

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya tidak terlepas dari kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, manusia disebut dengan makhluk ekonomi. Dalam menjalankan kegiatan ekonomi perlu melibatkan lebih dari satu individu atau suatu organ agar dapat berjalan dengan baik. Kegiatan ekonomi dapat berjalan jika organ yang saling membutuhkan dalam melengkapi dapat bersinergi dengan baik.

“Perusahaan adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi dimana sumber daya (*Input*) dasar diproses untuk menghasilkan barang atau jasa (*Output*) kepada pelanggan. Setiap perusahaan perlu mengetahui perkembangan kegiatan usahanya melalui laporan keuangan.”<sup>1</sup>

” Laporan keuangan merupakan sumber informasi keuangan yang diberikan oleh perusahaan kepada publik, terutama kepada investor dan kreditur. Laba (*Earning*) merupakan ukuran kinerja atau keberhasilan bagi suatu perusahaan dan digunakan oleh investor dan kreditur untuk pertimbangan pengambilan keputusan melakukan investasi atau memberikan tambahan kredit dan menjadi perhatian pihak-pihak tertentu terutama dalam menaksir kinerja atas pertanggungjawaban manajemen dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka, serta dapat dipergunakan untuk memperkirakan prospeknya di masa depan.”<sup>2</sup>

Investor dalam mempertimbangan menetapkan pilihan akan melakukan pembelian, penjualan, atau menahan investasinya. Salah satunya dengan

---

<sup>1</sup> Andre B, Wehantouw dan Jantje J. Tinangon “Analisis Laporan Kas operasi, investasi, dan pendanaan pada PT. Gudang Garam TBK” *Jurnal EMBA*, Vol. 3 No. 01(Maret 2019) hlm., 806-807.

<sup>2</sup> Ratna Wijayanti, “Pengaruh *Leverage*, *Firm Size* dan *Voluntary Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)” *Jurnal WIGA*, Vol. 02 No. 02 (September,2012) hlm. 102-103

menggunakan *Earning Response Coefficient (ERC)* sebagai alternatif untuk mengukur *value relevamce* informasi laba. Biasanya, investor akan melihat dari tingkat tinggi rendahnya ERC. Jika ERC rendah menunjukkan bahwa laba kurang informatif.

“Koefisien respon laba (ERC) adalah untuk mengukur sejauh mana saham abnormal merespon komponen yang tak terduga dari *earnings* yang dilaporkan perusahaan dengan adanya penerbitan saham.”<sup>3</sup>

Pendelagasian wewenang dari *principal* (pemilik) kepada orang lain (agen) merupakan hubungan yang dapat menyebabkan manipulasi yang dilakukan oleh agen terhadap laporan keuangan dengan menyajikan laba yang *overstated*, dan menyebabkan laba yang tercermin di laporan keuangan diragukan kualitasnya.<sup>4</sup>

”Nilai koefisien respon laba diprediksi akan semakin tinggi atau (rendah) dalam merespon kabar baik atau (kabar buruk) yang dilaporkan oleh perusahaan. Selain informasi laba perusahaan, namun pengungkapan sukarela dan pengungkapan tanggung jawab sosial, menjadi perhatian penting bagi investor.”<sup>5</sup>

”Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, “*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan 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

---

<sup>3</sup> Fransiska Sukirman dan Carmel Meiden, ”Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2009” *Auditing*, Vol. 01 No. 01 (Februari, 2012). hlm., 2

<sup>4</sup> Ida Ayu Triesni Wulandari dan Bambang Suprasto Herkulanus, “Konservatisme Akuntansi, *Good Corporate Governance* dan pengungkapan *Corporate social Responsibility* pada *Earning Response Coefficient*” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, (2015) hlm.,174

<sup>5</sup>Sistya Rachmawati, ”Pengaruh pengungkapan sukarela dan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan terhadap koefisien respon laba” *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, Vol. 16 No. 02 (September, 2016) hlm., 142.

kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan”<sup>6</sup>

Leverage berasal dari kata *lever* yang berarti pengungkit. Penggunaan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap untuk memperbesar tingkat penghasilan digambarkan melalui leverage. Leverage dapat diartikan sebagai penggunaan asset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.<sup>7</sup>

Pada umumnya leverage terdapat dua macam, yaitu leverage operasi (*operating leverage*) dan leverage keuangan (*financial leverage*), yang dimaksud dalam penelitian ini adalah leverage keuangan (*financial leverage*). Leverage keuangan menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya.

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar dan kecilnya perusahaan. Semakin besar perusahaan akan semakin banyak informasi publik yang tersedia. Perusahaan yang dapat mengakses pasar modal dengan lebih mudah dapat digolongkan perusahaan besar. Perusahaan besar merupakan perusahaan yang dapat dengan mudah menarik investor dengan mendapatkan modal eksternal dalam jumlah yang besar.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Sistya Rachmawati, "Pengaruh pengungkapan sukarela dan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan terhadap koefisien respon laba" *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, Vol. 16 No. 02 (September, 2016) hlm., 142.

<sup>7</sup> Maisil Delvira dan Nelvirita, "Pengaruh resiko sistematis leverage, dan persistensi laba terhadap Earning Response Coefficient (ERC) (studi perusahaan manufaktur yang go public di BEI tahun 2008-2010" *Jurnal WRA*, Vol. 1 No. 1 (April 2013) hlm., 137.

<sup>8</sup> Made vina christhina dan Sri rahayu, "Pengaruh ukuran perusahaan, struktur modal, dan persistensi laba terhadap earning response coefficient pada perusahaan manufaktur sektor industri di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016" *e-Proceeding of Management*, Vol.5, No.3 (Desember 2018) hlm.,3660

Berikut beberapa penelitian terdahulu mengenai *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient*: Diko Rizki Fajar dan Dini Wahjoe Hapsari dengan penelitiannya yang berjudul "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan *Profitabilitas* terhadap *Earning Response Coefficient* Studi Empiris pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2010-2014)" menyatakan *Corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, struktur modal, dan *profitabilitas* secara simultan berpengaruh terhadap *Earnings response coefficient*. Hasil uji parsial dapat diperoleh informasi sebagai berikut Secara parsial variabel CSR berpengaruh terhadap ERC pada bank yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2014.<sup>9</sup>

Berbeda dari hasil penelitian diatas, penelitian dari Vinta Paulinda Awuy, Yosefa Sayekti, dan Indah Purnamawati dengan judul "Pengaruh pengungkapan *Coorporate Social Responsibility (CSR)*, Terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)* (studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2013-2016)" menyatakan jika Hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC.<sup>10</sup>

Dalam penelitian lain dari Muhamad Fauzan dan Agus Purwanto yang berjudul "Pengaruh pengungkapan *CSR*, *Timelines*, *profitabilitas*, pertumbuhan perusahaan dan resiko sistematik terhadap *Earning Response*

---

<sup>9</sup>Diko Rizki Fajar dan Dini Wahjoe Hapsari, Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, Struktur Modal, dan *Profitabilitas* terhadap *Earning Response Coefficient* Studi Empiris pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2010-2014)"e-*Proceeding of Management*, Vol.3, No.2 (Agustus 2016) hlm., 1716

<sup>10</sup>Vinta paulinda awuy, Yosefa Sayekti, dan Indah Purnamawati, "Pengaruh pengungkapan *Coorporate Social Responsibility (CSR)*, Terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)* (studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2016-2013)"e-*Proceeding of Management*, Vol. 18, No. 1 ( Mei 2016) hlm., 24-25.

*Coefficient (ERC)* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur, Properti dan Pertambangan yang Terlisting di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2014)” mengungkapkan Variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap ERC.<sup>11</sup> Berbeda-bedanya hasil penelitian diatas menimbulkan rasa ketertarikan bagi peneliti tentang kebenaran dari hasil penelitian tentang CSR terhadap *Earning Response Coefficient*.

Penelitian terdahulu tentang *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient* yang ditemukan memiliki ketidaksamaan hasil adalah sebagai berikut: Anak Agung Puteri Kusuma Dewi dan Made Pande Dwiana Putra dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient*” mengatakan hasil penelitian yang diperoleh melalui pengujian statistik, maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif pada *Earnings Response Coefficient*. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage*, maka tingkat *Earnings Response Coefficient* akan semakin rendah. Size berpengaruh negatif pada *Earnings Response Coefficient*. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi size, maka tingkat *Earnings Response Coefficient* akan semakin rendah.<sup>12</sup>

Berbeda dengan hasil diatas, penelitian yang berjudul “Pengaruh *Islamic Social Reporting*, *Leverage* Dan Likuiditas, Terhadap *Earnings Response Coefficient* Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia” oleh Melinda, Euis Nurhayati Indri Yuliafitri mengungkapkan hasil

---

<sup>11</sup>Muhamad Fauzan dan Agus Purwanto, “Pengaruh pengungkapan CSR, Timelines, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan resiko sistematis terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur, Properti dan Pertambangan yang Terlisting di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2014)”*Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 6 No. 1 (2017) hlm., 1-15

<sup>12</sup>Agung Puteri Kusuma Dewi dan Made Pande Dwiana Putra, “Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient*”*E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 19 No.1. (April 2017) hlm., 367-391

penelitiannya jika. Secara simultan *Islamic Social Reporting, Leverage*, dan Likuiditas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.<sup>13</sup>

L.P. Agustina Kartika Rahayu dan I.G.N Agung Suaryana dengan penelitian yang berjudul "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Resiko gagal bayar terhadap koefisien Respon Laba" menyatakan hasil penelitiannya Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada koefisien respon laba. Investor seharusnya memperhatikan ukuran perusahaan dalam menerima informasi laba untuk penilaian perusahaan.<sup>14</sup>

Sejalan dengan penelitian diatas penelitian dari Nur Amanah Jati, Khairunnisa, Siska Priyandani dan Yudowati dengan judul "Pengaruh Risiko Sistematis, Persistensi Laba dan Ukuran Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas100 Periode 2011-2015)" menyatakan hasil jika Berdasarkan hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa risiko sistematis, persistensi laba, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba pada perusahaan yang terdaftar di indeks kompas100 periode 2011-2015. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial masing-masing variabel, risiko sistematis berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba pada perusahaan yang terdaftar di indeks kompas100 periode 2011-2015.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>Melinda dan Euis Nurhayati Indri Yuliafitri, "Pengaruh *Islamic Social Reporting, Leverage* Dan Likuiditas, Terhadap *Earnings Response Coefficient* Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia" *ISEI Accounting Review*, Vol. 2No. 1 (Maret 2018) hlm., 1-13

<sup>14</sup>Agustina Kartika Rahayu dan Agung Suaryana, Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Resiko gagal bayar terhadap koefisien Respon Laba" *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.13.No.2 (November 2015) hlm., 665-684

<sup>15</sup>Nur Amanah Jati, Khairunnisa, Siska Priyandani dan Yudowati, "Pengaruh Risiko Sistematis, Persistensi Laba dan Ukuran Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas100 Periode 2011-2015)" *e-Proceeding of Management*, Vol.4, No.3 (Desember 2017) hlm., 2776

Berbeda dengan dua hasil penelitian diatas, penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh tingkat laba bersih dan ukuran perusahaan terhadap Koefisien respon laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2013-2016” oleh Reynaldo Soeiswanto Soei1, Grace B. Nangoi, dan Meily Y. B. Kalalo menyatakan jika Ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aktiva perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif signifikan terhadap koefisien respon laba.<sup>16</sup> Perbedaan-perbedaan hasil penelitian di atas menimbulkan ketertarikan bagi peneliti .

Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan Manufaktur bukan tanpa alasan. Di tengah pertumbuhan ekonomi Indonesia yang sedang mengalami ketidakpastian. Perusahaan manufaktur memiliki potensi adanya peningkatan investasi dan produktivitas sehingga dapat mendorong nilai tambah bahan baku dalam negeri hingga menggenjot ekspor.

“Mengacu pada *United Nations Industrial Development Organization* (UNIDO) tahun 2018, jika dilihat dari sisi *manufacturing value added*, industry pengolahan Indonesia menunjukkan tren yang terus membaik. Nilai tambah industri nasional meningkat hingga US\$34 miliar, dari tahun 2014 yang mencapai US\$202,82 miliar menjadi US\$236,69 miliar di tahun 2018.”<sup>17</sup>

“Saat ini, Indonesia masuk 10 besar dunia sebagai Negara industri yang bernilai tambah tinggi”, kata sekretaris Jenderal Kementerian Perindustrian

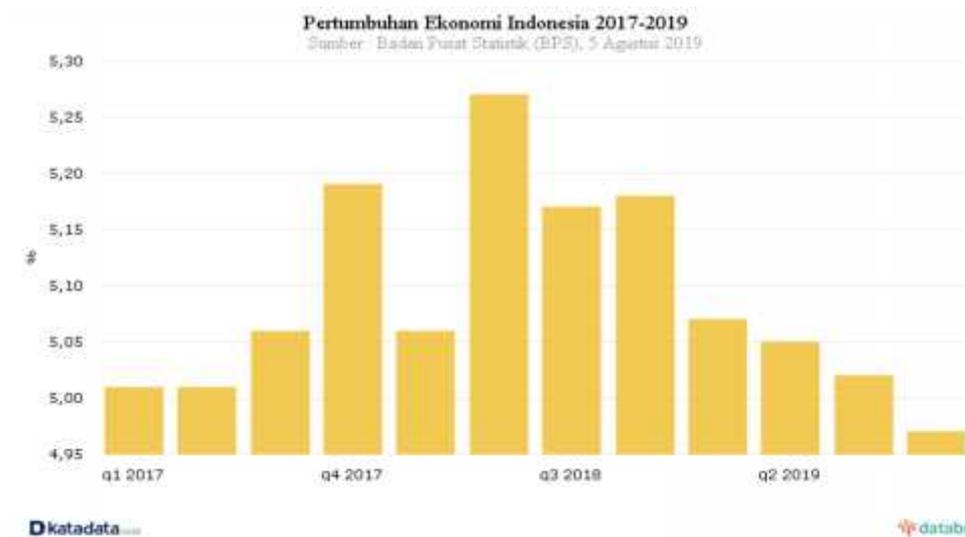
---

<sup>16</sup>Reynaldo Soeiswanto Soei1, Grace B. Nangoi, dan Meily Y. B, “Analisis Pengaruh tingkat laba bersih dan ukuran perusahaan terhadap Koefisien respon laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2013-2016” *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, vol. 13 No. 2 (2018) hlm., 251-260

<sup>17</sup> Annisa Bella, *Membedah keunggulan industry Manufaktur Nasional*, Marketeers, diakses dari <https://marketeers.com/membedah-keunggulan-industri-manufaktur-nasional/> pada tanggal 3 September pukul 10.28.

Haris Munandar di Jakarta. Bahkan ketika ingin mengukur kontribusi industry terhadap perekonomian Negara Indonesia berada di peringkat kelima dunia. Hal ini tercermin dari data World Bank tahun 2017 yang menunjukkan kontribusi sektor manufakturnya Negara-negara di dunia terhadap perekonomian rata-rata sekitar 17%. “artinya produk domestic bruto (PDB) sektor manufaktur Indonesia merupakan yang terbesar di kawasan Asean,” ungkap Haris.<sup>18</sup>

Gambar 1.1



“Indeks saham industri barang konsumsi (*consumer goods*) turun 12,68% per Rabu (18/9). Menurut Analis Paramitra Alfa Sekuritas Evan Fajrin, penurunan indeks sektor ini disebabkan oleh saham-saham emiten rokok yang turun cukup dalam akibat sentimen negatif berupa rencana kenaikan tarif cukai 23% pada 2020. “

<sup>18</sup> Annisa Bella, *Membedah keunggulan industri Manufaktur Nasional*, Marketeers, diakses dari <https://marketeers.com/membedah-keunggulan-industri-manufaktur-nasional/> pada tanggal 3 September pukul 10.28.

Namun tidak di sangka-sangka kenaikan kembali terjadi pada perusahaan manufaktur terutama di bidang industri barang konsumsi, Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), pergerakan IHSG ditutup di level 4.538,93 dengan kenaikan sebesar 2,82 persen atau 124,43 poin dari level penutupan perdagangan sebelumnya. Pada perdagangan Senin (30/3/2020), IHSG ditutup di level 4.414,5 dengan penurunan tajam 2,88 persen atau 131,07 poin. Indeks mulai bangkit ke zona hijau langsung dengan lonjakan sekitar 2 persen pada awal perdagangan Selasa (31/3/2020). Sepanjang perdagangan hari ini, IHSG bergerak di level 4.416,49 – 4.569,47. Seluruh 10 sektor menetap di wilayah positif, dipimpin barang konsumsi (+6,26 persen), perdagangan (4,98 persen), dan industri dasar (+4,03 persen).<sup>19</sup>

Beberapa keterangan diatas mengenai perusahaan Manufaktur merupakan alasan mengapa dalam penelitian ini memilih perusahaan Manufaktur sub sektor Industri barang Konsumsi, selain itu perusahaan Manufaktur juga merupakan lahan yang pas bagi Investor dalam berinvestasi. Bahkan bisa menjadi lahan yang akan memberi keuntungan kepada investor.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage*, dan *firm size* Terhadap *Earning Response Coefficient(ERC)* Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar dalam Daftar Efek Syariah”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage*, dan *Firm Size* berpengaruh Terhadap *Earning Response Coefficient*?

---

<sup>19</sup> Renat sofie Andriani, *IHSG naik 2,82 persen, sektor barang konsumsi pimpin penguatan*, Market diakses dari <https://market.bisnis.com/read/20200331/7/1220378/ihsng-naik-282-persen-sektor-barang-konsumsi-pimpin-penguatan> pada tanggal 17 maret pukul 14.30,

2. *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai pengaruh signifikan Terhadap *Earning Response Coefficient*?
3. *Leverage* mempunyai pengaruh signifikan Terhadap *Earning Response Coefficient*?
4. *Firm Size* mempunyai pengaruh signifikan Terhadap *Earning Response Coefficient*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage*, dan *Firm Size* berpengaruh secara simultan terhadap *Earning Response Coefficient*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Earning Response Coefficient*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Firm Size* terhadap *Earning Response Coefficient*.

### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh

peneliti.<sup>20</sup> Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar seorang peneliti memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti.<sup>21</sup> Adapun asumsi yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga memungkinkan jika suatu perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya akan menambah citra baik bagi suatu perusahaan dan dapat direspon baik oleh investor saat akan berinvestasi.
2. *Leverage* penggunaan biaya tetap atas asset atau beban tetap atas dana untuk meningkatkan hasil (return) pemilik perusahaan.
3. *Firm Size*, dapat digunakan sebagai tolak ukur bagi investor mengenai perusahaan yang bisa dipercaya dalam hal investasi.
4. *Earning Response Coefficient* merupakan alternatif dalam mengukur *value relevance* informasi laba dan untuk mengukur sejauh mana saham abnormal merespon komponen yang tak terduga dari *earning* yang dilaporkan perusahaan dengan adanya penerbitan saham.

Penelitian ini menggunakan variabel *Earning Response Coefficient* dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility*<sup>22</sup>, *Leverage*<sup>23</sup>, dan *Firm*

---

<sup>20</sup>Tim Penyusunan Pedoman Karya Tulis Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm. 10.

<sup>21</sup>Devi Riana dan Lucia Ari Diyani, "Pengaruh Rasio Keuangan dalam Memprediksi Perubahan Laba pada Industri Farmasi (Studi kasus BEI tahun 2011-2014)", *jurnal online instan akuntan*, Vol. 1 No. 1 (Juni, 2016) hlm., 38.

<sup>22</sup>Muhamad Fauzan dan Agus Purwanto, "Pengaruh Pengungkapan Csr, Timeliness, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Resiko Sistemik Terhadap Earning Response Coefficient (Erc) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur, Properti Dan Pertambangan Yang Terlisting Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Pada Periode 2013-2014)"; Ida Ayu Triesni Wulandari Dan Bambang Suprasto Herkulanus "Konservatisme Akuntansi, Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Earnings Response Coefficient"; Kadek Trisna Wulandari dan Gede Ary Wirajaya "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient"; Diko Rizki Fajar dan Dini Wahjoe Hapsari "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings

*Size*<sup>24</sup>. Sedangkan Variabel lainnya yang terdiri dari *Good Corporate Governance*,<sup>25</sup> *Timeliness*,<sup>26</sup> Struktur Modal,<sup>27</sup> Konservatisme Akuntansi,<sup>28</sup> *Voluntary Disclosur*,<sup>29</sup> dan *Islamic Social Reporting*<sup>30</sup> nilainya dianggap konstan (*ceteris paribus*).

---

Response Coefficient (Studi Empiris pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2010-2014); Vinta Paulinda Awuy, Yosefa Sayekti, Dan Indah Purnamawati “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Terhadap Earning Response Coefficient (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2013)”

<sup>23</sup>Ivan Kurnia Dan Sufiyati “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Risiko Sistemik, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012-2014”; Zuhairini Silfia “Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Islamic Social Reporting, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc)”; Anak Agung Puteri Kusuma Dewi Dan Made Pande Dwiana Putra “Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Pada Earnings Response Coefficient”; Maisil Delvira Dan Nelvira “Pengaruh Risiko Sistemik, Leverage Dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc)”; Melinda Dan Euis Nurhayati Indri Yuliafitri “Pengaruh Islamic Social Reporting, Leverage Dan Likuiditas, Terhadap Earnings Response Coefficient Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia”.

<sup>24</sup>Intan Kurnia, Nur Dian Dan M. Cholid Mawardi “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017)”; Nur Amanah Jati, Khairunnisa, Siska Priyandani Dan Yudowati “Pengaruh Risiko Sistemik, Persistensi Laba, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Kompas100 Periode 2011-2015)”; Made Christhina Dewi dan Sri Rahayu, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Responscoefficient Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016”; L.P. Agustina Kartika Rahayu Dan I.G.N Agung Suaryana “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Risiko Gagal Bayar Pada Koefisien Respon Laba”; Reynaldo Soeiswanto Soei1, Grace B. Nangoi, Dan Meily Y. B. Kalalo “Analisis Pengaruh Tingkat Laba Bersih Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2013 – 2016”.

<sup>25</sup>Trendy, Jaminta Sinaga, dan Rafidin Hutapea, “Analisis Corporate Governance Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi Yang Di Listed Di BEI” *Majalah Ilmiah Methoda* Vol. 07 No. 02 (Mei-Agustus, 2017)

<sup>26</sup> Intan Permatasari, Anik Malikhah, dan Moh. Amin “Pengaruh Voluntary Disclosure, Timeliness Laporan Keuangan Dan Praktik Perataan Laba Terhadap Earnings Response Coefficient” *E-JRA* Vol. 09 NO. 02 (Februari, 2020)

<sup>27</sup> Ajeng Wahyuni dan Cacik Rut Damayanti “Pengaruh Persistensi Laba, Struktur Modal Dan Corporate Sosial Responsibility (Csr) Terhadap Earning Response Coefficient (ERC) (Studi Pada BUMN yang Terdaftar di BEI dan Menggunakan Pedoman Global Reporting Initiative (GRI) G4 Periode 2013-2016) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol 78 No. 1 (Januari, 2020)

<sup>28</sup> Desriyana Natalia dan Ni Made Dwi Ratnadi “Pengaruh Konservatisme Akuntansi Dan Leverage Pada Earnings Response Coefficient” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol 20 No. 1 (Juli, 2017)

<sup>29</sup>Merlin Mayang Sari, Ratna Wijayanti Daniar Paramita, dan Muchamad Taufiq, “Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016)” *Progress Conference* Vol 01.No. 01 (Agustus, 2018).

## **E. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan paparan diatas, maka Hipotesis dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. H<sub>1</sub>: *Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Firm size* berpengaruh Terhadap *Earning Response Coefficient*.
2. H<sub>2</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap *Earning Response Coefficient*.
3. H<sub>3</sub>: *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap *Earning Response Coefficient*.
4. H<sub>4</sub>: *Firm Size* berpengaruh signifikan positif terhadap *Earning Response Coefficient*.

## **F. Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menjadi salah satu langkah dalam mengembangkan menerapkan, dan melatih berpikir secara ilmiah sehingga menambah wawasan dan pendalaman ilmu, utamanya mengenai topik dari bahasan penelitian serta sebagai media dalam penyelesaian tugas akhir peneliti.

### **2. Bagi IAIN Madura**

---

<sup>30</sup>Zuhairini Silfia, "Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Islamic Social Reporting, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc)" *Jurnal Ekonomi Akuntansi* Vol. 3 No. 4 (2017).

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi kalangan pendidikan khususnya IAIN Madura dan rekan-rekan mahasiswa beserta para pembacanya pada umumnya.

### **3. Bagi Investor**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh para investor dalam menetapkan pilihan akan melakukan pembelian, penjualan atau menahan investasinya.

### **4. Bagi Pemerintah**

Dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk mengetahui kondisi pasar dan sebagai bahan acuan untuk menarik investor menanamkan saham untuk pertumbuhan ekonomi yang lebih baik.

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang Lingkup dalam Penelitian mencakup batasan variabel-variabel yang diteliti dan objek yang diteliti:

### **1. Ruang Lingkup Variabel**

#### **a. Variabel Independen (Variabel X)**

Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu.<sup>31</sup>

Variabel independen pada penelitian ini terdiri atas tiga variabel yaitu

*Corporate Social Responsibility (X<sub>1</sub>)*, *Leverage (X<sub>2</sub>)*, dan *Firm size (X<sub>3</sub>)*.

---

<sup>31</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012), hlm., 57.

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variable Dependen merupakan variable yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variable bebas.<sup>32</sup>Variabel dependen dalam penelitian ini terdiri atas satu variable yaitu *Earning Response Coefficient*.

2. Ruang Lingkup Objek

Ruang Lingkup objek dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang *go public* yang terdaftar di Daftar Efek Syariah periode 2018-2019, dan untuk data yang dimaksud yaitu perusahaan memiliki data-data yang diperlukan dalam penelitian.

## H. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, sehingga penulis akan menjelaskan istilah-istilah terkait judul penelitian, yaitu:

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen social dari perusahaan sebagai bentuk kepedulian perusahaan atas masyarakat dan juga kelestarian lingkungan serta tanggung jawab terhadap kesejahteraan tenaga kerja perusahaan di dalam praktek bisnis perusahaan.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>Nanang Martono, hlm. 57.

<sup>33</sup>Vinta Paulinda Awuy, Yosefa Sayekti, Dan Indah Purnamawati “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Terhadap Earning Response Coefficient (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2013)”

2. "*Leverage* merupakan penggunaan aset dan sumber dana (*source of fund*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.
3. "*Firm Size* (Ukuran Perusahaan) merupakan suatu skala dimana diklasifikasinya perusahaan tersebut besar atau kecil dengan berbagai proksi seperti total aktiva, kapitalisasi pasar dan penjualan bersih. Perusahaan yang tergolong perusahaan besar adalah perusahaan yang dapat lebih mudah untuk mengakses pasar modal."<sup>34</sup>
4. "*Earning Response Coefficient* merupakan nilai abnormal return suatu sekuritas sebagai tanggapan atau respon pasar terhadap komponen dari laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas yang menimbulkan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diinformasikan oleh perusahaan yang dapat diamati dari pergerakan harga saham."<sup>35</sup>
5. Daftar Efek Syariah (DES) adalah kumpulan efek yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dipasar modal, yang ditetapkan oleh Bapepam-LK atau pihak yang disetujui Bapepam-LK.<sup>36</sup>

Berdasarkan definisi istilah tersebut maka yang dimaksud pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size* terhadap *Earning Response Coefficient* adalah penelitian tentang pengaruh *Corporate Social*

---

<sup>34</sup>Made Christhina Dewi dan Sri Rahayu, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Responscoefficient Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016"

<sup>35</sup>Made Christhina Dewi dan Sri Rahayu, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Responscoefficient Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016"

<sup>36</sup>Otoritas jasa keuangan, *pengantar Daftar Efek Syariah*, OJK, Diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/daftar-efek-syariah/default.aspx> pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 21.08.

*Responsibility, Leverage, dan Firm Size* dengan *Earning Response Coefficient*, dengan objek penelitian di perusahaan Manufaktur subsektor industri barang konsumsi di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.