. Uji Multikolinearitas dilihat dengan membandingkan nilai *Tolerance* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Uji Autokorelasi menggunakan *Gletsjer Test*. Jika sig dari t > 0,05, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Jika nilai sig dari t > 0,05, maka tidak ada heterokedastisitas.

5.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Uji R^2 dilihat dari nilai Adj. R Square (R^2). Uji F dilihat dari nilai sig F < 0,05 maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t dilihat jika nilai sig t < 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode pengamatan tahun 2011-2013. Hasil pemilihan sampel dengan metode *purposive sampling* selama periode pengamatan tahun 2011-2013 diperoleh jumlah sampel sebanyak 260 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan tahunan lengkap beserta dengan catatan laporan keuangannya per 31 Desember 2013. Ringkasan prosedur pemilihan sampel disajikan dalam tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1
Ringkasan Prosedur Pemilihan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan manufaktur selama periode tahun 2011-2013	498
Perusahaan yang tidak dijadikan sampel :	
a) Data penelitian tidak lengkap	(186)
b) Data <i>Outliers</i> pada tahun 2011	(12)
c) Data <i>Outliers</i> pada tahun 2012	(17)
d) Data <i>Outliers</i> pada tahun 2013	(23)
Jumlah data yang dapat dijadikan sampel pada tahun 2011-2013	260

2. Analisis Data

2.1 Statistik deskriptif

Tabel 2 merupakan statistik deskriptif untuk masing-masing variabel penelitian :

Tabel 2
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CAR	260	-.12	.07	-.0077	.03047
UE	260	-2.03	2.26	-.0006	.30513
CSRI	260	.05	.72	.3886	.14486
PL	260	-174.67	119.00	1.8230	14.04683
Growth	260	-46.49	409.41	5.1049	31.80529
Leverage	260	.04	93.54	1.0220	6.30655
FS	260	10.02	14.33	12.1393	.73290
Valid N (listwise)	260				

a. *Cummulative Abnormal Return (CAR)*

Pada variabel CAR memiliki nilai rata-rata sebesar -0,0077 yang berarti *abnormal return* negatif mengidentifikasi bahwa rata-rata *actual return* saham selama periode lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata *expected return* yang diprediksikan oleh para investor.

b. *Unexpected Earning (UE)*

Pada variabel UE memiliki nilai rata-rata sebesar -0,0006 yang berarti perusahaan mengalami penurunan laba, sehingga laba ekspektasi lebih besar dibandingkan laba sesungguhnya.

c. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pada variabel CSR memiliki nilai rata-rata sebesar 0,3886 yang berarti tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur tergolong dalam kriteria yang rendah dengan persentase sebesar 38,86% dari seluruh pengungkapan laporan secara penuh.

d. Persistensi Laba

Pada variabel persistensi laba memiliki nilai rata-rata sebesar 1,8230 yang berarti laba perusahaan yang diobservasi persisten.

e. *Growth*

Pada variabel *Growth* memiliki nilai rata-rata sebesar 5,1049 yang berarti perusahaan manufaktur mengalami pertumbuhan 5 kali dari nilai ekuitas.

f. *Leverage*

Pada variabel *Leverage* memiliki nilai rata-rata sebesar 1,0220 berarti nilai *leverage* pada perusahaan manufaktur yang didanai oleh hutang 1 kali dari aktiva, hal ini dapat terlihat dari nilai ekuitas yang bersaldo negatif.

g. Ukuran Perusahaan

Pada variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 12,1393 yang berarti rata-rata ukuran perusahaan manufaktur yang dilihat dari total aktiva dapat diartikan berukuran sedang.

2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas terhadap model regresi ditunjukkan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		260
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02874835
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.032
Kolmogorov-Smirnov Z		1.181
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 3 hasil pengujian normalitas residual, diketahui bahwa residual model persamaan regresi memiliki nilai *Asymp. Sig* 0,123 > *alpha* 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi berganda mempunyai distribusi normal atau mendekati, sehingga asumsi normalitas yang disyaratkan model terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Dari hasil pengolahan data statistik diperoleh tabel pengujian multikolinearitas sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Pengujian Multikolinearitas Model Regresi

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.018	.032		-.572	.568		
	UE	-.087	.078	-.870	-1.118	.264	.006	168.353
	CSRI	.018	.014	.084	1.243	.215	.779	1.284
	PL	.000	.000	-.057	-.491	.624	.264	3.794
	Growth	.000	.000	-.235	-3.739	.000	.913	1.096
	Leverage	-.001	.001	-.188	-1.195	.233	.145	6.918
	FS	.001	.003	.012	.179	.858	.786	1.272
	UE*CSRI	-.162	.078	-.551	-2.075	.039	.051	19.643
	UE*PL	.000	.000	-.083	-.714	.476	.267	3.742
	UE*Growth	.002	.001	.162	2.549	.011	.885	1.130
	UE*Lev	.000	.000	.070	.428	.669	.134	7.475
	UE*FS	.011	.008	1.307	1.434	.153	.004	231.305

a. Dependent Variable: CAR

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa hasil perhitungan menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF > 10 kecuali untuk variabel UE, interaksi UE*CSR, dan interaksi UE*FS sehingga ketiga variabel tersebut masih terjadi multikolinearitas. Namun hal ini tidak menjadi masalah, karena variabel dihitung dari perkalian antara kedua variabel, sehingga hasil perkalian akan mengandung multikolinearitas. Sementara untuk variabel lainnya tidak terjadi gejala multikolinearitas karena memiliki nilai VIF < 10.

c. Uji Autokolerasi

Uji Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan *Durbin-Watson*. Dari hasil pengolahan data statistik diperoleh tabel pengujian autokorelasi sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Pengujian Autokorelasi ($\alpha = 5\%$)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.331 ^a	.110	.070	.02938	2.116

a. Predictors: (Constant), UE*FS, Growth, CSRI, PL, UE*Growth, Leverage, FS, UE*PL, UE*Lev, UE*CSRI, UE

b. Dependent Variable: CAR

Dari tabel 5 hasil uji autokorelasi diatas diketahui bahwa model yang diteliti mempunyai jumlah observasi sebesar 260, dengan jumlah variabel independen sebesar 11 variabel. Maka didapat nilai batas bawah d_L sebesar 1,7174 dengan batas atas d_U 1,8769. Hasil uji Durbin Watson didapat sebesar 2.116 berada pada daerah tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Heterokedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada tabel 6 berikut :

Tabel 6
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Model Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.039	.020		1.916	.057
UE	-.037	.049	-.606	-.750	.454
CSRI	-.003	.009	-.027	-.384	.701
PL	-1.0E-004	.000	-.076	-.627	.531
Growth	-6.0E-005	.000	-.104	-1.589	.113
Leverage	-.001	.000	-.224	-1.367	.173
FS	-.001	.002	-.046	-.660	.510
UE*CSRI	-.001	.049	-.004	-.016	.987
UE*PL	.000	.000	-.107	-.884	.378
UE*Growth	.000	.000	.029	.437	.663
UE*Lev	.000	.000	.098	.576	.565
UE*FS	.003	.005	.672	.708	.479

a. Dependent Variable: absres

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa seluruh variabel independen yaitu *Unexpected Earning*, *Corporate Social Responsibility*, persistensi laba, *growth*, *leverage*, ukuran perusahaan, UE*CSR, UE*PL, UE*growth, UE*leverage, dan UE*FS memiliki nilai sig. > 0,05. Maka H_0 diterima, artinya varians *error* dinyatakan homogen. Selanjutnya disimpulkan tidak terdapat permasalahan heteroskedastisitas. Dengan demikian asumsi atas heteroskedastisitas pada model persamaan regresi telah terpenuhi.

2.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian meliputi pengujian koefisien determinasi (Adj. R^2), pengujian signifikan serentak (Uji F), dan pengujian parsial atau uji t. Hasil pengujian hipotesis regresi berganda ditunjukkan pada tabel 7 berikut:

Tabel 7
Hasil Regresi Berganda

Variabel	Koef. Regresi (B)	t	Sig.	Keterangan
(Constant)	-0.018	-0.572	0.568	
UE	-0.087	-1.118	0.264	Tidak signifikan
CSR	0.018	1.243	0.215	Tidak signifikan
PL	0.000	-0.491	0.624	Tidak signifikan

Gr	0.000	-3.739	0.000	Signifikan
Lev	-0.001	-1.195	0.233	Tidak signifikan
FS	0.001	0.179	0.858	Tidak signifikan
UE_CSR	-0.162	-2.075	0.039	Signifikan
UE_PL	0.000	-0.714	0.476	Tidak signifikan
UE_Gr	0.002	2.549	0.011	Signifikan
UE_Lev	0.000	0.428	0.669	Tidak signifikan
UE_FS	0.011	1.434	0.153	Tidak signifikan
Nilai Uji F	2.778			
Sig.	0.002			
Adjusted R Square	0.070			

a. Uji Koefisien Determinasi

Pada tabel 7 diatas diketahui koefisien determinasi yang dilihat dari nilai *Adj. R²* adalah 0.070. Artinya 7% variasi dari variabel dependen *earnings response coefficient* dapat diprediksi dari kombinasi seluruh variabel independen.

b. Uji Signifikan Serentak (*F-Test*)

Dari tabel 7 hasil uji F hipotesis diatas diketahui bahwa F-hitung sebesar 2.778 dengan nilai signifikansi sebesar $0.002 < \alpha_{0.05}$. Maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama antara seluruh variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dengan persistensi laba, *growth*, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol terhadap *earnings response coefficient*.

c. Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel 7 hasil pengujian dengan menggunakan regresi berganda menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,162 dengan nilai signifikan sebesar $0,039 < 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel CSR signifikan pada level 5%, tetapi koefisien regresi menunjukkan pengaruh negatif yang berarti keputusannya adalah hipotesis H_a diterima (H_0 ditolak). Dengan demikian *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hal ini membuktikan bahwa *corporate social responsibility* mempengaruhi *earnings response coefficient* dimana dengan adanya tingkat pengungkapan CSR yang tinggi, maka *earnings response coefficient* akan menjadi rendah.

d. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Berdasarkan hasil yang membuktikan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*, yaitu bahwa para *stakeholders* memberikan apresiasi bagi perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR. Meskipun kegiatan-kegiatan ini bukan untuk meningkatkan laba perusahaan, tetapi mampu mengurangi kekuatan informasi laba. Selain itu, informasi CSR yang telah dipublikasikan perusahaan masih sedikit sehingga para investor tidak terlalu banyak mengambil keputusan dilihat dari informasi pengungkapan CSR.

Hal ini berarti para investor masih menggunakan informasi nonkeuangan yaitu pengungkapan CSR selain informasi keuangan yaitu laba dalam pengambilan keputusan. Di Indonesia masih tergolong rendah dalam mengungkapkan informasi CSR, dikarenakan masih rendah kesadaran perusahaan dengan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya.

Selain itu, hasil penelitian Pradipta dan Purwaningsih (2012) mengindikasikan bahwa investor masih dapat mempertimbangkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan sebagai salah satu bahan dalam pengambilan keputusan berinvestasi selain informasi laba. Hal lain yang mempengaruhi adanya pengaruh negatif tersebut, karena isu mengenai CSR merupakan hal yang relatif baru di Indonesia dan kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah tentang CSR, kualitas pengungkapan CSR tidak mudah diukur, dan kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek, sedangkan CSR dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang. Oleh karena itu, respon pasar masih rendah terhadap informasi yang diperoleh dari pengungkapan CSR, karena belum menjadi prioritas investor dalam menilai suatu perusahaan dan mengambil keputusan untuk berinvestasi.

e. Uji Variabel Kontrol Terhadap Variabel Dependen

a) Persistensi Laba

Pada tabel 7 uji model regresi hasil interaksi UE*PL menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,476 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa persistensi laba tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imroatussolihah (2013) yang menyatakan bahwa persistensi laba tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Hal ini dimungkinkan karena semakin persisten atau permanen laba suatu perusahaan dari waktu ke waktu, respon investor semakin rendah yang menunjukkan persistensi laba tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

b) *Growth*

Pada tabel 7 uji model regresi hasil interaksi UE**growth* menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,011 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,002. Dapat diambil kesimpulan bahwa *growth* berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian Mulyani *et al.* (2007) dan Jalil (2013) yang menyatakan *growth* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hal ini menunjukkan bahwa pasar bereaksi terhadap informasi kesempatan bertumbuh perusahaan yang diukur dengan menggunakan *market to book value ratio*.

c) *Leverage*

Pada tabel 7 uji model regresi hasil interaksi UE**leverage* menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,669 > 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Hasil tersebut mendukung hasil penelitian Delvira dan Nelvirita (2013) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Dalam penggunaan hutang dapat memberikan manfaat berupa perlindungan pajak. Hal ini disebabkan karena pembayaran bunga merupakan pengurangan pajak, sehingga laba yang diperoleh investor akan menjadi lebih besar.

d) Ukuran Perusahaan (*Firmsize*)

Pada tabel 7 uji model regresi hasil interaksi UE*FS menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,153 > 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hasil

tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jalil (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini dimungkinkan karena investor belum tentu merespon informasi dari perusahaan besar dari pada perusahaan kecil. Investor juga memilih melihat kondisi pasar perusahaan tersebut secara umum daripada melihat total asetnya karena investor menganggap bahwa perusahaan yang besar belum tentu memberi keuntungan, bisa saja perusahaan tersebut memiliki hutang yang besar untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan.

V. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI

Simpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan bab sebelumnya dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Wulandari dan Wirajaya (2014), Tetapi sejalan dengan Imroatussolihah (2013) yang menemukan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan negatif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Artinya, semakin besar luas pengungkapan CSR perusahaan maka ERC perusahaan akan semakin kecil. Hal ini menunjukkan bahwa investor dapat mempertimbangkan informasi CSR dalam pengambilan keputusan berinvestasi selain informasi laba.

Dilain sisi penelitian ini juga menunjukkan bahwa hasil dari variabel kontrol persistensi laba, leverage, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC. Sedangkan growth berpengaruh signifikan terhadap ERC.

Keterbatasan

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sektor manufaktur dimana sektor manufaktur di Indonesia tergolong besar sehingga sudah banyak digunakan sebagai sampel penelitian.
2. Media yang digunakan dalam pengungkapan informasi tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur terbatas pada laporan tahunannya.
3. Model pengujian regresi interaksi memiliki kelemahan pada masalah multikolinearitas, akibat perkalian antara variabel independen dengan variabel moderasi.

Impilkasi Manajerial

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat lebih meningkatkan manfaat kualitas informasi akuntansi keuangan melalui proses audit dan membantu penyajian laporan keuangan dengan lebih informatif dan berkualitas.
2. Bagi investor, dapat membantu dalam menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) yang dapat menentukan kualitas dari laba yang dilaporkan suatu perusahaan, sehingga investor dapat melakukan investasi dengan tepat.

Bagi penelitian selanjutnya,

3. Dapat mengembangkan teori serta dapat menambahkan variabel yang digunakan dalam penelitian selanjutnya. Serta dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan dan pengembangan teori yang berkaitan dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Saran

1. Memperluas sampel yang digunakan dalam penelitian selanjutnya.
2. Periode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian selanjutnya disarankan melebihi periode penelitian ini.
3. Menambah variabel kontrol seperti risiko sistematis (BETA), profitabilitas, dan lainnya.
4. Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan SEM (*Simultan Equation Model*) sehingga dapat menguji hubungan kausal antara variabel terikat dan variabel bebas secara simultan dan memperpanjang periode pengamatan *Earnings Response Coefficient* (ERC).

DAFTAR PUSTAKA

- Abolfazl, Ghadiri Moghadam., *et al.* (2013). Effect of the Social Responsibility on *Earnings Response Coefficient*. *World of Sciences Journal*. Vol. 1, No. 10, pp: 39-49.
- Ambarwati, Sri. (2008). Earnings Response Coefficient (ERC). *Akuntanbilitas*. Vol. 7, No. 2, Hal: 128-134.
- Barkemeyer, R. (2007). *Legitimacy as A Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries*. Paper for The 2007 Marie Curie Summer School on Earth System Governance, 28 May-06 June 2007, Amsterdam.

- Daniri, M.A. (2008). "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". *Permanent Committee on Good Corporate Governance*.
- Daud, R.M. dan Syarifuddin, N.A. (2008). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Timeliness, dan Debt to Equity Ratio Terhadap Earnings Response Coefficient*. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*. Vol.1 (1): h.82-101.
- Delvirita, Maisil., dan Nelvirita. (2013). Pengaruh Risiko Sistematis, *Leverage* dan Persistensi Laba Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). *Jurnal WRA*. Vol. 1, No. 1, April.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. N. (2009). *Basic Econometrics*. Fifth Edition. McGraw-Hill: New York.
- Hartono, Jogiyanto. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi 7*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2012). *Standar Akuntansi Keuangan : Per 1 Juni 2012*. Jakarta: Salemba Empat.
- Imroatussolihah, Ely. (2013). Pengaruh Risiko, *Leverage*, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap *Earnings Response Coefficient* pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 1, No. 1, Januari, Hal 75-82.
- Jayanti, Erny Dwi. (2012). *Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)*. *Jurnal Akuntansi*.
- Jalil, Rizqu M. (2013). *Pengaruh Persistensi Laba, Growth Opportunities, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Relevansi Nilai Laba Akuntansi: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di PT. BEI*. *Jurnal Akuntansi*, Vol.1, No.3, 2013, hal.1-29.
- Kartadjuma, Eriana. (2010). Pengaruh Voluntary Disclosure dan CSR Disclosure Terhadap *Earnings Response Coefficient*. *The 4th PPM National Conference on Management Research*. Jakarta.
- Millatina, Dini. (2012). *Skripsi: Analisis Pengaruh Kandungan Informasi Laba Dan Rugi Terhadap Koefisien Respon Laba*. Universitas Diponegoro.
- Mulyani, Sri., Nur Fadjrih Asyik., dan Andayani. (2007). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. *JAAI*. Vol. 11, No. 1, Juni, Hal: 35-45.
- Murray, Alan, dkk. 2006. *Do Financial Markets Care about Social and Environmental Disclosure? : Further Evidence and Exploration from the UK*. *Accounting, Auditing, & Accountability Journal* Vol.19 No.2 : 228-225.

- Murwaningsari, Ety. (2008). Beberapa Faktor yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (ERC). *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) ke XI*. Pontianak.
- Pradipta, D.H. dan Purwaningsih, A. (2012). Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC), dengan Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Sebagai Variabel Kontrol. *Simposium Nasional Akuntansi XV*. Banjarmasin.
- Rawi dan Muchlis, Munawar. (2010). *Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage dan Corporate Social Responsibility*. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Refyal, Ilha dan Dwi Martani. (2012). *Pengaruh Adopsi PSAK No.24 Terhadap Earnings Response Coefficient*. *Jurnal Akuntansi & Auditing*. Vol.8, No.2, Mei 2012, hal.97-189.
- Sandi, Khoerul Umam. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*. *Accounting Analysis Journal*. Vol. 2, No. 3, Agustus, Hal: 337-344.
- Sayekti, Yosefa., dan Ludovicus Sensi Wondabio. (2007). Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) ke X*. Makassar.
- Scott, W.R. (2012). *Financial Accounting Theory*. Sixth Edition Canada: Pearson Prentice Hall Inc.
- Setiawati, E., Nursiam, dan Fitri A. (2014). *Analisis Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba*. Seminar Nasional dan Call for Paper (Sancal 2014): Research Methods and Organizational Studies. Hlm.175-188.
- Silalahi, Sem Paulus. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*, Beta dan *Price To Book Value (PBV)* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). *Jurnal Ekonomi*. Vol. 22, No.1, Maret.
- Susanto, Yulius Kurnia. (2012). Determinasi Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 23, No. 3, Desember, Hal: 153-163.
- Wulandari, K.T. dan I.G.A. Wirajaya. (2014). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, hal 355-369.
- Wulansari, Yenny. (2013). *Pengaruh Investment Opportunity Set, Likuiditas dan Leverage Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*. *Jurnal Akuntansi*, Vol 1, No.2, 2013, hal. 1-31.
- Yudiaatmaja, Fridayana. (2013). *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.