

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Daftar Efek Syariah

Undang-Undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995 mendefinisikan Efek sebagai Surat Berharga, yaitu surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, Unit Penyertaan. Sedangkan pengertian dari Efek Syariah menurut POJK 15/POJK.4/2015 tentang Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal yaitu, Efek sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Pasar Modal dan pengaturan pelaksanaannya yang:

1. Akad, cara pengelolaan, kegiatan usaha;
2. Aset yang menjadi landasan akad, cara pengelolaan, kegiatan usaha, dan/atau;
3. Aset yang terkait dengan Efek dimaksud dan penerbitnya, tidak bertentangan dengan prinsip syariah di Pasar Modal.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Efek Syariah merupakan surat berharga yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah di Pasar Modal. Efek tersebut dapat berupa saham syariah, reksa dana syariah, dan sukuk serta beberapa efek derivative lainnya.¹

¹ Diakses dari <https://finance.detik.com/ojk/d-3234091/apa-sih-efek-syariah-itu> pada tanggal 11 Agustus 2020, pukul 08.22

Saham-saham syariah yang masuk ke DES adalah saham yang diterbitkan perusahaan yang secara eksplisit mendeklarasikan sebagai saham syariah, atau perusahaan yang memenuhi kriteria saham syariah, sehingga sahamnya ditetapkan sebagai efek syariah oleh OJK.²

2. Gambaran Umum Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Barang Konsumsi

Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Barang Konsumsi di Daftar Efek Syariah (DES) periode 2018-2019 merupakan objek yang digunakan dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan harus memenuhi kriteria yang telah disebutkan. Jadi hanya perusahaan yang memenuhi kriteria yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Jumlah keseluruhan perusahaan yaitu 34 perusahaan, sebagai berikut:

1) ADES (PT Akasha Wira Internasional Tbk.)

“PT Akasha Wira International Tbk (“perusahaan”) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985. Nama perusahaan telah diubah beberapa kali, terakhir pada tahun 2010, ketika nama perusahaan diubah menjadi PT Akasha Wira International Tbk merupakan perusahaan salah satu perusahaan barang-barang konsumen Indonesia yang berkembang terhadap keunggulan melalui terobosan inovatif.³

² Diakses dari <http://keuangansyariah.mysharing.co/mengenal-daftar-efek-syariah-des/> pada tanggal 11 Agustus 2020 pukul 08.36

³ Diakses dari https://www.akashainternational.com/id_ID/our-profile/ pada tanggal 13 Agustus 2020 pukul 18.47

2) BUDI (PT Budi Starch & Sweetener Tbk.)

“PT. Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI) bergerak dalam bidang pembuatan bahan kimia dan produk makanan, termasuk produk turunan. Saat ini, perusahaan bergerak di bidang pembuatan dan penjualan tepung tapioka, pemanis (glukosa, fruktosa, sorbitol dan maltodextrine), kemasan plastik, asam sulfat dan bahan kimia lainnya. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada bulan Januari 1981. Perusahaan beroperasi di bawah kelompok usaha Sungai Budi.”⁴

2) CEKA (PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.)

“Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (sebelumnya Cahaya Kalbar Tbk). CEKA didirikan 03 Februari 1986 dengan nama CV Tjahaja Kalbar dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1971. Kantor pusat CEKA terletak di Kawasan Industri Jababeka II, Jl. Industri selatan m3 Blok GG No. 1, Cikarang Bekasi 17550, Jawa Barat dan Pontianak, Kalimantan Barat.”⁵

3) CLEO (PT. Sariguna Primatirta Tbk)

“PT. Sariguna Primatirta Tbk (CLEO), melakukan bisnis sebagai Tanobel, operasi pertamanya pada 17 September 2003. Memproduksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dengan merek Anda, diproses dari Gunung Arjuna Spring di Pandaan. Pada tanggal 7 Maret 2004, Cleo Pure Water diluncurkan sebagai salah satu produk unggulan Tanobel dalam berbagai kemasan.”⁶

⁴ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/BUDI/PT-Budi-Starch-Sweetener-Tbk> pada 13 Agustus 2020 pada pukul 18.57

⁵ Diakses dari <https://britama.com/index.php/2012/10/sejarah-dan-profil-singkat-ceka/> pada tanggal 13 Agustus 2020 pada pukul 19.06

⁶ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/cleo/pt-sariguna-primatirta-tbk> pada tanggal 13 Agustus 2020 pada pukul 19.09

4) DVLA (PT Darya-varia Laboratoria Tbk.)

“PT Darya-Varia Laboratoria Tbk (“Darya-Varia atau Perusahaan”) adalah perusahaan farmasi yang telah lama berdiri di Indonesia, beroperasi sejak tahun 1976. Setelah menjadi perusahaan terbuka pada tahun 1994. Perusahaan mengakuisisi PT Pradja Pharin (Prafa) di tahun 1995, dan terus mengembangkan berbagai produk obat resep dan *Customer health*. Pada Juli 2014, Darya-Varia bergabung (merger) dengan Prafa.”⁷

5) HOKI (PT Buyung Poetra Sembada Tbk.)

“PT. Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) bergerak dalam bidang pengolahan dan distribusi beras bermerek premium. Perusahaan didirikan di Jakarta pada tanggal 16 September 2003. Tujuan pendirian perusahaan adalah sebagai bentuk pengembangan usaha dari Toko Buyung Palembang (didirikan sejak 1977) untuk mendistribusikan beras TOPIKOKI di Jakarta.”⁸

6) HRTA (PT Hartadinata Abadi Tbk.)

“selama lebih dari 20 taun, melalui produk-produk perhiasan dan jaringan ritelnya, PT Hartadinata Abadi Tbk. Hadir melayani masyarakat Indonesia melalui keindahan, inovasi dan pelayanan. Sebagai perusahaan terbuka, Hartadinata menjadi pionir di industry manufaktur perhiasan emas tanah air .”⁹

⁷ Diakses dari <https://britama.com/index.php/2012/10/sejarah-dan-profil-singkat-ceka/> pada tanggal 13 Agustus 2020 pada pukul 19.06

⁸ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/hoki/pt-buyung-poetra-sembada-tbk> pada tanggal 13 Agustus 2020 pada pukul 19.18

7) ICBP (PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk)

“PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) bergerak dalam bidang pembuatan mie dan bahan makanan, produk makanan kuliner, biskuit, makanan ringan, nutrisi dan makanan khusus, kemasan, perdagangan, transportasi, pergudangan dan cold storage, jasa manajemen dan penelitian dan pengembangan.”¹⁰

8) INAF (PT Indofarma (persero) Tbk.)

“PT. Indofarma (Persero) Tbk (INAF) adalah produsen obat-obatan, yang terdiri dari beberapa kategori produk, yaitu Unbranded Generic atau OTC Over the Counter (OTC), obat generik, rapid diagnostic test, dan lain-lain. Selain itu, Indofarma juga memproduksi bahan kemasan, mesin, peralatan dan infrastruktur yang berkaitan dengan industri farmasi dan lainnya. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial dan berproduksi pada tahun 1983. Produk perusahaan dipasarkan baik di dalam negeri maupun di luar negeri.”¹¹

9) INDF (PT Indofood Sukses Makmur Tbk.)

“PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) bergerak dalam bidang makanan olahan, bumbu, minuman, kemasan, minyak goreng, pabrik gandum dan pabrik pembuatan karung tepung. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1990.”¹²

10) KAEF (PT Kimia Farma (Persero) Tbk.)

¹⁰ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/icbp/pt-indofood-cbp-sukses-makmur-tbk> pada tanggal 13 Agustus 2020 pada pukul 19.27

¹¹ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/inaf/pt-indofarma-persero-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pada pukul 18.28

¹² Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/indf/pt-indofood-sukses-makmur-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pada pukul 18.35

“PT. Kimia Farma Tbk (KAEF) adalah perusahaan perawatan kesehatan terpadu. Perusahaan ini bergerak dalam bidang produksi, pengolahan, pemasaran, dan pendistribusian bahan kimia, farmasi, biologis, dan bahan lainnya di Indonesia.”¹³

11) KINO (PT Kino Indonesia Tbk.)

“PT. Kino Indonesia Tbk (KINO) bergerak dalam kegiatan produksi dan distribusi barang konsumsi terpadu dengan produk seperti body care, makanan dan minuman, dan farmasi. Saat ini Kino Indonesia memiliki 19 merek dengan 16 kategori produk dimana beberapa di antaranya berhasil mendapatkan pilihan merek teratas di kalangan konsumen. Kino Indonesia juga memiliki joint venture dengan Morinaga & Company Limited dari Jepang untuk mengembangkan bisnis mereka di Indonesia. Ini adalah PT. Morinaga Kino Indonesia, yang resmi dibentuk pada 2013.”¹⁴

12) KLBF (PT Kalbe Farma Tbk.)

“PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) bergerak di bidang pengembangan, pembuatan dan perdagangan sediaan farmasi termasuk obat-obatan dan produk kesehatan konsumen. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1966.”¹⁵

13) LMPI (PT Langgeng Makmur Industri Tbk.)

¹³ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/kaef/pt-kimia-farma-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pada pukul 18.39

¹⁴ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/kino/pt-kino-indonesia-tbk#dividend> pada tanggal 15 Agustus 2020 pada pukul 18.47

¹⁵ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/klbf/pt-kalbe-farma-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pada pukul 18.50

“PT. Langgeng Makmur Industri Tbk (LMPI) bergerak di bidang pembuatan peralatan rumah tangga berbahan plastik, peralatan dapur berbahan aluminium, pipa PVC dan tas anyaman plastik. Produk perusahaan dipasarkan di pasar domestik dan internasional. Perusahaan memulai operasi komersialnya pada tahun 1976.”¹⁶

14) MBTO (PT Martina Berto Tbk.)

“PT. Martina Berto Tbk (MBTO) bergerak dalam bidang pembuatan dan perdagangan jamu tradisional dan produk kosmetik. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada bulan Desember 1981. Produk perusahaan dipasarkan di pasar domestik dan internasional.”¹⁷

15) PCAR (PT Prima Cakrawala Tbk.)

“PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk (PCAR) didirikan pada tanggal 29 Januari 2014. Kegiatan usaha utama perusahaan adalah industri produk perikanan, khususnya kepiting yang memiliki 3 (tiga) pabrik di Semarang, Indramayu, dan Makassar. Perusahaan ini mengeksport produknya ke berbagai importir di Amerika Serikat, Singapura dan Bahrain disamping penjualan domestik. Perusahaan memulai kegiatan usaha komersial di tahun 2014.”¹⁸

16) PSDN (PT Prasadha Aneka Niaga Tbk.)

¹⁶ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/lmpi/pt-langgeng-makmur-industri-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 18.54

¹⁷ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/mpto/pt-martina-berto-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 18.57

¹⁸ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/pcar/pt-prima-cakrawala-abadi-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19,17

“PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk (PSDN) bergerak dalam bidang pengolahan dan perdagangan produk pertanian. Perusahaan memulai operasi komersialnya pada tahun 1974. Innovest Offshore Venture Ltd., British Virgin Islands, adalah perusahaan induk langsung dan perusahaan induk utama bagi perusahaan dan anak perusahaannya.”¹⁹

17) PYFA (PT Pyridam Farma Tbk,)

“PT. Pyridam Farma Tbk (PYFA) bergerak dalam bidang produksi dan pengembangan obat-obatan (farmasi) dan perdagangan peralatan medis. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1977.”²⁰

18) ROTI (PT Nippon Indosari Corpindo Tbk,)

“PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) bergerak dalam bidang pembuatan, penjualan dan distribusi roti dengan merek dagang "Sari Roti". Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1996.”²¹

19) SIDO (PT Industri jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.)

“PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) bergerak dalam bidang industri herbal seperti industri medis (farmasi), herbal, kosmetik, makanan dan minuman yang berkaitan dengan kesehatan, perdagangan, transportasi darat dan jasa”²²

20) TCID (PT Mandom Indonesia Tbk.)

¹⁹ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/psdn/pt-prasadha-aneka-niaga-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19.21

²⁰ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/pyfa/pt-pyridam-farma-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19.24.

²¹ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/roti/pt-nippon-indosari-corpindo-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19.28

²² Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/sido/pt-industri-jamu-dan-farmasi-sido-muncul-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19.31

“PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID) bergerak di bidang pembuatan dan perdagangan kosmetik, parfum, bahan pembersih dan wadah plastik termasuk bahan utama, mesin dan peralatan untuk pembuatan dan kegiatan pendukung usaha seperti perdagangan impor kosmetik, parfum, bahan pembersih. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada bulan April 1971. Pabrik yang berlokasi di Kawasan Industri MM2100, Cibitung, Jawa Barat mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 4 Januari 2001.”²³

21) TSPC (PT Tempo Scan Pacific Tbk.)

“PT. Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) bergerak dalam bisnis farmasi. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1970. PT. Bogamulia Nagadi adalah perusahaan induk PT. Tempo Scan Pacific Tbk dan anak perusahaan.”²⁴

22) UL TJ (PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.)

“PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) bergerak di industri makanan dan minuman. Di bagian minuman, Perusahaan memproduksi berbagai minuman seperti susu, jus buah, teh, minuman tradisional dan minuman kesehatan, yang diproduksi dengan teknologi UHT (Ultra High Temperature), dan dikemas dalam bahan kemasan aseptik. Di bagian makanan, Perusahaan memproduksi susu kental manis, susu bubuk, dan konsentrat jus buah tropis.

²³ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/tcid/pt-mandom-indonesia-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19.40

²⁴ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/tspc/pt-tempo-scan-pacific-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19.43

Perusahaan memasarkan semua produknya dengan penjualan langsung, penjualan tidak langsung, dan perdagangan modern.”²⁵

23) UNVR (PT Unilever Indonesia Tbk.)

“PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) bergerak dalam bidang manufaktur, pemasaran dan distribusi barang konsumsi termasuk sabun, deterjen, margarin, makanan berbasis susu, es krim, produk kosmetik, minuman berbasis teh dan jus buah. Portofolio perusahaan mencakup banyak merek yang dicintai dan terkenal di dunia, seperti Pepsodent, Pond's, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall's, Blue Band, Royco, Bango dan masih banyak lagi. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1933.”²⁶

Dan berikut data dari *Corporate Social Responsibility, Leverage, Firm Size* dan *Earning Response Coefficient*.

Tabel 4.1

Daftar Perhitungan Variabel *Corporate Social Responsibility, Leverage, Firm Size* dan *Earning Response Coefficient*

No.	Kode Saham	Tahun	CSR	Leverage	Firm Size	ERC
1.	ADES	2018	0,28	0,45	13,68	1,91

²⁵ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/ulti/pt-ultra-jaya-milk-industry-trading-company-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19.47

²⁶ Diakses dari <https://www.idnfinancials.com/id/unvr/pt-unilever-indonesia-tbk> pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 19.51

		2019	0,29	0,31	13,61	0,07
2.	BUDI	2018	0,42	0,64	8,12	1,16
		2019	0,43	0,57	8,00	3,35
3.	CEKA	2018	0,38	0,16	27,78	1,27
		2019	0,40	0,19	27,96	0,08
4.	CLEO	2018	0,45	0,24	13,63	0,31
		2019	0,43	0,38	14,03	0,77
5.	DVLA	2018	0,46	0,29	21,24	2,89
		2019	0,45	0,29	21,32	1,22
6.	HOKI	2018	0,35	0,26	27,35	1,12
		2019	0,36	0,24	27,46	0,61
7.	HRTA	2018	0,34	0,29	14,24	0,94
		2019	0,35	0,47	14,65	0,17
8.	ICPB	2018	0,47	0,34	10,44	0,52
		2019	0,49	0,31	10,56	1,21
9.	INAF	2018	0,34	0,65	14,18	2,59
		2019	0,35	0,63	14,14	0,02
10.	INDF	2018	0,56	0,48	11,47	1,38
		2019	0,58	0,44	11,47	1,24
11.	KAEF	2018	0,60	0,63	16,24	1,34
		2019	0,61	0,59	16,72	0,65
12.	KINO	2018	0,47	0,39	15,09	2,50
		2019	0,49	0,43	15,36	2,61
13.	KLBF	2018	0,61	0,16	16,71	3,07
		2019	0,60	0,17	16,82	0,96
14.	LMPI	2018	0,10	0,58	13,57	2,35
		2019	0,11	0,61	13,51	3,14
15.	MBTO	2018	0,50	0,54	13,38	0,19
		2019	0,49	0,60	13,28	1,14
16.	PCAR	2018	0,34	0,25	4,76	0,88
		2019	0,35	0,32	4,82	3,52
17.	PSDN	2018	0,14	0,65	13,45	2,77
		2019	0,15	0,77	13,54	2,39
18.	PYFA	2018	0,37	0,36	12,13	1,34
		2019	0,38	0,35	12,15	3,37
19.	ROTI	2018	0,40	0,34	8,38	2,61
		2019	0,41	0,34	8,45	1,13
20.	SIDO	2018	0,40	0,13	15,02	0,85
		2019	0,38	0,13	15,07	3,34
21.	TCID	2018	0,35	0,19	14,70	3,47
		2019	0,36	0,21	14,75	1,26
22.	TSPC	2018	0,10	0,31	15,87	0,48
		2019	0,11	0,31	15,94	1,55

23	ULTJ	2018	0,28	0,14	15,53	0,63
		2019	0,31	0,14	15,70	1,07
24	UNVR	2018	0,52	0,64	9,91	0,16
		2019	0,55	0,74	9,93	1,75

Tabel 4.2

Hasil Perhitungan *Earning Response Coefficient* (ERC)

No.	Kode Saham	Tahun	CAR (Abnormal)	UP	ERC $\frac{CAR}{UP}$
1.	ADES	2018	0,3746	0,3848	1,91
		2019	-0,0704	-0,9984	0,07
2.	BUDI	2018	-0,1093	0,1050	1,16
		2019	0,0895	0,0267	3,35
3.	CEKA	2018	-0,1743	-0,1375	1,27
		2019	0,103	1,3255	0,08
4.	CLEO	2018	0,0828	0,2608	0,31
		2019	0,8274	1,0668	0,77
5.	DVLA	2018	0,6859	0,2367	2,89
		2019	0,1289	0,1053	1,22
6.	HOKI	2018	0,9882	0,8842	1,12
		2019	0,0919	0,1499	0,61
7.	HRTA	2018	0,1115	0,1187	0,94
		2019	0,0195	0,1160	0,17
8.	ICPB	2018	0,1651	0,3148	0,52
		2019	0,1816	0,1505	1,21
9.	INAF	2018	-0,7595	-0,2927	2,59
		2019	-0,018	-0,7568	0,02
10	INDF	2018	-0,0365	-0,0265	1,38
		2019	-0,1956	0,1896	1,24
11	KAEF	2018	0,8236	0,6131	1,34
		2019	0,6294	0,9703	0,65
12	KINO	2018	0,9225	0,3684	2,50
		2019	0,6351	2,4346	2,61
13	KLBF	2018	0,0657	0,0179	3,67
		2019	0,0584	0,0162	0,96
14	LMPI	2018	1,1511	0,4897	2,35
		2019	-0,3195	-0,1017	3,14
15	MBTO	2018	0,9222	4,8374	0,19
		2019	-0,4709	-0,4134	1,14
16	PCAR	2018	17,6275	20,00	0,88

		2019	0,7975	0,2261	3,52
17	PSDN	2018	1,2424	0,4484	2,77
		2019	-1,073	-0,4471	2,39
18	PYFA	2018	0,2475	0,1852	1,34
		2019	0,3575	0,1059	3,37
19	ROTI	2018	-0,1547	-0,0592	2,61
		2019	0,9773	0,8661	1,13
20	SIDO	2018	0,845	0,9987	0,85
		2019	0,7073	0,2116	3,34
21	TCID	2018	-0,1000	-0,0288	3,47
		2019	-0,2089	-0,1656	1,26
22	TSPC	2018	0,052	0,1078	0,48
		2019	0,2085	0,1345	1,55
23	ULTJ	2018	0,1052	0,0233	0,63
		2019	0,1479	0,4764	1,07
24	UNVR	2018	0,0478	0,2963	0,16
		2019	-0,3254	-0,1858	1,75

B. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data.²⁷ Hasil statistic dari data variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.3 dibawah ini

TABEL 4.3
Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	48	.10	.61	.3887	.13589
LEVERAGE	48	.13	.77	.3885	.18258
FIRM SIZE	48	4.76	27.96	14.5023	5.19294
ERC	48	.02	3.52	1.5281	1.06802
Valid N (listwise)	48				

Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai *Corporate social Responsibility* memiliki nilai minimum sebesar 0,10, nilai maximum sebesar 0,61 dan nilai Mean sebesar 0,3888 dengan std. deviasi sebesar 0,13589. Perusahaan yang memiliki nilai *Corporate social Responsibility* terendah adalah PT Langgeng Makmur Industri Tbk. (LMPI) pada tahun 2018 yaitu sebesar 0,10. Sedangkan perusahaan yang memiliki nilai *Corporate social Responsibility* tertinggi yaitu PT Kalbe Farma (Persero) Tbk. Pada tahun 2018 yaitu sebesar 0,61.

Leverage memiliki nilai minimum sebesar 0,13, nilai maximum sebesar 0,77, dan nilai Mean sebesar 0,3885 dengan std. deviasi sebesar 0,18258. Perusahaan yang memiliki nilai *Leverage* terendah adalah PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Pada tahun 2018 dan 2019 yaitu sebesar 0,13. Sedangkan

²⁷ Diakses dari <https://www.statistikian.com/2012/10/analisis-deskriptif-dengan-excel.html?amp> pada tanggal 18 November 2020 jam 10.21 WIB.

perusahaan dengan nilai *Leverage* tertinggi adalah PT Prashida Aneka Niaga pada tahun 2019 sebesar 0,77.

Firm Size memiliki nilai minimum sebesar 4,76, nilai maximum sebesar 27,96, dan nilai Mean sebesar 14,5023 dengan std. Deviation sebesar 5,19294. Perusahaan yang memiliki nilai *Firm Size* terendah adalah PT Prima Cakrawala Tbk Pada tahun 2018 Sebesar 4,76. Sedangkan perusahaan dengan nilai *Firm Size* tertinggi adalah PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. pada tahun 2019 yaitu sebesar 27,96.

Sedangkan *Earning Response Coefficient* memiliki nilai minimum sebesar 0,02, nilai maximum sebesar 3,52, dan nilai Mean sebesar 1,5281, dengan std, deviasi sebesar 1,06802. Perusahaan yang memiliki nilai *Earning Response Coefficient* terendah adalah PT Indofarma (Persero) Tbk. Pada tahun 2019 yaitu sebesar 0,02. Perusahaan dengan *Earning Response Coefficient* tertinggi adalah PT Prima Cakrawala Tbk pada tahun 2019 yaitu sebesar 3,52.

C. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan uji regresi linear berganda. Hal ini untuk memastikan apakah model tersebut terdapat masalah multikolinearitas, heterokedastisitas, autokorelasi, dan normalitas. Jika sudah terpenuhi maka model analisis layak digunakan.

Untuk melakukan uji asumsi klasik dalam penelitian diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam sebuah model regresi yaitu dengan mengamati nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut-off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.²⁸ Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel independent (multikolinieritas). Maka dapat disimpulkan jika tidak terjadi multikolinieritas, yang dapat dilihat dari tabel 4.4 dibawah ini.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 CSR	.997	1.003
LEVERAGE	.869	1.151
FIRM SIZE	.869	1.151

a. Dependent Variable: ERC
Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.4 nilai VIF pada variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar $1,003 < 10$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,997 > 0,10$, sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas. Nilai VIF pada variabel Leverage sebesar $1,151 < 10$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,869 > 0,10$, maka tidak ada gejala multikolinieritas. Begitupun nilai VIF dari variabel *Firm Size* adalah sebesar $1,151 <$

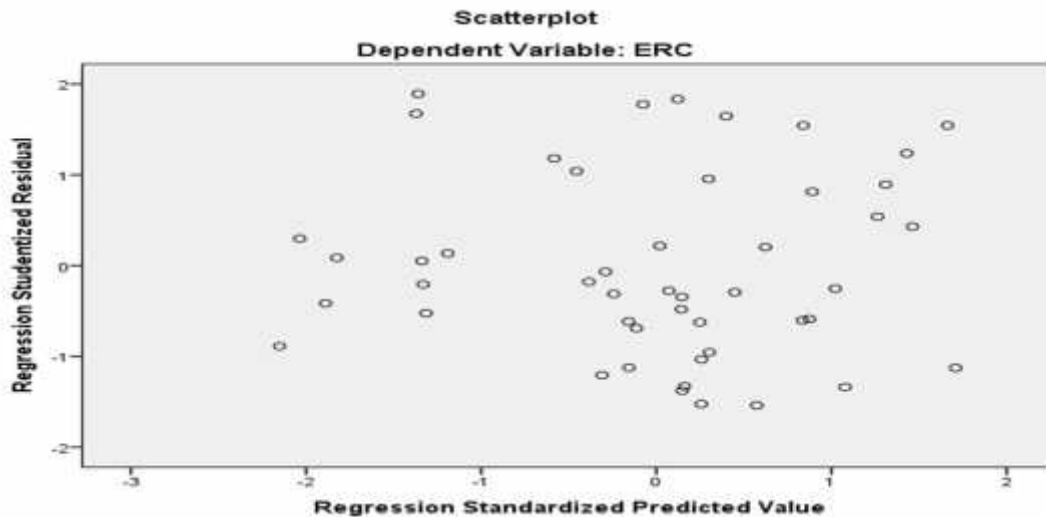
²⁸ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Akuntansi*, hlm., 87.

10 dan nilai *tolerance* sebesar $0,869 > 0,10$ sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan *Corporate social Responsibility*, *Leverage* dan *Firm Size* dengan *Earning Response Coefficient* tidak terjadi gejala multikolinieritas.

2. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heterokedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, sehingga disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang homokedastisitas dan tidak terjadi heterokedastisitas.²⁹

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas
Model Regresi (CSR, Leverage, Firm Size Terhadap ERC)



Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20

²⁹ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Akuntansi*, hlm., 91.

Gambar diatas menunjukkan jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka nol pada sumbu X dan Y. jadi penulis menyimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan penganggi pada periode t dengan kesalahan periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem autokorelasi. Munculnya autokorelasi biasanya disebabkan karena munculnya oservasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain.³⁰ Dan untuk model regresi dapat dikatakan baik jika regresi bebas dari autokorelasi.

Keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini dapat diuji dengan menggunakan metode Durbin Watson berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Keputusan Uji Durbin Watson

No	Persamaan	Keputusan
1	$D1 < DL$	Ada korelasi positif
2	$DL \leq DW \leq DU$	Tidak dapat mengambil kesimpulan apa-apa
3	$DU < DW < 4 - DU$	Tidak ada korelasi positif dan negated
4	$4 - DU \leq DW \leq 4 - DL$	Tidak dapat mengambil kesimpulan apa-apa
5	$DW > 4 - DL$	Ada korelasi negatif

Sumber : Nacrowi D Nachrowi, Pendekatan populer dan praktis Ekonometrika untuk analisi Ekonomi dan Keuangan

³⁰³⁰ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Akuntansi*, hlm., 92

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokorelasi
Model Regresi (CSR, Leverage, Firm Size Terhadap ERC)
Model Summary^b

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.253 ^a	.064	.000	1.06800	1.657

a. Predictors: (Constant), FIRM SIZE, CSR, LEVERAGE

b. Dependent Variable: ERC

Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20.

Berdasarkan hasil dari tabel yang diperoleh, hasil DW hitung sebesar 1,657. Kemudian dibandingkan dengan nilai tabel pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi berdasarkan keputusan dalam uji Durbin Watson

Tabel 4.7
Pengujian Pengambilan Keputusan Durbin Watson.

DL	DU	4-DL	4-DU	DW	Keputusan
1,4064	1,6708	2,5936	2,3292	1,657	Tidak dapat mengambil keputusan apa-apa

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai DW 1,657. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikan 0,05 dan jumlah data (n) = 48, serta jumlah k (jumlah variabel Independent) = 3, sehingga diperoleh nilai du sebesar 1,6708. Apabila nilai (DL ≤ DW ≤ DU) (1,4064 < 1,657 < 1,6708), seperti yang tertera pada tabel pengambilan keputusan durbin Watson diatas, maka tidak ada kesimpulan yang pasti tentang ada tidaknya gejala autokorelasi dari data tersebut. Maka dalam

mengatasi masalah autokorelasi tersebut diperlukan dengan uji run test. Dan berikut hasil dari uji run test.

Tabel 4.8
Hasil Uji Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.23138
Cases < Test Value	24
Cases >= Test Value	24
Total Cases	48
Number of Runs	19
Z	-1.605
Asymp. Sig. (2-tailed)	.109

a. Median

Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20

Berikut dasar pengambilan keputusan dalam uji run test:

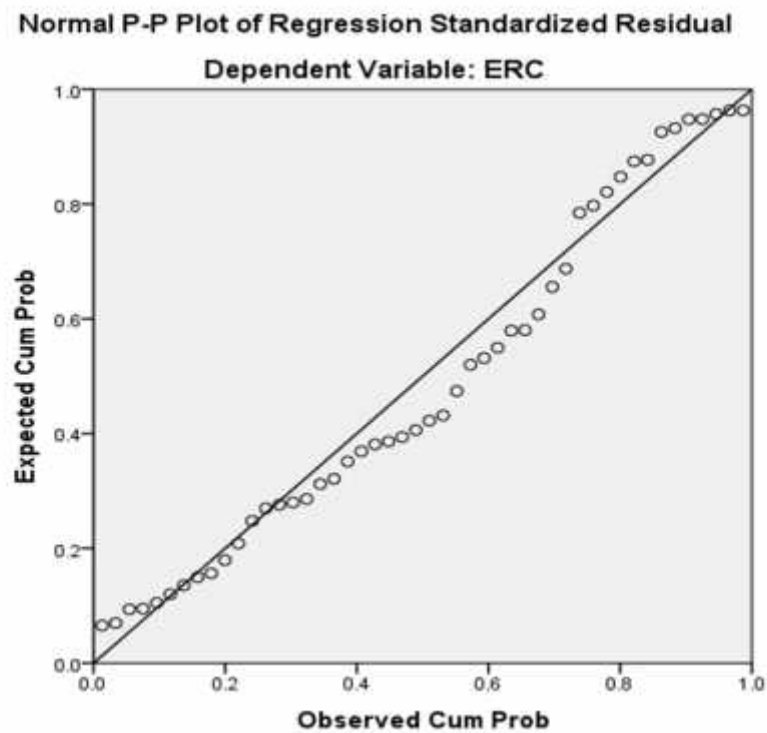
- 1) Jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) lebih kecil < dari nilai 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi
- 2) Sebaliknya Jika nilai Asymp.Sig. (tailed) lebih besar < dari nilai 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

Berdasarkan hasil uji run test diatas, diketahui Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,109 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan menguji data variabel (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel bebas berdistribusi mendekati normal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20.

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal data maka data dapat dikatakan berdistribusi normal, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal. Model ini sudah memenuhi uji asumsi klasik dan layak dilanjutkan.

Untuk lebih memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, maka dalam penelitian ini juga dilakukan one-sample kolmogrov-smirnov. Berikut hasil uji one-sample kolmogrov-smirnov penelitian ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji One-Sampel Kolmogrov-smirnor

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.03334858
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.779
Asymp. Sig. (2-tailed)		.579

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji one-sample kolmogrof smirnov diatas, diperoleh nilai kolmogrof-smirnof Z sebesar 0,779 dengan signifikan 0.579 lebih dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) ini berarti data berdistribusi normal.

D. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah pengembangan dari regresi linear sederhana, dan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*Independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*Dependent*). Perhitungan regresi

dapat dilihat dari tabel dibawah ini menggunakan *Unstandardized Coefficient* yang diperoleh dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4.10
Hasil Perhitungan Regresi linear Berganda
Model Regresi (CSR, Leverage, Firm Size Terhadap ERC)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.593	.847		3.060	.004
1 CSR	-1.213	1.148	-.154	-1.056	.297
LEVERAGE	.029	.915	.005	.032	.974
FIRM SIZE	-.042	.032	-.203	-1.296	.202

a. Dependent Variable: ERC

Sumber data : Output SPSS, data diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil analisis menggunakan SPSS versi 20, maka dapat digunakan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = + X_1CSR + X_2LEVERAGE + X_3FIRMSIZE + e$$

$$ERC = 2,593 + (-1,213) CSR + 0,029 Leverage + (-0,042)Firm Size + e$$

Hasil persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta (a) sebesar 2,593. Artinya apabila variabel Independen bernilai tetap atau konstan maka dapat meningkatkan nilai *Earning Response Coefficient* sebesar 2,593.

Nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -1,213. artinya bahwa setiap peningkatan nilai *Corporate Social Responsibility*

(CSR) sebesar 1 satuan akan mengurangi nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) sebesar -1,213.

Nilai koefisien regresi variabel *Leverage* sebesar 0,029. Artinya bahwa setiap peningkatan nilai *Leverage* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) sebesar 0,029.

Nilai koefisien regresi variabel *Firm Size* sebesar -0,042 artinya adalah setiap peningkatan nilai *Firm Size* sebesar 1 satuan dapat mengurangi nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) sebesar -0,042.

2. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independent yang diamati berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut data yang diperoleh.

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.424	3	1.141	1.001	.402 ^b
	Residual	50.187	44	1.141		
	Total	53.611	47			

a. Dependent Variable: ERC

b. Predictors: (Constant), FIRM SIZE, CSR, LEVERAGE

Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20.

Pada tabel Uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 1,001 dengan tingkat signifikansi 0,402 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,81. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$. maka variabel bebas pada penelitian ini tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

Dapat dilihat jika pada tabel 4.7 hasil uji F (Simultan) bahwasanya dari 3 variabel independen yaitu *Corporate social responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size* secara simultan atau secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient*. Hasil ini menunjukkan jika model regresi ini dikatakan kurang baik.

3. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen, artinya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel independent (bebas) yang terdiri dari *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage*, dan *Firm Size*, terhadap variabel dependen (terikat) yaitu *Earning Response Coefficient*. Berikut data yang diperoleh.

Tabel 4.12
Hasil Analisis Uji t (Parsial)
Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.593	.847		3.060	.004
1 CSR	-1.213	1.148	-.154	-1.056	.297
LEVERAGE	.029	.915	.005	.032	.974
FIRM SIZE	-.042	.032	-.203	-1.296	.202

a. Dependent Variable: ERC

Sumber data : Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20.

Berdasarkan tabel analisis uji t diatas, pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility menunjukkan t_{hitung} sebesar -1,506 dengan nilai signifikansi 0,297 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $-1,506 < 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,297 > 0,05$ sehingga H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

b. *Leverage*

Leverage menunjukkan t_{hitung} sebesar 0,032 dengan nilai signifikansi sebesar 0,974 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $0,032 < 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,974 > 0,05$ sehingga H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

c. *Firm Size*

Firm Size menunjukkan t_{hitung} sebesar -1,296 dengan nilai signifikansi sebesar 0,202 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $-1,296 < 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,202 > 0,05$ sehingga H_3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Firm Size* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

Jadi dapat disimpulkan jika ketiga variabel Independen yaitu *Corporate social Responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size* tidak berpengaruh secara parsial

terhadap variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient*. Hasil ini menunjukkan jika model regresi ini dikatakan kurang baik.

4. Koefisien Desteterminasi (r^2)

Koefisien desteterminasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen dengan melihat Adjust R square. Berikut koefisien desteterminasi (r^2).

Tabel 4.13
Hasil Analisis Koefisien Desteterminasi (r^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.253 ^a	.064	.000	1.06800

a. Predictors: (Constant), FIRM SIZE, CSR, LEVERAGE

b. Dependent Variable: ERC

Sumber data: Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20.

Berdasarkan hasil analisis koefisien desteterminasi terlihat bahwa besarnya Adjust Square adalah 0,064 atau 6,4%. Hal ini berarti sebesar 6,4% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 6,4% variabel *Earning Response Coefficient* dijelaskan oleh variabel variasi variabel independen *Corporate social Responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size*. Sedangkan sisanya (100%-6,4%) 93,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Berdasarkan beberapa hasil uji diatas, ketiga variabel tersebut tidak ada yang memenuhi nilai signifikan atau tidak ada yang signifikan, maka peneliti memutuskan untuk mengganti model matematis dari regresi linear berganda, menjadi $Y = X_1CSR$

+ X_2 LEVERAGE + X_3 FIRMSIZE + e. berikut hasil tabel dan hasil analisis setelah peneliti mengganti model matematis.

E. Uji Hipotesis setelah mengganti model Matematis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.14
Hasil Perhitungan Regresi linear Berganda
Model Regresi (CSR, Leverage, Firm Size Terhadap ERC)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	CSR	.782	1.029	.173	.760	.451
	LEVERAG	1.823	.765	.421	2.383	.021
	FIRM					
	SIZE	.030	.024	.245	1.227	.226

a. Dependent Variable: ERC

b. Linear Regression through the Origin

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil analisis menggunakan SPSS versi 20, maka dapat digunakan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = X_1CSR + X_2LEVERAGE + X_3FIRMSIZE + e$$

$$ERC = 0,173CSR + 0,421 \text{ Leverage} + 0,245\text{Firm Size} + e$$

Hasil persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,173. artinya bahwa setiap peningkatan nilai *Corporate Social Responsibility*

(CSR) sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) sebesar 0,173

Nilai koefisien regresi variabel *Leverage* sebesar 0,421. Artinya bahwa setiap peningkatan nilai *Leverage* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) sebesar 0,421.

Nilai koefisien regresi variabel *Firm Size* sebesar 0,245 artinya adalah setiap peningkatan nilai *Firm Size* sebesar 1 satuan dapat meningkatkan nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) sebesar 0,245.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 4.15
Hasil Analisis Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	104.835	3	34.945	25.836	.000 ^c
Residual	60.864	45	1.353		
Total	165.699 ^d	48			

a. Dependent Variable: ERC

b. Linear Regression through the Origin

c. Predictors: FIRM SIZE, LEVERAGE, CSR

d. This total sum of squares is not corrected for the constant because the constant is zero for regression through the origin.

Sumber data: Output SPSS, diolah menggunakan SPSS 20

Pada tabel Uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 25,836 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,81. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. maka variabel bebas pada penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

Dapat dilihat jika pada tabel 4.8 hasil uji F (Simultan) bahwasanya dari 3 variabel independen yaitu *Corporate social responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size* secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient*.

3. Uji T (Parsial)

Tabel 4.16
Hasil Analisis Uji t (Parsial)
Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	CSR	.782	1.029	.173	.760	.451
	LEVERAG E	1.823	.765	.421	2.383	.021
	FIRM SIZE	.030	.024	.245	1.227	.226

a. Dependent Variable: ERC

b. Linear Regression through the Origin

Sumber data: Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20.

Berdasarkan tabel analisis uji t diatas, pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility menunjukkan t_{hitung} sebesar 0,760 dengan nilai signifikansi 0,451 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $0,760 < 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,451 > 0,05$ sehingga H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

b. *Leverage*

Leverage menunjukkan t_{hitung} sebesar 2,383 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $2,383 > 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ sehingga H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

c. *Firm Size*

Firm Size menunjukkan t_{hitung} sebesar 1,227 dengan nilai signifikansi sebesar 0,226 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $1,227 < 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,226 > 0,05$ sehingga H_3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Firm Size* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

4. Koefisien Determinasi (r^2)

Tabel 4.17
Hasil Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Model Summary ^{c,d}				
Model	R	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.633	.608	1.16299

a. Predictors: FIRM SIZE, LEVERAGE, CSR

b. For regression through the origin (the no-intercept model), R Square measures the proportion of the variability in the dependent variable about the origin explained by regression. This CANNOT be compared to R Square for models which include an intercept.

c. Dependent Variable: ERC

d. Linear Regression through the Origin

Sumber data: Output SPSS, data diolah dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil analisis koefisien desteterminasi terlihat bahwa besarnya Adjust Square adalah 0,633 atau 63,3%. Hal ini berarti sebesar 63,3% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 63,3% variabel *Earning Response Coefficient* dijelaskan oleh variabel variasi variabel independen *Corporate social Responbility*, *Leverage*, dan *Firm Size*. Sedangkan sisanya (100%-63,3%) 36,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel lain diluar variabel yang diteliti. Variabel lain tersebut terdiri dari *Good Corporate Governace*, *Timeliness*, Struktur Modal, Konservatisme Akuntansi, *Voluntary Disclosur*, dan *Islamic Social Reporting*,

F. Pembahasan

Analisis regresi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan *Firm Size* secara simultan maupun parsial terhadap pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi periode 2018-2019 di Daftar Efek Syariah (DES).

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan *Firm Size* terhadap *Earning Response Coefficient*

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan *Firm Size* terhadap *Earning Response Coefficient* secara simultan atau secara bersama-sama, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 0,402 dengan tingkat signifikansi 1,001 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,81. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$. maka variabel bebas pada penelitian ini tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

Dapat dilihat jika pada tabel 4.10 hasil uji F (Simultan) bahwasanya dari 3 variabel independen yaitu *Corporate social responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size* secara simultan atau secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient*. Hasil ini menunjukkan jika model regresi ini dikatakan kurang baik. Dengan hasil ini peneliti melakukan perbaikan yaitu dengan cara mengubah model matematis

Setelah itu, didapatlah nilai F_{hitung} sebesar 25,836 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,81. Hal ini menunjukkan

bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. maka variabel bebas pada penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

Dapat dilihat jika pada tabel 4.14 hasil uji F (Simultan) bahwasanya dari 3 variabel independen yaitu *Corporate social responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size* secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient*.

2. Pengaruh *Corporate social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Pengaruh *Corporate social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient* diperoleh nilai signifikansi 0,451 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $0,760 < 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,451 > 0,05$ sehingga H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

Corporate Social Responsibility merupakan merupakan tanggung jawab social perusahaan dimana perusahaan harusnya melakukan pembangunan social berupa hal-hal yang membantu masyarakat dalam segi sosial dan ekonomi. Namun ada beberapa perusahaan yang tidak mempublikasikan mengenai CSR mereka dikarenakan tanggung jawab social perusahaan menurut mereka bukanlah suatu hal yang wajib dilakukan oleh suatu perusahaan. Sehingga bisa dikatakan semakin tinggi

tingkat tanggung jawab sosial tidak berpengaruh terhadap respon koefisien pasar.

Penelitian ini tidak mendukung prediksi dari teori *stakeholder* dan teori Legitimasi. Teori *stakeholder* menyatakan jika semakin baik perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya maka semakin tinggi pula tingkat dukungan investor terhadap segala aktifitas kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Sedangkan dalam teori Legitimasi dikatakan jika pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kontrak tidak kasat mata yang mengikat komunikasi antara perusahaan dan masyarakat sehingga pengungkapan tanggung jawab perusahaan diharapkan dapat meningkatkan nilai Legitimasi perusahaan di masa yang akan datang. Namun hasil dari penelitian ini tidaklah sesuai dengan kedua teori tersebut, terbukti dengan hasil dari *Corporate social Responsibility* yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap ERC.

Salah satu alasan yang menyebabkan tidak berpengaruhnya tingkat tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Respon koefisien pasar terhadap laba adalah walaupun perusahaan tidak mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Para investorpun akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Artinya pengungkapan tanggung jawab sosial tidak akan mempengaruhi keputusan para investor.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient*

Rasio *Leverage* merupakan perhitungan biaya untuk meningkatkan profitabilitas. Rasio ini biasanya digunakan untuk menjelaskan proporsi

sumber-sumber pembiayaan jangka pendek maupun jangka panjang. Rasio ini juga digunakan untuk jaminan perusahaan dalam menutupi hutangnya dengan modal yang dimiliki. Jika dilihat melalui teori yang ada, seharusnya investor akan semakin percaya terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut memiliki modal lebih besar dibandingkan hutang perusahaan.

Berdasarkan penelitian diatas mengenai Pengaruh *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient* didapatkan nilai sig. untuk Pengaruh *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient* sebesar 0,021 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $2,383 < 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,021 > 0,05$ sehingga H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

Rasio *Leverage* merupakan perhitungan biaya untuk meningkatkan profitabilitas. Rasio ini biasanya digunakan untuk menjelaskan proporsi sumber-sumber pembiayaan jangka pendek maupun jangka panjang. Rasio ini juga digunakan untuk jaminan perusahaan dalam menutupi hutangnya dengan modal yang dimiliki. Jika dilihat melalui teori yang ada, seharusnya investor akan semakin percaya terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut memiliki modal lebih besar dibandingkan hutang perusahaan.

Hal ini terjadi mungkin karena investor tertarik dengan perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang tinggi. Hutang yang

dimiliki perusahaan berhubungan dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Semakin tinggi hutang perusahaan, maka perusahaan tersebut akan semakin dinamis. Investasi yang meningkat digunakan sebagai sinyal untuk menunjukkan adanya prospek keuntungan dimasa mendatang. Tingginya hutang yang dimiliki perusahaan akan mendorong pihak manajemen agar lebih terpacu untuk meningkatkan kinerja agar hutang-hutang perusahaan dapat terpenuhi sehingga perusahaan akan lebih berkembang.

Penelitian ini mendukung penelitian dari Jennie Debora Tjandara dan Ardiansyah R yang menyatakan jika *Leverage* berpengaruh terhadap *Earning Response Koefisien*.

4. Pengaruh *Firm Size* terhadap *Earning Response Coefficient*

Firm Size atau biasa disebut dengan ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk mengukur besar kecilnya perusahaan. Biasanya untuk melihat besar kecilnya perusahaan dapat dilihat melalui total asset yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Besar kecilnya perusahaan biasanya juga akan memudahkan perusahaan dalam hal pendanaan. Begitupun dengan investor, Ukuran Perusahaan merupakan salah satu alasan mereka dalam berinvestasi. Semakin besar perusahaan maka akan semakin dipandang baik oleh para investor dalam berinvestasi..

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh *Firm Size* terhadap *Earning Response Coefficient* didapatkan nilai sig. untuk Pengaruh *Firm Size* terhadap *Earning Response Coefficient* sebesar

0,004 dan t_{tabel} sebesar 2,01537. Karena $3,001 > 2,01537$ dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ sehingga H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Firm Size* berpengaruh dan signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan Manufaktur subsektor Industri Barang Konsumsi Di Daftar Efek Syariah Periode 2018-2019.

Firm Size berpengaruh negative dan tidak signifikan, dikarenakan total aset dapat dibentuk dari sebuah utang. Dan investor juga belum tentu hanya berinvestasi pada perusahaan besar. Bisa saja investor lebih tertarik pada perusahaan-perusahaan kecil namun berjalan dengan baik. Jadi kesimpulan dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap ERC.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Intan Kurnia, Nur Diana, dan M. Cholid Mawardi yang menyatakan bahwa *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap ERC.

5. Kontribusi *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan *Firm Size* terhadap *Earning Response Coefficient*

Berdasarkan penelitian diatas untuk hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat bahwa besarnya Adjust Square adalah 0,633 atau 63,3%. Hal ini berarti sebesar 63,3% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 63,3% variabel *Earning Response Coefficient* dijelaskan oleh variabel variasi variabel independen *Corporate social Responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size*. Sedangkan sisanya ($100\% - 63,3\%$) 36,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti. Seperti *Good Corporate*

*Governance, Timeliness, Struktur Modal, Konservatisme Akuntansi,
Voluntary Disclosur, dan Islamic Social Reporting.*