

THE EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE, COMPANY SIZE AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON EARNING RESPONSE COEFFICIENT IN HEALTH COMPANIES

Siti Ikrimatul Auliya, Laely Aghe Africa

Universitas Hayam Wuruk Perbanas

laely.aghe@perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine whether profitability, leverage, company size and corporate social responsibility affect the earning response coefficient in health companies. This study uses the dependent variable, namely earning response coefficients which calculated by proxy of regression between accounting profit and stock prices, and the independent variable is profitability as proxy of Return On Assets. (ROA), leverage as proxy of Debt to Equity Ratio (DER), company size as proxy of natural logarithm of total assets (SIZE) and corporate social responsibility as measured using the GRI4 indicator. Secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2016-2020 period. With a population of health companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) with a sample of health companies for the 2016-2020 period. Sampling done using purposive sampling method, where the sample selected based on the criteria made by the researcher. The data analyzed by descriptive analysis techniques, classical assumption test and multiple linear regression analysis using SPSS 24. The results of this study indicate that profitability (PROF), Leverage (LEV) and firm size (SIZE) have no effect on earning response coefficient, while corporate social responsibility (CSR) has a negative effect on the earning response coefficient.

Keywords: *Earning response coefficient, Profitability, Leverage, Company Size, Corporate social responsibility*

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT PADA PERUSAHAAN KESEHATAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap koefisien respon laba pada perusahaan kesehatan. Penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu koefisien respon laba yang dihitung dengan proksi regresi antara laba akuntansi dengan harga saham, dan variabel bebasnya adalah profitabilitas yang diproksi dengan Return On Assets. (ROA), leverage yang diproksi dengan Debt to Equity Ratio (DER), ukuran perusahaan yang diproksi dengan logaritma natural total aset (SIZE) dan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan menggunakan indikator GRI4. Data sekunder diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Dengan populasi perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan sampel perusahaan kesehatan periode 2016-2020. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan kriteria yang dibuat oleh peneliti. Data dianalisis dengan teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas (PROF), Leverage (LEV) dan ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba, sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba..

Kata-kata Kunci: *UMKM, Laporan Keuangan, Surabaya Utara, Pertumbuhan Ekonomi, PandemiCovid-19*

Submitted: January 2023, **Accepted:** April 2023, **Published:** Oktober 2023

ISSN: 2614 - 3968 (printed), ISSN: 2615 - 6237 (online), Website: <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/ecopreneur/index>

Korespondensi: Laely Aghe Africa., SE., MM, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, (email : laely.aghe@perbanas.ac.id)

INTRODUCTION

Kondisi pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia memberikan dampak buruk di berbagai sektor kehidupan. Hal ini pada kenyataannya juga berpengaruh signifikan terhadap pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate social responsibility*) www.wartaekonomi.co.id. Kondisi ini membuat sebagian perusahaan yang karena bisnisnya terganggu menjadi alasan untuk mengurangi komitmennya terhadap pelaksanaan program CSR. Namun demikian, tak hanya mengambil untung dan mengurangi komitmen CSR, cukup banyak juga perusahaan yang justru terdorong untuk tampil sebagai pelopor untuk meredefiniskan kembali program CSR-nya untuk dapat membantu masyarakat dalam menghadapi dampak pandemi Covid-19 yang sedang terjadi.

Salah satunya terdapat pada perusahaan sektor kesehatan, dimana pada tahun 2020 sebanyak 4 perusahaan mendapatkan penghargaan pada Indonesian *Corporate social responsibility Awards* pada tahun 2021. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang menerapkan CSR tidak hanya menginginkan pencitraan tetapi juga berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Kegunaan informasi laba perusahaan bagi investor sangatlah terbatas dan terkadang memberikan informasi yang bias. *Informativeness of earnings*

akan semakin besar ketika terjadi ketidakpastian prospek perusahaan di masa *datang* *Informativeness of earnings* dalam hal ini diukur dengan *Earnings response coefficient* (ERC).

Menurut Pandana & Santioso (2020) *earnings response coefficient* (ERC) merupakan bentuk pengukuran informasi dalam laba. Dengan menggunakan *earnings response coefficient* para investor dapat menilai kualitas laba dari suatu perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan berfokus pada respon investor yang timbul akibat pengumuman laba dari perusahaan kesehatan dengan didukungnya faktor-faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC) antara lain: profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Darmawan, 2020:103). Semakin tinggi profitabilitas pada perusahaan semakin tinggi pula *earnings response coefficient* perusahaan karena para investor akan bereaksi ketika profitabilitas suatu perusahaan tinggi karena mencerminkan bahwa tingkat efektifitas manajemen perusahaan itu baik. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Al Awawdeh et al., (2020) dan Herdirinandasari & Asyik (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pandana & Santioso, (2020) dan Fauzan & Purwanto (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Leverage (rasio utang) adalah proporsi pembiayaan utang dalam suatu organisasi relatif terhadap ekuitasnya. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang (Darmawan, 2020:77). Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriah (2020) disimpulkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursopiatin & Widyasari (2020) dan Al Awawdeh et al., (2020) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*.

Ukuran perusahaan adalah proksi dari keinformatifan harga Pandana & Santioso, (2020). Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut. Dengan demikian ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafrina (2017) dan Mashayekhi & Aghel (2016) didapatkan hasil bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Ukuran Perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al Awawdeh et al., (2020) dan Kurnia et al. (2019) yang menyimpulkan bahwa ukuran

perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Corporate social responsibility merupakan bentuk tanggung jawab secara berkelanjutan sebagai pengembangan ekonomi di lingkungan sekitar perusahaan atau industri (Suaidah, 2018). Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan tujuan untuk mengurangi asimetri informasi dari terbatasnya informasi jika hanya berasal dari pengungkapan laba (Fauzan & Purwanto, 2017). Semakin banyak informasi *corporate social responsibility* yang diungkapkan oleh suatu perusahaan maka semakin banyak investor yang tertarik dengan perusahaan tersebut. Sehingga *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauzan & Purwanto (2017) menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suaidah (2018) yang mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*. Oleh sebab itu peneliti mengambil judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Corporate social*

responsibility Terhadap *Earning response coefficient*.

LITERATURE REVIEW

Signaling Theory

Michael Spence merupakan pelopor pertama mengenai teori sinyal pada penelitiannya dengan judul *Job Market Signalling* tahun 1973. Perusahaan memiliki tanggungjawab menyampaikan informasi yang relevan kepada pemakai laporan keuangan. Informasi yang disampaikan perusahaan biasanya berupa informasi yang baik terhadap keadaan perusahaan, informasi inilah yang disebut dengan sinyal terhadap pihak eksternal perusahaan (Spence & Journal, 1973). Menurut Herdirinandasari & Asyik (2016) teori sinyal ini menekankan bahwa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap setiap keputusan investasi yang dilakukan oleh pihak di luar perusahaan. Informasi tersebut merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena informasi tersebut menyajikan keterangan, catatan bagaimana keadaan perusahaan pada masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan investor akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh investor, sehingga muncul *earning response*

coefficient yang merupakan respon investor atas pengumuman informasi yang dilakukan oleh perusahaan, semakin banyak informasi yang diungkapkan oleh perusahaan baik informasi keuangan atau informasi non-keuangan perusahaan maka semakin tinggi *earning response coefficient* (Nursopiatin & Widayarsi, 2020). Terlebih lagi jika informasi tersebut mengandung *good news* sehingga menarik perhatian investor yang kemudian para investor ini memberikan reaksi mereka, maka hal ini sesuai dengan teori sinyal atau *signaling theory*.

A. Earning Response Coefficient

Earning response coefficient (ERC) merupakan bentuk pengukuran informasi dalam laba. Apakah informasi laba tersebut telah mencerminkan keadaan yang sebenarnya, sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, dan juga dapat meningkatkan kebermanfaatan keputusan dalam pelaporan keuangan (Herdirinandasari & Asyik, 2016). *Earning response coefficient* merupakan sebuah refleksi atau cerminan dari respon pasar terhadap pengumuman laba oleh perusahaan melalui pergerakan harga saham selama waktu pengumuman laba (Al Awawdeh et al., 2020).

Earning response coefficient (ERC) merupakan suatu alat ukur untuk mengukur besarnya kekuatan respon terhadap informasi laba perusahaan. Respon pasar terhadap laba yang tinggi dapat ditunjukkan karena adanya laba yang berkualitas. Laba yang mempunyai sedikit informasi untuk pemegang saham dalam

membuat kebijakan finansial menunjukkan bahwa adanya *earnings response coefficient* yang rendah begitupun sebaliknya laba yang memiliki banyak informasi untuk pemegang saham dalam membuat kebijakan finansial akan menunjukkan *earnings response coefficient* yang tinggi (Pandana & Santioso, 2020). *Earnings response coefficient* dihitung dengan cara regresi antara proksi laba akuntansi dan harga saham, proksi laba akuntansi menggunakan *Unexpected Earnings* (UE) sedangkan proksi harga saham menggunakan *Cummulative Abnormal Return* (CAR) (Nursopiatin & Widyasari, 2020).

B. Profitability

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Darmawan, 2020:103). Profitabilitas juga dapat dijadikan sebagai bentuk pengukuran terhadap efektivitas manajemen yang dibuktikan dari laba yang dihasilkan melalui pendapatan investasi dan penjualan. Profitabilitas perusahaan dapat dikatakan baik apabila perusahaan dapat menunjukkan efisiensi dalam penggunaan aset atau modal yang dimilikinya dalam mencapai target laba yang maksimal (Pratiwi & Sasongko, 2021). Informasi mengenai profitabilitas ini memiliki manfaat baik bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu untuk mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, mengetahui perkembangan laba dari waktu ke

waktu dan mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal sendiri maupun modal pinjaman (Darmawan, 2020:104)

C. Leverage

Leverage (rasio utang) adalah proporsi pembiayaan utang dalam suatu organisasi relatif terhadap ekuitasnya. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang (Darmawan, 2020:77). *Leverage* adalah salah satu cara dalam mengukur seberapa besar proporsi utang yang akan digunakan untuk membiayai asetnya. Semakin tinggi tingkat *leverage* akan semakin tinggi tingkat risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat return atau penghasilan yang diharapkan. Risiko disini dimaksudkan dengan ketidakpastian dalam hubungannya dengan kemampuan perusahaan membayar kewajiban-kewajiban tetapnya (Fitriah, 2020). Semakin tinggi *leverage* dapat menghambat fleksibilitas dan efektifitas manajemen dalam mengejar kesempatan yang menguntungkan. Hal inilah yang dinilai oleh investor sebagai penurunan kinerja manajemen dalam memenuhi kepentingan investor (Nursopiatin & Widyasari, 2020).

D. Firm Size

Ukuran perusahaan menunjukkan tolak ukur dari keinformatifan harga suatu perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar dianggap akan memberikan informasi yang lebih akurat dan lebih lengkap kepada pihak-pihak yang terkait

(Pandana & Santioso, 2020). Perusahaan yang lebih besar lebih mengutamakan memperhatikan kinerja yang lebih baik, karena perusahaan tersebut cenderung sebagai subyek terhadap penelitian publik sehingga perusahaan juga perlu merespon lebih terbuka terhadap permintaan stakeholder tersebut (Herdirinandasari & Asyik, 2016).

Pada umumnya perusahaan besar cenderung mempunyai tanggungjawab pelaporan yang lebih tinggi daripada perusahaan dengan ukuran kecil. Informasi tersebut digunakan oleh pemodal sebagai alat untuk menginterpretaasikan laporan keuangan, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dan mengurangi risiko investasi (Syafriana, 2017). Oleh karena itu perusahaan dengan ukuran yang lebih besar perusahaan memiliki inisiatif untuk mengungkapkan lebih banyak informasi bila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki ukuran lebih kecil untuk mendapatkan legitimasi dari stakeholders, karena kelangsungan hidup suatu perusahaan itu tergantung pada hubungan yang baik dengan stakeholders.

E. *Corporate social responsibility*

Corporate social responsibility merupakan bentuk tanggung jawab secara berkelanjutan sebagai pengembangan ekonomi di lingkungan sekitar perusahaan/industri. Laporan pertanggung jawaban sosial dapat membawa dampak positif bagi perusahaan seperti meningkatnya keuntungan yang diperoleh dan banyaknya investor yang melakukan investasi. Oleh karena

itu perusahaan harus mengungkapkan kegiatannya yang namun juga meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar sehubungan dengan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan (Suaidah, 2018).

Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan tujuan untuk mengurangi asimetri informasi dari terbatasnya informasi jika hanya berasal dari pengumuman laba (Kim et al., 2018). *Corporate social responsibility* (CSR) akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merk produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Seiring dengan berkembangnya era globalisasi dan pentingnya nilai perusahaan di mata publik, kesadaran akan penerapan CSR bukan dilihat sebagai sentra biaya (cost center) melainkan sebagai sentra laba (profit center) di masa mendatang (Kurnia et al., 2019). Setelah perusahaan mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial secara terbuka akan mengakibatkan banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Suaidah, 2018).

METHODS

Framework

Based on the theoretical explanation and some previous research, the following is the framework used in this research:

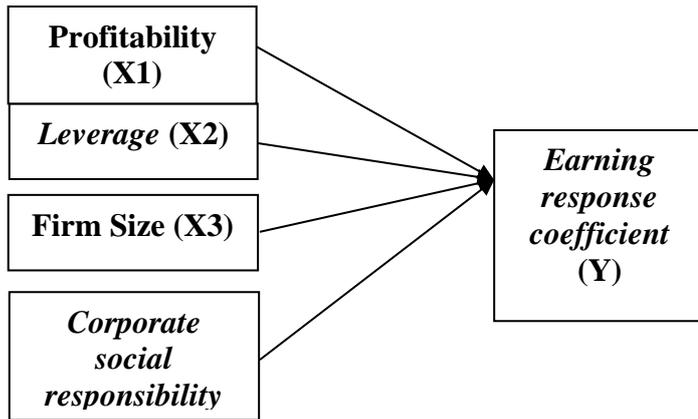


Figure 1
Framework

The hypotheses used in this study are as follows:

H1: Profitability has an effect on *Earning response coefficient*

H2 : *Leverage* has an effect on *Earning response coefficient*

H2: Firm Size has an effect on *Earning response coefficient*

H3: *Corporate social responsibility* has an effect on *Earning response coefficient*

Population and Sample

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan oleh peneliti dalam mengambil sampel adalah teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah pengambilan sampel dengan acuan kriteria-kriteria yang telah dipertimbangkan oleh peneliti sebelum melakukan penelitian (Sugiyono, 2016:63). Kriteria sampel pada penelitian ini adalah:

1. Perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melaporkan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2016-2020.

2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan per tanggal 31 Desember.

3. Perusahaan kesehatan yang menyediakan semua data yang dibutuhkan mengenai variabel-variabel penelitian yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility*.

RESULTS AND DISCUSSION

This research is based on the results of data collection available at www.idx.go.id. Penelitian ini meliputi 13 perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020. Jumlah pengamatan keseluruhan selama empat tahun adalah 65 sampel. Dari seluruh sampel tersebut, semua telah memenuhi kriteria *purposive sampling*. Terdapat *outlier* sebanyak 12 data yang dilakukan sebanyak 1 kali *outlier* sehingga total sampel akhir dalam penelitian ini adalah 53 sampel.

Regression Analysis Results

The following are the details of the results obtained based on the analysis carried out using the SPSS version 24 application:

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov Test sebesar 0,010, yang mana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Artinya adalah data sebanyak 128 dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan variabel likuiditas, ukuran perusahaan, dan struktur aset memiliki masing-masing nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa antar variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai signifikansi variabel profitabilitas (profit) sebesar 0,791, nilai signifikansi variabel *leverage* (lev) sebesar 0,067, nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan (size) sebesar 0,019 dan nilai signifikansi dari variabel *corporate social responsibility* adalah 0,456. Hal ini menunjukkan bahwa hanya variabel independen ukuran perusahaan yang memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti bahwa terdapat tiga variabel yaitu profitabilitas, *leverage*, dan *corporate social responsibility* tidak mengandung heteroskedastisitas, sedangkan variabel ukuran perusahaan mengandung heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tingkat Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,486 > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dan periode sebelumnya ($t-1$) atau dapat disimpulkan dalam model tidak terdapat gejala auto korelasi.

Berdasarkan Tabel tersebut nilai F hitung menunjukkan angka 2,611 dengan tingkat

signifikansi menunjukkan angka 0,047. Hasil signifikansi tersebut kurang dari 0,05 ($0,047 < 0,05$) yang berarti bahwa H_0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi fit dan layak untuk digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Diketahui besarnya nilai adjusted R square adalah 0,110 hal ini berarti hanya sebesar 11% variasi *earning response coefficient* dapat dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility*. Sisanya sebesar 89% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Standard Error of the Estimate sebesar 0,5790. Nilai SEE ini menunjukkan semakin kecil nilainya maka semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yang berarti bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* sedangkan variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai signifikansi $\leq 0,005$ yang berarti bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Profitability Affects the *Earning response coefficient*

Pada penelitian ini didapat bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap

earning response coefficient. Hal ini tidak sesuai dengan grand theory yang digunakan yaitu teori sinyal. Dalam teori dijelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*, tetapi dalam penelitian ini disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hal ini dikarenakan profitabilitas perusahaan kesehatan pada tahun 2016-2020 banyak mengalami kerugian yang diharapkan menjadi sebuah sinyal atau penanda bahwa perusahaan dalam keadaan baik telah gagal untuk menarik respon para investor karena terdapat informasi dari faktor-faktor lain yang terkandung di dalam pengumuman laba yang lebih menarik dan lebih memiliki informativeness bagi mereka untuk mengambil keputusan.

Hasil pengujian menolak teori sinyal sehingga semakin tinggi maupun semakin rendah profitabilitas yang dimiliki perusahaan tidak akan mempengaruhi respon investor. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* artinya tinggi rendahnya nilai profitabilitas yang dihasilkan tidak sejalan dengan kenaikan atau penurunan respon pasar terhadap laba yang dipublikasikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi & Sasongko (2021) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* karena profitabilitas bukan merupakan faktor pertimbangan yang penting bagi investor saat mengambil keputusan

ekonomi. Dimana tinggi rendahnya profitabilitas yang dimiliki perusahaan tidak dapat menjamin keputusan investor melakukan investasi. Sehingga meskipun perusahaan mengumumkan laba yang tinggi tidak mempengaruhi besar kecilnya reaksi investor. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursopiatin & Widyasari (2020) dan Fauzan & Purwanto (2017).

Leverage affects the Earning response coefficient

Leverage dalam Penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus DER (Debt Equity Ratio) yaitu dengan cara membandingkan antara total utang yang dimiliki oleh perusahaan dengan total ekuitasnya. Berdasarkan hasil pengujian statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa hipotesis kedua ditolak, dimana hal ini berarti bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian ini tidak mendukung adanya hipotesis yang ada, Hasil pengujian ini tidak sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori sinyal, sehingga semakin tinggi maupun semakin rendah *leverage* yang dimiliki perusahaan tidak akan mempengaruhi respon investor. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* artinya tinggi rendahnya nilai *leverage* yang dihasilkan tidak sejalan dengan kenaikan atau penurunan respon pasar terhadap laba yang dipublikasikan. Hal ini diduga karena para investor tidak memperhitungkan resiko

yang akan terjadi di masa yang akan datang, tetapi lebih melihat kinerja dan prospek kedepan dari perusahaan tersebut. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fitriah (2020) yang juga dihasilkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Firm Size affects the *Earning response coefficient*

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hal ini dikarenakan adanya alasan bahwa investor menganggap bahwa perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar belum tentu dapat menghasilkan atau memiliki laba yang baik, kemungkinan lain yang dapat terjadi adalah perusahaan tersebut memiliki hutang yang banyak dalam menjalankan operasional perusahaan. Banyak investor memilih menilai kondisi pasar pada perusahaan daripada mereka melihat dari total aset. Hal ini yang membuat besar kecilnya ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset ini kurang bersifat informative bagi investor. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursopiatin & Widyasari (2020) dan Kurnia et al. (2019) yang menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada *earnings response coefficient*.

Corporate social responsibility* affects the *Earning response coefficient

Penelitian ini menunjukkan hasil mengenai *corporate social responsibility* dimana hipotesis ketiga dari penelitian ini diterima. Dengan ini dapat disimpulkan dalam penelitian ini *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient* hal ini tidak sejalan dengan teori sinyal yang digunakan dimana pada teori sinyal dijelaskan bahwa semakin tinggi CSR maka semakin tinggi tingkat *earning response coefficient*. Dengan adanya hasil CSR berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient* berarti bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR dengan hasil yang tinggi akan direspon lambat oleh investor.

Hal ini terjadi karena semakin tinggi pengungkapan CSR maka alokasi laba dikhawatirkan akan beralih digunakan untuk mendanai berbagai kegiatan tanggung jawab social perusahaan dengan nilai yang cukup besar sehingga investor merasa khawatir jika dividen atau return saham semakin kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kim et al. (2018) yang dalam penelitiannya juga dihasilkan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*.

CONCLUSION

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* terhadap *earning response coefficient* (ERC).

Penelitian menggunakan variabel sekunder yang didapat dari *Indonesian stock exchange* atau www.idx.co.id. Sampel penelitian didapat dengan menggunakan metode purposive sampling dan dilakukan pembuangan data (*outlier*). Jumlah data dari penelitian ini adalah sebanyak 53 data perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Alat uji yang digunakan dalam penelitian adalah SPSS 24. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear. Berdasarkan pengujian terhadap hipotesis penelitian dan pembahasan hasil, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan kesehatan. Hal ini karena profitabilitas bukan merupakan faktor pertimbangan yang penting menurut investor. Tinggi rendahnya profitabilitas yang dimiliki perusahaan tidak dapat menjamin keputusan investor dalam melakukan investasi, sehingga meskipun perusahaan mengumumkan laba yang tinggi tidak mempengaruhi besar kecilnya reaksi investor. Variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan kesehatan hal ini dikarenakan para investor tidak memperhitungkan resiko perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang akan terjadi di masa yang akan datang, tetapi lebih melihat kinerja dan prospek kedepan dari perusahaan tersebut. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan kesehatan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar atau memiliki

total aset yang besar belum tentu memiliki laba yang baik, kemungkinan lain yang bisa didapatkan adalah perusahaan tersebut bisa memiliki hutang yang banyak dalam membiayai operasional perusahaan. Variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan kesehatan. Hal ini dikarenakan investor khawatir atas alokasi laba yang akan beralih digunakan untuk mendanai berbagai kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai yang cukup besar sehingga dividen atau *return* saham yang diterima oleh investor semakin kecil.

REFERENCES

- Al Awawdeh, H., Al-Sakini, S. A., & Nour, M. (2020). Factors affecting earnings response coefficient in Jordan: Applied study on the Jordanian industrial companies. *Investment Management and Financial Innovations*, 17(2), 255–265. [https://doi.org/10.21511/imfi.17\(2\).2020.20](https://doi.org/10.21511/imfi.17(2).2020.20)
- Darmawan. (2020). *Dasar-dasar Memahami Rasio & Laporan Keuangan* (D. M. Lestari (ed.); 1st ed.). UNY Press.
- Fauzan, M., & Purwanto, A. (2017). PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR, TIMELINESS, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN RESIKO SISTEMATIK TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (ERC)(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur, Properti dan Pertambangan yang Terlisting di Bursa Efek Indonesia (BE). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(1), 1–15.
- Fitriah, S. (2020). Pengaruh Kesempatan Bertumbuh Dan Leverage Terhadap Earnings Response Coefficient Sektor Property dan Real Estate Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *AKURASI: Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 15–

- 30.
- Herdinandasari, S. S., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient (Erc). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(11), 1–19.
- Kim, Y. C., Seol, I., & Kang, Y. S. (2018). A study on the earnings response coefficient (ERC) of socially responsible firms: Legal environment and stages of corporate social responsibility. *Management Research Review*, 41(9), 1010–1032. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2017-0024>
- Kurnia, I., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-. *E-Jra*, 08(01), 78–91.
- Mashayekhi, B., & Aghel, Z. L. (2016). A-Study-on-the-Determinants-of-Earnings-Response-Coefficient-in-an- Emerging-Market. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 10(7), 2479–2482. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1125909>
- Nursopiatin, Y., & Widyasari. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Earnings Response Coefficient. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2(2), 146–155.
- Pandana, B. P., & Santioso, L. (2020). Faktor yang Mempengaruhi ERC Pada Perusahaan Manufaktur Indonesia yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2, 1809–1817.
- Pratiwi, D. Q., & Sasongko, N. (2021). Pengaruh Kesempatan Bertumbuh , Profitabilitas , Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek In. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 1(2), 32–44.
- Spence, M., & Journal, Q. (1973). JOB MARKET SIGNALING. In *UNCERTAINTY in ECONOMICS: Readings and Exercises* (Vol. 87). ACADEMIC PRESS, INC. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-214850-7.50025-5>
- Suaidah, I. (2018). Pengaruh Corporate Responsibility terhadap Earning Response Coefficient. *Cendekia Akuntansi*, 6(3), 54–64.
- Sugiyono. (2016). *Statistika untuk Penelitian*. ALFABETA CV.
- Syafrina, W. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 194–210.
- Al Awawdeh, H., Al-Sakini, S. A., & Nour, M. (2020). Factors affecting earnings response coefficient in Jordan: Applied study on the Jordanian industrial companies. *Investment Management and Financial Innovations*, 17(2), 255–265. [https://doi.org/10.21511/imfi.17\(2\).2020.20](https://doi.org/10.21511/imfi.17(2).2020.20)
- Darmawan. (2020). *Dasar-dasar Memahami Rasio & Laporan Keuangan* (D. M. Lestari (ed.); 1st ed.). UNY Press.
- Fauzan, M., & Purwanto, A. (2017). PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR, TIMELINESS, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN RESIKO SISTEMATIK TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (ERC)(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur, Properti dan Pertambangan yang Terlisting di Bursa Efek Indonesia (BE. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(1), 1–15.
- Fitriah, S. (2020). Pengaruh Kesempatan Bertumbuh Dan Leverage Terhadap Earnings Response Coefficient Sektor Property dan Real Estate Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *AKURASI: Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 15–30.
- Herdinandasari, S. S., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient (Erc). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*,

- 5(11), 1–19.
- Kim, Y. C., Seol, I., & Kang, Y. S. (2018). A study on the earnings response coefficient (ERC) of socially responsible firms: Legal environment and stages of corporate social responsibility. *Management Research Review*, 41(9), 1010–1032. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2017-0024>
- Kurnia, I., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-. *E-Jra*, 08(01), 78–91.
- Mashayekhi, B., & Aghel, Z. L. (2016). A-Study-on-the-Determinants-of-Earnings-Response-Coefficient-in-an- Emerging-Market. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 10(7), 2479–2482. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1125909>
- Nursopiatin, Y., & Widayarsi. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Earnings Response Coefficient. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2(2), 146–155.
- Pandana, B. P., & Santioso, L. (2020). Faktor yang Mempengaruhi ERC Pada Perusahaan Manufaktur Indonesia yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2, 1809–1817.
- Pratiwi, D. Q., & Sasongko, N. (2021). Pengaruh Kesempatan Bertumbuh , Profitabilitas , Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek In. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 1(2), 32–44.
- Spence, M., & Journal, Q. (1973). JOB MARKET SIGNALING. In *UNCERTAINTY in ECONOMICS: Readings and Exercises* (Vol. 87). ACADEMIC PRESS, INC. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-214850-7.50025-5>
- Suaidah, I. (2018). Pengaruh Corporate Responsibility terhadap Earning Response Coefficient. *Cendekia Akuntansi*, 6(3), 54–64.
- Sugiyono. (2016). *Statistika untuk Penelitian*. ALFABETA CV.
- Syafrina, W. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 194–210.
- Andri. 2009. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Kencana, Jakarta.
- Andriani, Soemantri. 2003. Tanggung Renteng Setia Budi Wanita, Semarang: Limpad.
- Ariescy, R. R., Mawardi, A. I., Sholihatin, E., & Aprilisanda, I. D. (2021). Inovasi Pemasaran Produk Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2), 418-432.
- Auyeung, P. K. (2002). “A comparative study of accounting adaptation: China and Japan during the nineteenth century.” *The Accounting Historians Journal*: 1-30.
- Gordon, W. D. (1999). A critical evaluation of Japanese accounting changes since 1997, University of Sheffield.
- Hadiyati, Ernani. 2009. Kajian Pendekatan Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 11 (2): 183-192.
- Hubeis. Musa. 2009. Prospek Usaha Kecil dalam wadah Inkubator Bisnis, Ghalia Indonesia. <https://dosen.perbanas.id/logika-filsafat-ilmu-akuntansi-negara-timur/>, diakses tanggal 23 September 2022
- <http://www.iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/emkm,diakses tanggal 23 September 2022>
- Jakarta Timur. Setiani, Cahyati. 2012. Model Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis Sebagai Pendukung Adopsi Teknologi. Rekomendasi Paket Teknologi Pertanian Jawa Tengah. Soemitra, Jakarta Rahayu, Yayuk. 2009. Penerapan Sistem Tanggung Renteng pada

- Koperasi Setia Budi Wanita Malang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*,
- Kolanus, Livia Tinneke Olly, Vekie A Rumat, and Daisy S.M. Engka. "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil (Umk) Di Kota Manado." *Journal Pembangunan ekonomi dan Keuangan Daerah* 20, no. 04 (2020): 39–53.
- Mishelei Loen, S. E. (2019). Analisis Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Industri Tas Dan Sepatu New Hunteria Dengan Pendekatan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Dan Menengah (Sakemk). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2).
- Mutiah, R. A. (2019). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM. *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 223-229.
- Ramdhansyah & Sondang Silalahi. 2013. Pengembangan Model Pendanaan UMKM Berdasarkan Persepsi UMKM. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.5 (1): 30-40.
- Rodoni, Ahmad & Abdul Hamid. 2008. Lembaga Keuangan Syariah, Zikrul Hakim.
- Solaş, Ç. and S. Ayhan (2007). "The historical evolution of accounting in China: the effects of culture."
- Sugiyono. 2010. Metodologi Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung.
- Susilo, Sri & Sigit Triandaru, A. 2000. Bank & Lembaga Keuangan Lain, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
- Zain, Yunus dkk. 2006. Skema Pembiayaan Perbankan Daerah Menurut Karakteristik UMKM pada Sektor Ekonomi Unggulan di Sulawesi Selatan. *Kajian Ekonomi Regional Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat*, 51-54
- Zhang, H. and X. Liu (2010). "On the Construction of China's Accounting Standard System with International Convergence in Accounting Standards." *International Journal of Business and Management* 5(4): 200.