

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
GOOD CORPORATE GOVERNANCE, UKURAN PERUSAHAAN,
KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS
TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT**

(Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2015-2018)

Genoveva Yeti

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kanjuruhan, Malang)
e-mail: genovevayeti30@gmail.com

Rita Indah Mustikowati

Riril Mardiana Firdaus

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kanjuruhan, Malang)

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility, good corporate governance, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2015-2018. Metode penelitian ini menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 15 sampel. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate social responsibility tidak berpengaruh secara negatif terhadap *earning response coefficient*, good corporate governance yang diwakili oleh indikator kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara positif terhadap *earning response coefficient*, Sedangkan indikator dewan komisaris independen berpengaruh secara positif terhadap *earning response coefficient*, Ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap *earning response coefficient*, Kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh secara negatif terhadap *earning response coefficient*, Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap *earning response coefficient*. Secara simultan Corporate social responsibility, good corporate governance, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Profitabilitas Terhadap Earning Response Coefficient.

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman di Indonesia memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi, sektor makanan dan minuman menjadi sektor yang diprioritaskan oleh pemerintah dalam mendorong industri makanan dan minuman sebagai pergerakan ekonomi nasional. Sektor makanan dan minuman juga menjadi salah satu industri yang pertumbuhannya tinggi. Setiap perusahaan di sektor makanan dan minuman harus mampu bertahan dan bersaing di Bursa Efek agar tidak tersingkirkan dikarenakan persaingan yang semakin meningkat. Perusahaan makanan dan minuman harus meningkatkan *Earning Response Coefficient*. *Earning Response Coefficient* merupakan ukuran besaran abnormal return suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut (Kurnia dan Sufiyanti, 2015).

Abnormal Return merupakan selisih antara *return* realisasian dan *return* ekspektasian suatu sekuritas. Sedangkan *unexpected earnings* merupakan selisih antar laba realisasian dan laba ekspektasian suatu perusahaan. Semakin tinggi ERC maka semakin tinggi pula tingkat *return* saham yang dapat diharapkan, dengan menggunakan ERC maka pembuatan keputusan investasi oleh investor lebih mudah. Adapun Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Earning Response Coefficient* adalah corporate social responsibility, good corporate governance, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas. *Earning Response Coefficient* (ERC)

adalah ukuran besarnya *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earning*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas terbesar (Scott, 2009). *Earning Response Coefficient* (ERC) merupakan suatu bentuk pengukuran kandungan informasi laba. Apakah informasi laba telah mencerminkan keadaan yang sebenarnya sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dalam pelaporan keuangan. Karena investor tidak hanya menggunakan informasi laba dalam membuat keputusan investasi juga tetap juga informasi yang terkandung dalam laporan

Corporate Social Responsibility (CSR), peninjauan investor ini berdampak pada respons pasar terhadap pendapatan perusahaan (ERC) ini berarti bahwa informasi yang terkandung dalam CSR dapat mengurangi atau mengurangi tingkat penggunaan informasi laba oleh investor. Korelasi yang rendah antara pendapatan yang menggunakan kurs dan rasio pendapatan menunjukkan bahwa informasi pendapatan memberikan sedikit informasi tentang nilai perusahaan, yang masih menunjukkan bahwa informasi tersebut sangat asimetris.

Good Corporate Governance (GCG) adalah cara yang digunakan perusahaan untuk memberikan batas atas kegiatan *earning managemen* dengan memanfaatkan perusahaan, baik yang dimiliki pemerintah maupun pihak swasta. Maka dari itu *Good corporate governance* digunakan sebagai salah satu cara untuk mengawasi perjanjian dan pembatasan kegiatan yang dapat memberikan manfaat hanya padah salah satu pihak saja

Ukuran perusahaan dapat menentukan baik tidaknya kinerja perusahaan investor bisannya lebih memiliki kepercayaan pada perusahaan besar, karena perusahaan besar dianggap mampu untuk terus meningkatkan kinerja perusahaannya dengan berupaya meningkatkan kualitas laba nya (Risawati dan Subowo : 2015).

Menurut Titik 2014 bahwa Kesempatan Bertumbuh yang dihadapi diwaktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Kesempatan bertumbuh tersebut hanya dapat direalisasi oleh perusahaan melalui kegiatan investasi. Kegiatan investasi tersebut akan memerlukan biaya yang relatif besar, sehingga berdampak langsung pada likuiditas perusahaan.

Hasanzade et al. (2013) menyatakan bahwa profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, dimana profitabilitas merupakan hasil akhir dari program perusahaan dan keputusan keuangan. Profitabilitas dapat menjelaskan kemampuan satu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan tergantung dari besarnya penjualan, penawaran aktiva (investasi), dan penyerapan modal sendiri (*equity*).

TINJAUAN PUSTAKA

Earning Response Coefficient (ERC) merupakan sebuah alat ukur yang digunakan untuk menilai tingkat keresponan atau reaksi investor terhadap informasi laba yang disajikan oleh perusahaan yang dapat diamati melalui *abnormal return* (Scott, 2011). Menurut (Widenta, 2011). *Corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab yang dimiliki perusahaan terhadap komunitas yang berkaitan dengan operasional bisnis sehingga perusahaan harus mengidentifikaasikan kelompok-kelompok *stakeholder* dan menggabungkan kebutuhan serta kepentingan mereka dalam proses pembuatan keputusan operasional dan strategis. Menurut Agoes (2011) mendefinisikan *good corporate governance* adalah sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan peran dewan komisaris peran direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. tata kelola perusahaan yang baik juga disebut sebagai proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya dan penilaian kerjanya.

Menurut Brigham dan Houston (2010) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lainnya. Ukuran perusahaan bisa diukur menggunakan total aktiva, penjualan atau modal dari perusahaan tersebut. Kesempatan bertumbuh merupakan kemampuan perusahaan untuk berkembang dimasa depan dengan memanfaatkan peluang investasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Tandellin, 2010). Profitabilitas menurut Sartono (2012) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjual, total aktiva maupun modal sendiri. Artinya seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi laba dari suatu kegiatan tersebut akan menunjukkan semakin tinggi pula prospek perusahaan.

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi (*Explanatory*) Research yang dimana pendekatan tersebut adalah untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan pada penelitian ini responden yang diambil adalah 15 perusahaan dengan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan teknik analisis data menggunakan Purposive sampling.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earning Response Coefficient*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Yang mengindikasikan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu mempengaruhi *earning response coefficient*. Hasil pengujian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar (2015), hasilnya menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*. Namun hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayati dan Murni (2009) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa informasi *corporate social responsibility* yang diungkapkan oleh perusahaan masih kurang dipercaya oleh investor untuk dapat meningkatkan saham perusahaan pemegangnya. Investor lebih berorientasi pada kinerja jangka pendek, sehingga *corporate social responsibility* tidak direspon dan tidak digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan dalam berinvestasi.

Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap *Earning Response*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hasil ini sejalan dengan Indrawati dan Lilia (2010) dan Merliana dan Anggarani (2015) bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepemilikan manajerial tidak mampu mempengaruhi *earning response coefficient* hal ini dikarenakan kecilnya proporsi saham yang dimiliki pihak manajemen. Kepemilikan manajerial tidak mampu mempengaruhi *earning response coefficient* suatu perusahaan dalam hal ini menunjukkan bahwa adanya konflik penting didalam perusahaan yang dapat meningkatkan *earning response coefficient* tidak terbukti sehingga teori agensi tidak terbukti terhadap *earning response coefficient* perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hal ini dikarenakan *earning response coefficient* memiliki hubungan positif dengan ukuran perusahaan. Pada perusahaan besar tersedia banyak informasi non-akuntansi sepanjang tahun. Informasi tersebut digunakan oleh investor sebagai alat untuk menginterpretasikan laporan keuangan dengan baik, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dengan mengurangi ketidakpastian. Pada saat pengumuman laba maka informasi laba akan direspon positif oleh investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan Setiawati et al (2011) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Namun hasil ini tidak sejalan dengan Fitri (2013) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earning Response Coefficient*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian ini sejalan dengan Cahyowati (2017) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap *earning response coefficient*, sedangkan hasil penelitian Kusmuriyanto (2014) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Prospek perusahaan untuk masa yang akan datang bisa dilihat dari segi tingginya laba perusahaan. Perusahaan menganggap bahwa laba ini menjadi tolak ukur utama yang perlu dilihat. Dalam perusahaan jika profitabilitasnya tinggi bisa dihubungankan dengan adanya *earning response coefficient* sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian para investor untuk berinvestasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun pengamatan 2015-2018 yang dapat mempengaruhi *earning response coefficient*. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

Corporate social responsibility, *good corporate governance*, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2018. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara negatif terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2018. *good corporate governance* yang diwakili oleh indikator kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara positif terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman

yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2018. Sedangkan indikator dewan komisaris independen berpengaruh secara positif terhadap *earning reponse coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2018. Ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap *earning reponse coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2018. Kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh secara negatif terhadap *earning reponse coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2018. Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap *earning reponse coefficient* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisamartha, I. B. P. F., & Noviari, N. (2015). Pengaruh likuiditas, leverage, intensitas persediaan dan intensitas aset tetap pada tingkat agresivitas wajib pajak badan. *E-Jurnal Akuntansi*, 973-1000.
- Agus, S. (2010). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Anjelica, K., & Prasetyawan, A. F. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Kualitas Audit, Dan Struktur Modal Terhadap Kualitas Laba. *Ultimaccounting: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 6(1), 27-42.
- Ansari, S. A., Nisar, A., Fatma, B., Khan, W., & Naqvi, A. H. (2012). Investigation on structural, optical and dielectric properties of Co doped ZnO nanoparticles synthesized by gel-combustion route. *Materials Science and Engineering: B*, 177(5), 428-435.
- Aryati, T., & Wulandari, I. (2014). Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient*.
- Asplund, M., Grevesse, N., Sauval, A. J., & Scott, P. (2009). The chemical composition of the Sun. *Annual Review of Astronomy and Astrophysics*, 47, 481-522.
- Aziz, A. (2014). Analisis pengaruh good corporate governance (gcg) terhadap kualitas pengungkapan sustainability report (studi empiris pada perusahaan di indonesia periode tahun 2011-2012). *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi (JAAKFE)*, 3(2).
- Basuki, B. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas dan investment opportunity set terhadap kualitas laba (studi empiris pada perusahaan sub sektor food and beverage yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2012-2016). *competitive*, 2(1), 107-120.
- Bauersfeld, K., & Putterman, S. (2001). *U.S. Patent No. 6,195,679*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- Budiharto, Widodo. 2014. Teori dan Implementasi. Edisi Revisi. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Cahyowati, A. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient.
- Cai, G., Darmawan, P., Cui, M., Wang, J., Chen, J., Magdassi, S., & Lee, P. S. (2016). Highly stable transparent conductive silver grid/PEDOT: PSS