

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, SIZE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT

Indra Kusumawardhani

UPN “Veteran” Yogyakarta; Email: indrasumadyo@yahoo.com

Joko Setiyo Nugroho

Alumni UPN “Veteran” Yogyakarta; setyo-3@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Firm Size, on and Profitability on the company's Earnings Response Coefficient (ERC). Purposive sampling is used to determine a sample of 40 firms from all population listed manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange from 2006-2008. Results indicated that the Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size and Profitability affect the Earnings Response Coefficient (ERC).

Keywords : CSR, Size, Profitability, Earnings Response Coefficient.

1. PENDAHULUAN

Untuk memenuhi kontrak sosialnya terhadap masyarakat, perusahaan dihadapkan kepada beberapa tanggung jawab sosial secara simultan. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan atau *stakeholders* (Solihin, 2008).

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004)

Sejak beberapa dekade, hubungan antara reaksi pasar dengan variabel-variabel akuntansi telah menjadi topik menarik bagi peneliti serta bagi investor, dan manajer perusahaan. Fokus utama keterkaitan itu adalah pada dampak penilaian laba akuntansi. Teori-teori serta bukti-bukti empiris menunjukkan bahwa terdapat variasi dalam hubungan antara return sekuritas dan laba. Biasanya informasi laba antara lain disebabkan oleh penyampaian laporan

keuangan yang tidak tepat waktu dan adanya praktek manajemen laba serta ketidakcukupan informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan. Belakangan muncul klaim bahwa informasi laba telah kehilangan relevansinya terhadap investor. Dengan adanya penurunan Nilai relevansi (*Value relevance*) laba terhadap investor menyebabkan adanya ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa datang sehingga diperlukan informasi lain untuk mengurangi ketidakpastian. Muswaningsari (2008) menggunakan *ERC* sebagai alternatif untuk mengukur *value relevance* informasi laba. Rendahnya *ERC* menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi tersebut. Sehingga dibutuhkan informasi-informasi lain yang dapat digunakan sebagai pertimbangan investor untuk membuat keputusan investasi. seperti persistensi laba, kualitas laba, beta, struktur permodalan perusahaan dan *growth opportunities*, *Informativeness of price* yang juga merupakan faktor penyebab respon pasar berbeda-beda terhadap laba (Scott 2001)

Penelitian Pflieger (2005) dalam Kurniawan (2009) menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan

sejumlah keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan stakeholder terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab dimata masyarakat. Hasil lain mengindikasikan bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindari klaim masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi.

Dari perspektif ekonomi perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Basamalah, 2005). Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Ada dua penerapan sifat CSR yang ada di dunia yang pertama yaitu CSR wajib (*mandatory*) yang dimana negara tersebut memiliki aturan yang baku mengenai CSR. Yang kedua CSR sukarela (*voluntary*) dimana negara tersebut membebaskan perusahaan pada negara tersebut untuk menerapkan CSR atau tidak. Tetapi pada tahun 2007 pemerintah baru mengeluarkan kebijakan secara khusus mengenai CSR yaitu UU No.40 tahun 2007 (Solihin, 2008)

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh dari tingkat pengungkapan informasi CSR, *size*, dan profitabilitas terhadap *informativeness of earnings* yang dalam hal ini diukur dengan *Earning Response Coefficient (ERC)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

ERC dan Pengungkapan Informasi dalam Laporan Tahunan

Secara umum, hubungan antara tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat beragam. Secara teoritis, ada hubungan positif antara pengungkapan (termasuk pengungkapan sukarela) dan kinerja pasar perusahaan (Lang & Lundholm, 1993). Laporan tahunan adalah salah satu media yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan para investor. Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan

yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi dan juga mengurangi *agency problems* (Healy et al, 2001, dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

Berbagai penelitian telah menguji perbedaan ERC terhadap pengumuman laba dengan didasarkan pada premis bahwa *informativeness of earnings* akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa datang. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi ketidakpastian prospek perusahaan di masa datang, maka ERC semakin tinggi. Diharapkan jika perusahaan melakukan pengungkapan informasi dalam laporan tahunannya dapat mengurangi ketidakpastian tersebut. Dengan demikian pengungkapan informasi akan menurunkan ERC.

Penelitian Lang dan Lundholm (1993) mengenai pengungkapan sukarela menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan yang lebih tinggi berasosiasi dengan kinerja pasar yang lebih baik (yang diukur dengan *return* saham). Lang dan Lundholm (1993) menggunakan korelasi laba dan *return* saham perusahaan sebagai proksi asimetri informasi. Hal ini konsisten dengan motif *adverse selection* (Lang dan Lundholm, 1993). Korelasi laba dan *return* saham yang rendah mengindikasikan bahwa informasi laba hanya memberikan sedikit informasi tentang nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa masih terdapat asimetri informasi yang tinggi. Pengungkapan tersebut bertujuan mengurangi asimetri informasi terutama pada perusahaan yang memiliki korelasi *earning/returns* yang rendah. Dengan demikian, Lang et al (1993) menyatakan adanya hubungan negatif antara *returns* atau ERC dengan tingkat pengungkapan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Earnings Response Coefficient*

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan laba merupakan hal sulit untuk dipahami. Misalnya Freedman dan Ulmann (1986), Belkaoui dan Karpik (1989), Naimah dan Utama (2006) menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut, sedangkan Freedman dan Jaggi (1988) serta Naimah dan Utama (2006) menemukan hubungan yang negatif dari variabel tersebut. Pada sisi lain beberapa penelitian yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) seperti

Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) menemukan hubungan yang signifikan, sedangkan Gray *et al.*, (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk kedua variabel tersebut. Dapat pula dikatakan bahwa CSR saling berpengaruh terhadap ERC. Apabila tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dikatakan cukup baik, maka akan mempengaruhi kualitas laba perusahaan yang selanjutnya akan mempengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan itu. Sayekti dan Wondabio (2007), melakukan pengujian empiris atas pengaruh CSR *disclosure* terhadap ERC. Dengan menggunakan sample 108 perusahaan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005, serta memasukkan variable beta (sebagai proksi resiko) dan *price to book value* (sebagai proksi *growth opportunities*). Hasil penelitian ini mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.

Ukuran Perusahaan dan *Earnings Response Coefficient*

Ukuran perusahaan (*firm size*) dalam isu *ERC* digunakan sebagai proksi atas keinformatifan harga saham. Barth *et al* (1998), Collins dan Kothari (1989), Bhushan (1989), dan Atiase (1985) dalam Naimah dan Utama (2006) menemukan bahwa ukuran perusahaan berhubungan negatif dengan *ERC*. Hubungan negatif tersebut terjadi karena banyaknya informasi yang tersedia sepanjang tahun pada perusahaan-perusahaan besar, pada saat pengumuman laba, pasar kurang bereaksi. Namun, hasil berlawanan ditemukan Chaney dan Jeter (1992) dalam Naimah dan Utama (2006) yang menguji hubungan ukuran perusahaan dengan *ERC* dalam jangka panjang (*long window*). Semakin banyak ketersediaan sumber informasi pada perusahaan-perusahaan besar, akan meningkatkan *ERC* dalam jangka panjang. Informasi yang tersedia sepanjang tahun pada perusahaan besar memungkinkan pelaku pasar untuk menginterpretasikan informasi yang terdapat pada laporan keuangan dengan lebih sempurna, sehingga dapat memprediksi arus kas dengan lebih akurat dan menurunkan ketidakpastian.

Profitabilitas dan *Earnings Response Coefficient*

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Laba diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan (Lev, 1989, dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Apabila profitabilitas ini dihubungkan dengan *ERC* maka dapat dikatakan bahwa jika profitabilitas perusahaan tinggi, laba yang dihasilkan perusahaan meningkat selanjutnya akan mempengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang diajukan adalah: (1) Pengungkapan *CSR*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara simultan mempengaruhi *Earnings response coefficient (ERC)*; dan (2) Pengungkapan *CSR*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara parsial mempengaruhi *Earnings response coefficient (ERC)*.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2006-2008. Populasi dalam penelitian berjumlah 168 perusahaan. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan ukuran sampel dengan kriteria bahwa perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia memiliki laporan keuangan secara lengkap dan tidak mengalami kerugian dari tahun 2006-2008, sehingga diperoleh sampel final 40 perusahaan.

Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Earnings Response Coefficient (ERC)*. *ERC* merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara *CAR* dengan Unexpected Earning (*UE*). Dalam penelitian ini regresi antara *CAR* dengan *UE* dilakukan selama 3 tahun. Regresi tersebut akan menghasilkan *ERC* masing-masing sampel dan akan digunakan untuk analisis berikutnya. Besarnya *ERC* diperoleh dengan melakukan beberapa tahap perhitungan sebagai berikut:

- 1) Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR) masing-masing sampel.

Cummulative Abnormal Return (CAR) merupakan proksi dari *return* saham yang menunjukkan besarnya reaksi pasar terhadap informasi pengumuman laba. Menghitung CAR pada saat laba akuntansi dipublikasikan dihitung dengan metode studi peristiwa, yang menggunakan periode jendela 11 hari yaitu 5 hari sebelum (-5) tanggal pengumuman laba, 1 hari (0) pada saat pengumuman laba dan 5 hari (+5) setelah tanggal pengumuman laba. CAR di sekitar periode peristiwa diperoleh dengan cara menjumlahkan *abnormal return* perusahaan I di sepanjang periode jendela. Penggunaan periode jendela pendek karena investor akan bereaksi dengan cepat terhadap informasi yang memiliki nilai ekonomis. Perhitungan CAR adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung *return* individu dan *return* pasar yang dirumuskan:

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}} \quad R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan:

P_{it} : Harga saham penutupan (*closing price*) perusahaan pada periode (hari) t.

P_{it-1} : Harga saham penutupan untuk perusahaan i pada periode (hari) t-1.

$IHSG_t$: Indeks Harga Saham Gabungan pada periode (hari) t.

$IHSG_{t-1}$: Indeks Harga Saham Gabungan pada periode (hari) t-1.

- b. Menghitung *abnormal return*

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

Keterangan:

AR_{it} : *Abnormal Return* untuk perusahaan i pada periode (hari)t.

R_{it} : *Return* harian perusahaan i pada hari t

R_{tm} : *Return* indeks pasar pada hari t

- c. Menghitung CAR

$$CAR_{i,[t-5,t+5]} = \sum_{t=-5}^{t=+5} AR_{i,t}$$

Keterangan:

$CAR_{i,[t-5,t+5]}$: *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i selama 5 hari sebelum dan sesudah laba dipublikasikan.

- 2) Menghitung *Unexpected Earnings* (UE) masing-masing sampel.

Unexpected Earnings (UE) merupakan proksi laba akuntansi yang menunjukkan hasil kinerja perusahaan selama periode tertentu. UE dihitung dari selisih laba akuntansi yang direalisasi dengan laba akuntansi yang diharapkan oleh pasar dan diperhitungkan dengan model langkah acak (*random walk*), model langkah acak mengestimasi laba periode berjalan sama dengan periode sebelumnya seperti yang pernah dilakukan oleh Nugrahanti (2006) sebagai berikut:

$$UE_{it} = \frac{AE_{it} - AE_{it-1}}{AE_{it-1}}$$

Keterangan:

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

AE_{it} : Laba aktual (laba setelah pajak) perusahaan i pada tahun t.

AE_{it-1} : Laba aktual (laba setelah pajak) perusahaan i pada tahun t-1.

- 3) Menghitung *Earnings Response Coefficient* (ERC) masing-masing sampel.

ERC merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara CAR dengan UE. Dalam penelitian ini regresi antara CAR dengan UE dilakukan selama 3 tahun. Regresi tersebut akan menghasilkan ERC masing-masing sampel dan akan digunakan untuk analisis berikutnya. Perhitungan ERC adalah sebagai berikut:

$$CAR_{i,[t-5,t+5]} = \beta_0 + \beta_1 UE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

$CAR_{i,[t-5,t+5]}$: *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i selama 5 hari sebelum dan sesudah laba akuntansi dipublikasikan.

β_0 : Konstanta.

β_1 : *Earnings Response Coefficient* perusahaan i pada tahun t.

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

ε_{it} : *Error term*.

Sebelum dimasukkan ke dalam persamaan, UE dan CAR merupakan total dari UE dan CAR tiap tahun ditambah UE dan CAR dua tahun sebelumnya, Agar nilainya tidak terlalu kecil dan tidak terjadi selisih yang jauh sesuai penelitian Isnaeni (2008).

Variabel Independen

1) Pengungkapan CSR

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR *Index* (CSRI) merupakan rasio antara total skor yang diberikan kepada sebuah perusahaan dengan skor yang diharapkan dapat diperoleh oleh perusahaan tersebut. Dalam menentukan indeks pengungkapan digunakan teknik tabulasi berdasarkan daftar *checklist* pengungkapan CSR. *Checklist* merupakan pengukuran yang biasa digunakan untuk mengetahui kelengkapan informasi yang disajikan perusahaan dalam laporan keuangannya. *Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan CSR perusahaan dalam tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Total *item* CSR berkisar antara 63 sampai dengan 78, tergantung dari jenis industri perusahaan (Sayekti dan Wondobio, 2007). Untuk acuan total item CSR dalam penelitian ini adalah dari penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondobio. Penelitian tersebut mengungkapkan ada 78 item CSR dalam perusahaan

2) Ukuran Perusahaan

Variabel ini diukur dengan rata-rata jumlah nilai kekayaan yang dimiliki suatu perusahaan (total aktiva). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan (Machfoedz, 1994 dalam Suwito & Herawaty 2005).

3) Profitabilitas

Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA). ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Stoner dan Sirait, 1994 dalam Sulastini, 2007). Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. *Return on Asset* merupakan ukuran efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan teknik regresi linier berganda untuk mengetahui apakah variabel independen pengungkapan CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi *earnings response coefficient*. Model penelitian dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Earnings Response Coefficient* (ERC)

X_1 = CSR disclosure index.

X_2 = Ukuran Perusahaan

X_3 = Profitabilitas

β_0 = konstanta

β_1 s/d β_3 = koefisien regresi

e = error term

Sebelum melakukan uji regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik, yaitu normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas. Pengujian hipotesis menggunakan uji-F dan uji-t.

3. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 3.1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
X ₁ (CSR)	120	,06410	,43590	,1960470	,08722884
X ₂ (Size)	120	6,371	17,967	13,93274	1,926388
X ₃ (Profitabilitas)	120	,00338	115,40020	2,4636419	15,10138561
Y (ERC)	120	-,05816	,39252	-,0160828	,05778726
CAR	120	-,83789	,35320	-,0374108	,16105072
UE	120	-,68339	43,13965	2,2945998	5,04737691
Valid N (listwise)	120				

Variabel ERC (Y) memiliki rata-rata -0,0160828. Jika nilai rata-rata ERC lebih besar dari -0,0160828, maka perusahaan dikatakan mempunyai ERC tinggi. Sebaliknya, jika nilai rata-rata ERC lebih rendah dari -0,0160828 maka perusahaan dikatakan mempunyai ERC rendah. Nilai rata-rata ERC berkisar antara -0,05816 sd 0,39252.

CSR (X₁) memiliki rata-rata 0,1960470. Jika nilai rata-rata CSR lebih besar dari 0,1960470, maka perusahaan dikatakan mempunyai CSR yang tinggi. Sebaliknya, jika nilai rata-rata CSR lebih rendah dari 0,1960470 maka perusahaan dikatakan mempunyai CSR rendah. Nilai rata-rata CSR berkisar antara 0,06410 sd 0,43590.

Size (X₂) memiliki rata-rata 13,93274. Jika nilai rata-rata size lebih besar dari 13,93274, maka perusahaan dikatakan mempunyai size yang tinggi. Sebaliknya, jika nilai rata-rata CSR lebih rendah dari 13,93274 maka perusahaan dikatakan mempunyai size rendah. Nilai rata-rata size berkisar antara 6,371 sd 17,967.

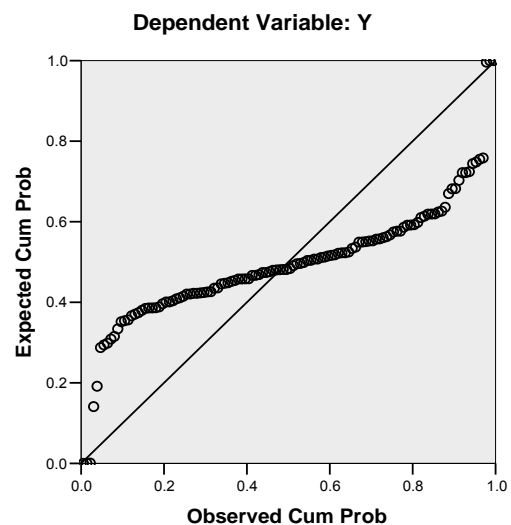
Profitabilitas (X₃) memiliki rata-rata 2,4636419. Jika nilai rata-rata profitabilitas lebih besar dari 2,4636419, maka perusahaan dikatakan mempunyai profitabilitas yang tinggi. Sebaliknya jika nilai rata-rata profitabilitas lebih rendah dari 2,4636419 maka perusahaan dikatakan mempunyai profitabilitas rendah. Nilai rata-rata profitabilitas berkisar antara 0,00338 sd 115,40020.

Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi normal atau tidak, dapat dilihat dari *Grafik Normal Probability Plot*. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2005).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3.1
Uji Normalitas

Berdasarkan grafik hasil pengujian di atas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terjadi normalitas pada model regresi.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel independen (Kuncoro, 2001). Untuk menguji ada tidaknya gejala

multikolinearitas, peneliti menggunakan metode VIF. Jika nilai tolerance VIF lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka diindikasikan bahwa persamaan regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas dan begitu pula sebaliknya. Berdasarkan tabel uji multikolinearitas, dapat diketahui bahwa semua variabel independen mempunyai nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model penelitian ini.

Tabel 3.2
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
CSR	,208	4,804	Tidak terjadi Multikolinearitas
SIZE	,228	4,387	Tidak terjadi Multikolinearitas
PROFIT	,806	1,240	Tidak terjadi Multikolinearitas

c. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam model penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson dan menunjukkan hasil sebesar 1,842 dengan tingkat signifikansi 5%

atau 0,05. Perhitungan Durbin-Watson dengan nilai 1,707 terletak di antara 1,55 - 2,46 sehingga tidak ada autokorelasi antara masing-masing variabel independen.

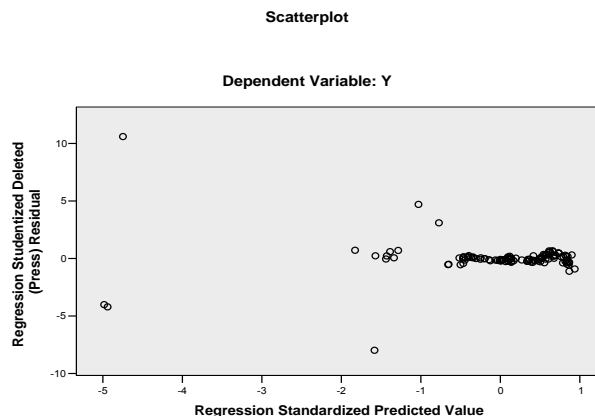
Tabel 3.3
Tingkat Autokorelasi Dengan Uji Durbin Watson

Jenis Autokorelasi	Tingkat Autokorelasi	Nilai DW
Ada autokorelasi	< 1,10	
Tanpa kesimpulan	1,10 - 1,54	
Tidak ada autokorelasi	1,55 - 2,46	1,842
Tanpa kesimpulan	2,47 - 2,90	
Ada autokorelasi	> 2,91	

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Sedangkan jika varian berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk menentukan heterokedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot*, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Bila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi layak digunakan.

Gambar 3.2
Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa titik-titik yang terbentuk menyebar secara acak, tersebar naik diatas maupun dibawah angka 0

pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 3.4
Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien Regresi	T hitung	Sig.t
(Constant)	-1,078	-19,431	0,000
CSR	-0,842	-6,781	0,000
Size	0,090	16,701	0,000
Profitabilitas	0,003	8,250	0,000
Adjusted RSquare	0,815		
F-Statistic	175,393		
Sig.F	0,000		

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linier berganda maka didapat persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi ERC adalah sebagai berikut :

$$Y = -1,078 - 0,842X_1 + 0,090X_2 + 0,003X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan tersebut di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Konstanta (β_0)
Variabel dependen pada model regresi dalam penelitian ini adalah ERC. Nilai konstanta sebesar -1,078 yang berarti jika tidak ada variabel independen yang mempengaruhi ERC, maka ERC akan mengalami penurunan sebesar -1,078 dengan asumsi variabel dianggap konstan.
- 2) Koefisien *Corporate Social Responsibility*
Corporate Social Responsibility mempunyai hubungan negatif terhadap ERC, dengan koefisien regresi sebesar -0,842 yang artinya semakin tinggi *Corporate Social Responsibility* maka ERC juga semakin menurun, dengan ukuran apabila *Corporate Social Responsibility* meningkat 1% maka ERC juga akan menurun sebesar -0,842.
- 3) Koefisien *Size*
Size mempunyai hubungan positif terhadap ERC dengan koefisien regresi sebesar 0,090 yang artinya jika perusahaan memiliki ukuran yang

besar maka akan semakin tinggi ERC, dengan ukuran apabila ukuran perusahaan meningkat 1% maka ERC akan meningkat sebesar 0,090 dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan.

- 4) Koefisien Profitabilitas
Profitabilitas mempunyai hubungan positif terhadap ERC dengan koefisien regresi sebesar 0,003 yang artinya jika profitabilitas perusahaan memiliki ukuran yang tinggi maka akan semakin tinggi ERC, dengan ukuran apabila profitabilitas perusahaan meningkat 1% maka ERC akan meningkat sebesar 0,003 dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan.

Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen (CSR, *size* dan Profitabilitas) secara simultan terhadap variabel dependen *Earnings Response Coefficient* dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebesar 5%.

Apabila tingkat signifikansi uji F lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila tingkat signifikansi uji F lebih besar dari tingkat signifikansi 5%, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3.5
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,528	3	,509	175,393	,000 ^a
Residual	,337	116	,003		
Total	1,865	119			

Berdasarkan tabel hasil uji F di atas, dapat diketahui bahwa tingkat signifikansi dari uji F adalah sebesar 0,014. Karena tingkat signifikansi uji F lebih kecil daripada tingkat signifikansi 5%, maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen (CSR, *size* dan

Profitabilitas) parsial terhadap variabel dependen (ERC) dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebesar 5%.

Apabila tingkat signifikansi uji t lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila tingkat signifikansi uji t lebih besar dari tingkat signifikansi 5%, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3.6
Hasil Uji t

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien β	T hitung	Sig.t
(Constant)	-1,078		-19,431	0,000
CSR	-0,842	-0,587	-6,781	0,000
Size	0,090	1,380	16,701	0,000
Profitabilitas	0,003	0,362	8,250	0,000
Adjusted RSquare	0,815			
F-Statistic	175,393			
Sig.F	0,000			

Berdasarkan pengujian terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* diketahui nilai koefisien regresi sebesar -0,842 dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dapat didukung. Hal ini konsisten dengan penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap ERC. Sayekti dan Wondabio (2007) mengungkapkan bahwa *informativeness of earnings* akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang (Widiastuti, 2006). Diharapkan jika perusahaan melakukan pengungkapan informasi

CSR dalam laporan tahunannya akan dapat mengurangi ketidakpastian tersebut. Dengan demikian pengungkapan informasi CSR tersebut akan menurunkan ERC. Hal ini mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan perusahaan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan investasinya.

Berdasarkan pengujian terhadap variabel *size* diketahui nilai koefisien regresi sebesar 0,090 dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan *size* terhadap ERC dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan Chaney dan Jater (1992) dan Easton dan Zmijewski (1989) yang menemukan hubungan positif antara ERC dengan ukuran perusahaan. Pada penelitian Naimah dan Utama (2006) juga

menemukan hubungan positif antara ERC dan ukuran perusahaan. Pada perusahaan besar tersedia banyak informasi non akuntansi sepanjang tahun. Informasi tersebut digunakan oleh pemodal sebagai alat untuk menginterpretasikan laporan keuangan dengan baik, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dan ketidakpastian.

Berdasarkan pengujian terhadap variabel profitabilitas diketahui nilai koefisien regresi sebesar 0,003 dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan profitabilitas terhadap ERC dapat didukung. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Naimah dan Utama (2006). Pengujian empiris pada penelitian tersebut menyimpulkan bahwa koefisien respon laba pada perusahaan besar lebih kuat dibanding dengan perusahaan kecil, sedangkan perusahaan dengan profitabilitas tinggi juga mempunyai koefisien respon laba yang lebih besar dibanding dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah.

4. SIMPULAN

Simpulan

- 1) Pengungkapan Corporate Social Responsibility, ukuran perusahaan (*size*), dan profitabilitas perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Earnings response coefficient (ERC)*.
- 2) Pengungkapan Corporate Social Responsibility, ukuran perusahaan (*size*), dan profitabilitas perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Earnings response coefficient (ERC)*.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan antara lain sebagai berikut:

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar berupa laporan keuangan dan annual report perusahaan, oleh karena kemungkinan terdapat pengungkapan CSR melalui laporan lain tidak dimasukkan dalam penelitian ini, selain itu periode penelitian ini terbatas pada periode 2006-2008 dan hanya menggunakan tiga variabel independen, pengungkapan CSR, *size* dan profitabilitas sehingga

hasil kesimpulan ini kurang dapat digeneralisasikan untuk periode-periode yang lain.

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel-variabel lainnya seperti persistensi laba, kualitas laba, *beta*, struktur permodalan perusahaan dan *growth opportunities*.
- 2) Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI saja, untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan perusahaan-perusahaan dari sektor industri selain manufaktur yang sudah terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Basamalah, Anies S., and Johnny Jermias (2005). "Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?", *Gadjah Mada International Journal of Business*, January-April 2005, Vol. 7, No. 1, pp. 109 – 127.
- Belkaoui, Ahmed Riahi . 2006. *Teori Akuntansi*. Buku 1. Edisi 5. Salemba Empat. Jakarta.
- Darwin, Ali. 2004. Penerapan Sustainability Reporting Di Indonesia. *Konvensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta, 13 – 15 Desember
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 3. Badan Penerbit UNDIP. Semarang
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2004). *Standar Akuntansi keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Isnaeni, Pratiwi. 2008. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient* Tidak dipublikasikan. Skripsi FE UPN "Veteran" Yogyakarta
- Kurniawan, Indra Mirza. (2009), "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Pada Bursa Efek

- Indonesia". Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Lang, Mark, and Lundholm Russell (1993), "Cross-Sectional Determinants of Analysts Ratings of Corporate Disclosures", *Journal of Accounting Research*, Vol. 31, No. 2 (Autumn), pp. 246-271.
- Machfoedz, Mas'ud, "Financial Ratio Analysis and The Prediction of Earnings Changes in Indonesia", *Kelola: Gajah Mada University Business Review*, No. 7/III/1994.
- Muswaningsari, Ety 2008. *Pengujian Simultan : Beberapa factor yang mempengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC)*. Simposium Nasional Akuntansi XI
- Naimah Zahroh dan Utama Siddharta. (2006), "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba dan Koefisien Respon Nilai Buku Ekuitas: Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta", Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. (2007). *Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earnings Response Coefficient*. (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi X Makasar. Juli.
- Scott, William R. (2000), *Financial Accounting Theory*, 2nd edition, Prentice-Hall Canada Inc., Scarborough, Ontario.
- Solihin, Ismail. (2008). *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba empat.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung
- Sulastini, Sri. (2007), "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure Perusahaan Manufaktur Yang Telah Go Public". Penelitian Universitas Negeri Semarang.
- Suwito, Edy dan Herawaty, Arleen. (2005). *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo. September
- Zhang, G. "Accounting Information, Capital Investment Decisions, and Equity Valuation: Theory and Empirical Implications". *Journal of Accounting Research* 38 (Autumn 2000): 271-295.
- Zuhroh, Diana, dan I Putu Pande Heri Sukmawati (2003), "Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor", *Simposium Nasional Akuntansi VI*, 2003.