



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EARNING RESPONSE COEFFECIENT

Popon Widia Astuti

STIE Sutaatmadja, Subang, Indonesia

Email: popon@stiesia.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 8 November 2019

Tgl. Diterima : 30 April 2020

Tersedia Online : 31 Juli 2020

Keywords:

Eaning Response Coefficient, leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, risiko sistematis, Corporate Social Responsibility Disclosurre, kesempatan pertumbuhan.

ABSTRAK/ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi earning response coefficient. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 3 tahun dihitung dari 2016 hingga 2018. Objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI. Jenis penelitian ini adalah studi literatur, yaitu dengan menelusuri penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya perekonomian Indonesia setiap perusahaan bersaing dalam hal ekspansi pelebaran usaha dengan tujuan untuk menjaga kelangsungan usaha (Razi, 2016). Setiap perusahaan pun kian diuntut dalam menyusun strategi bisnis untuk mengembangkan usahanya. Strategi yang dilakukan yaitu pengelolaan dana atau modal. Modal yang dimiliki sendiri tidaklah cukup dalam melakukan pengembangan usaha oleh karena itu dana dari luar sangatlah dibutuhkan. Untuk perusahaan-perusahaan besar dana dari luar diperoleh dengan menerbitkan surat berharga seperti saham, obligasi, dan instrument lainnya yang diperdagangkan di pasar modal.

Menurut Kamaruddin (2004) Pasar modal yaitu pasar yang menyediakan jasa jual beli produk berupa dana yang bersifat abstrak, dan menurut Eduardus (2010) dalam bentuk nyatanya, produk yang diperjual belikan di pasar modal berupa

lembar surat-surat berharga di bursa efek. Suad Husnan (2009:3) menyatakan bahwa pasar modal mempunyai peran yang amat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara dikarenakan memiliki fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Dalam fungsi ekonominya pasar modal menyediakan fasilitas untuk memindahkan dana dari yang lebih kepada yang membutuhkan dana. Fungsi keuangan yang dilaksanakan pasar modal yaitu dengan cara mempersiapkan dana yang diperlukan oleh yang membutuhkan dana. Adapun menurut (Tandelilin, 2015) bahwa pasar modal yaitu pasar yang memperjualbelikan dana secara abstrak. Sedangkan bentuk konkretnya produk yang diperjualbelikan berupa surat-surat berharga.

Resiko yang ditanggung ketika berinvestasi di pasar modal memang lebih tinggi dibandingkan dengan investasi di lembaga lainnya. Hal tersebut sesuai dengan konsep semakin tinggi resiko yang didapat, semakin tinggi pula angka pengembalian yang akan di

dapat. Oleh karena itu investasi di pasar modal menjadi pilihan yang sangat menguntungkan bagi beberapa perusahaan yang berani mengambil resiko yang tinggi.

Dengan meningkatnya perkembangan saham maka perusahaan dalam sector keuangan harus menyiapkan strategi dalam membuat kebijakan dan keputusan yang tepat di setiap kegiatan perusahaan.

Dalam menentukan keputusan seorang investor membutuhkan data yang kuat dan akurat dalam memutuskan suatu kebijakan. Hal yang menjadi acuan dalam pengambilan keputusan yaitu laporan keuangan. Laporan keuangan sangat berguna bagi investor karena di dalam laporan keuangan menyediakan beberapa informasi seperti laporan posisi keuangan dan yang hal yang paling sensitive bagi investor yaitu laporan laba rugi yang terdapat dalam laporan keuangan. Semakin tinggi laba yang di dapatkan perusahaan maka semakin yakin investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut.

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ball dan Brown (1968) menemukan adanya hubungan yang signifikan antara laba perusahaan dengan harga saham, yaitu ketika kenaikan laba perusahaan diumumkan maka terjadi perubahan positif terhadap harga saham, sebaliknya jika laba perusahaan mengalami penurunan dan pada saat diumumkan maka terjadi perubahan negative pada harga saham. Jika pada saat pengumuman terdapat informasi maka akan tercermin dengan adanya pengembalian yang tidak sesuai yang diperoleh oleh investor. Efisiensi pasar dapat terlihat dari reaksi yang di dapat oleh pasar terhadap informasi untuk mencapai suatu keseimbangan baru. Jika pasar beraksi secara cepat dan akurat untuk menjaga keseimbangan baru dengan segala informasi yang tersaji maka kondisi pasar yang seperti itu disebut pasar efisien (Mulyani,dkk, 2007).

Dalam pengukuran reaksi investor atau harga saham terhadap laba akuntansi yaitu dengan *Earning Response Coefficient* (ERC). Terdapat

banyak factor yang mempengaruhi kualitas laba yang diukur dengan menggunakan ERC seperti penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Razi Nur Arif (2016), Nyoman Sutrisna Dewi (2019), Maisil Delvira (2013), Eka Larasanta Buana (2014) yaitu persistensi laba, leverage, CSR, risiko sistematis, kesempatan pertumbuhan. Penelitian ini menggunakan semua variable independen dengan menambah variable pemoderasi. Berdasarkan hasil penelitian yang terdahulu, terdapat perbedaan hasil yakni disebut research gap. Dengan adanya research gap tersebut menjadi alasan dalam pemilihan variabel dalam penelitian ini karena peneliti berusaha menganalisis perbedaan yang ada supaya mendapatkan hasil yang lebih baik dan dengan menambah variable pemoderasi demi mendapatkan hasil yang lebih variatif dan menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya yang lebih baik. Tidak hanya itu peneliti juga mencoba menjalankan saran yang diberikan oleh peneliti terdahulu yaitu Nyoman Sutrisna Dewi.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dan rumusan masalah penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang tercakup dalam penelitian.

Identifikasi masalah diperlukan untuk menyelesaikan masalah yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya sehingga hasil analisa selanjutnya dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai.

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap Earning Response Coefficient?
2. Bagaimana pengaruh leverage terhadap Earning Response Coefficient?
3. Bagaimana pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Earning Response Coefficient?
4. Bagaimana pengaruh kesempatan pertumbuhan terhadap Earning Response Coefficient?

5. Bagaimana pengaruh risiko sistematis terhadap Earning Response Coefficient?
6. Bagaimana pengaruh Profitabilitas, leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure, pengaruh kesempatan, risiko sistematis secara simultan terhadap Earning Response Coefficient?
7. Bagaimana pengaruh Profitabilitas, leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure, pengaruh kesempatan, risiko sistematis terhadap Earning Response Coefficient setelah dipengaruhi Ukuran Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam penelitian ini yaitu untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang telah diidentifikasi, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap Earning Response Coefficient.
2. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap Earning Response Coefficient.
3. Untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Earning Response Coefficient.
4. Untuk mengetahui kesempatan pertumbuhan terhadap Earning Response Coefficient.
5. Untuk mengetahui pengaruh risiko sistematis terhadap Earning Response Coefficient.
6. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure, pengaruh kesempatan, risiko sistematis secara simultan terhadap Earning Response Coefficient.
7. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas, leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure, pengaruh kesempatan, risiko sistematis terhadap Earning Response Coefficient setelah dipengaruhi Ukuran Perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan semoga dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat untuk penelitian di bidang keuangan dan memberikan manfaat baik itu secara langsung ataupun tidak langsung bagi pihak-pihak terkait.

E. Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis sebagai berikut:

1. Penulis
Penelitian ini sangat berguna bagi penulis karena dapat menambah pengetahuan dan dapat memperoleh pemahaman mengenai ilmu manajemen keuangan khususnya mengenai Profitabilitas, leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure, pengaruh kesempatan, risiko sistematis dan Earning Response Coefficient.
2. Penelitian Selanjutnya
Semoga penelitian menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik-topik yang tersedia dalam penelitian ini.

F. Kegunaan Praktis

Kegunaan secara praktis sebagai berikut:

1. Bagi investor
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi, tolak ukur atau pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.
2. Pihak Lain
Penelitian ini semoga dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dasar pengembangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

Teori Agensi

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa teori keagenan adalah hubungan keagenan untuk menguji dan mendelegasikan kekuasaan dalam membuat keputusan. Dapat pula dikatakan juga bahwa teori

agensidigunakan untuk memaparkan hubungan antara agen dan prinsipal. Agen adalah pihak manajemen, dan prinsipal adalah pemegang saham., dalam teori ini menyebutkan bahwa permasalahan yang muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal disebut dengan konflik keagenan.

Pada teori agensi pemegang saham memberi kepercayaan dalam mengambil keputusan, akan tetapi tidak semua manajemen menguntungkan pemegang saham. Menurut teori agensi, setiap orang akan selalu berusaha mencari manfaat. Terkadang pihak manajemen mencari keuntungan dalam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan perusahaan akan ada perbedaan kepentingan, antara satu pihak dengan pihak lainnya. Dari semua perbedaan itu dapat menimbulkan conflict di dalam perusahaan. Tak jarang dalam meningkatkan keuntungan, perusahaan melakukan praktik manajemen laba

Teori Signaling

Mneururt (Sugiarto 2009:48-49) Teori signaling adalah teori pemberi sinyal yang didasarkan bahwa seorang manajer memiliki semua informasi perusahaan dan ingin menunjukkannya kepada public supaya harga pasar meningkat. Dapat diartikan pula bahwa teori ini menjelaskan bahwa perusahaan memberi sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan dengan tujuan untuk mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Sinyal tersebut akan digunakan oleh investor dalam memutuskan keputusan dan menjadi acuan dalam mengambil langkah selanjutnya. Apabila saat pelaporan keuangan dan dianalisis mendapatkan hasil yang baik maka hal tersebut menjadi sinyal baik ula bagi investor. Dan begitu pun sebaliknya. Sinyal dapat berdampak negative dan positif bagi perusahaan. Dengan adanya sinyal dapat memberikan reaksi pasar.besar kecilnya reaksi itu menunjukkan kinerja perusahaan. Apabila kinerja perusahaan baik maka akan mampu menarik investor.

B. Earning Response Coefficient

Menurut Scott (2003) menyatakan (ERC) adalah ukuran besaran abnormal return suatu saham sebagai respon terhadap komponen laba abnormal (unexpected earnings) yang dilaporkan oleh yang mengeluarkan saham tersebut. Collins (1984) dan Cornell dan Landsman (1989) menyatakan bahwa ERC merupakan salah satu ukuran yang digunakan untuk mengukur kualitas laba. Menurut Ardila (2012) meyatakan bahwa Earnings Response Coefficient (ERC) berguna dalam analisis fundamental oleh investor, dalam menentukan reaksi pasar atas informasi laba perusahaan. ERC merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan adalah Cumulative Abnormal Return (CAR), sedangkan proksi laba akuntansi adalah Unexpected Earnings (UE). Regresi model tersebut akan menghasilkan ERC untuk masing-masing sampel yang akan digunakan untuk analisis selanjutnya.

C. Profitabilitas

Menurut (Husnan dan Enny, 2002:56) Profitabilitas adalah hal bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh perusahaan. Menurut Astuti (2004:36) menyatakan bahwa profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan.profitabilitas memiliki peran yang sangat penting karena profit perusahaan menunjukkan bagaimana perusahaan itu bekerja. Menurut Purnama dan Abundanti (2014) Perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi dengan itu perusahaan menunjukkan kinerjanya dengan baik dan menunjukkan kepada investor bahwa kinerja perusahaan baik. Horne dan Wachowicz (2005:222) menyatakan bahwa apabila profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka menunjukkan perusahaan bekerja dengan baik dalam mengelola kekayaan perusahaan dalam memperoleh laba setiap periodenya

D. Leverage

Menurut Sartono (2001) leverage adalah Penggunaan asset dan sumber dana yang dilakukan perusahaan yang mempunyai beban tetap dengan maksud meningkatkan keuntungan pemegang saham.

Leverage merupakan rasio yang mengukur besarnya modal perusahaan yang dibiayai oleh utang. Perusahaan yang dana internalnya tidak mencukupi, maka perusahaan akan melakukan pendanaan eksternal yaitu utang. Leverage perusahaan akan berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun panjang. Leverage dapat dikatakan juga bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak aset yang dimiliki dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:76).

E. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yaitu total dari aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ada dua kategori perusahaan, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar akan menarik investor dalam berinvestasi jadi besar kecilnya ukuran perusahaan berpengaruh bagi investor.

Menurut Hery (2017:25), ukuran (skala) perusahaan yang menjadi variable penting dalam pemilihan metode akuntansi. Ukuran perusahaan dapat digolongkan menjadi salah satu unsur yang akan mempengaruhi keputusan manajemen nantinya. Sedangkan Menurut Sinaga (2014:352) perusahaan besar cenderung akan melakukan diversifikasi usaha lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Oleh karena itu lebih aman. Ukuran perusahaan seiring menjadi tolak ukur kemungkinan kebangkrutan yang terjadi nanti dan perusahaan yang emiliki ukuran perusahaan ang besar dikira dapat mengatasi kemungkinan yang akan terjadi.

F. CSRD

Menurut (Razi Nur Arif, 2016) Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan dalam berkontribusi dan bertanggung jawab terhadap keseimbangan aspek ekonomis, social dan lingkungan. Sedangkan menurut (Anggraini, 2015). Menurut (Sayekti dan Wondabio, 2007) Dengan pengungkapan pertanggungjawaban diharapkan akan adanya nilai tambah dan legitimasi dari masyarakat terhadap operasional maupun produk yang dihasilkannya.

G. Kesempatan Pertumbuhan

Menurut (Rodoni dan Ali, 2014:55) kesempatan pertumbuhan yaitu adalah peluang untuk investasi diproyek dengan NPV positif. Menurut Palupi (2006) Kesempatan bertumbuh menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Penilaian pasar (investor/pemegang saham) terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan nampak dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Pemegang saham akan memberi respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mungkin bertumbuh tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi juga di masa depan bagi investor.

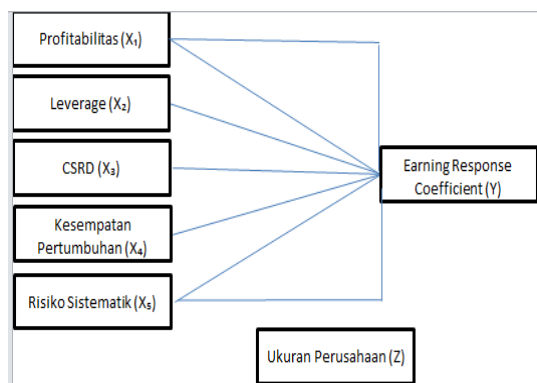
H. Risiko Sistematis

Menurut Rodoni dan Ali (2014) menyatakan bahwa risiko sistematis adalah setiap risiko yang mempengaruhi sebagian besar aset dengan tingkat risiko yang bermacam-macam. Contoh dari risiko sistematis termasuk ketidakpastian mengenai keadaan ekonomi secara umum seperti GNP, tingkat bunga atau inflasi. Sedangkan menurut Tandelilin (2010), risiko sistematis atau dikenal juga dengan risiko pasar merupakan risiko yang berkaitan dengan perubahan yang terjadi di pasar. Perubahan pasar tersebut mempengaruhi variabilitas return suatu investasi.

I. Penelitian Terdahulu

Penelitian Nyoman Sutrisna Dewi, I Ketut Yadnyana² (2019), ukuran Perusahaan mampu memperlemah pengaruh profitabilitas pada ERC dan ukuran perusahaan memperkuat pengaruh leverage pada ERC. Hermanto dkk (2019) kesempatan pertumbuhan yang diprosikan dengan price to book value memiliki pengaruh positif terhadap earning response coefficient. Razi Nur Arif (2016) leverage dan KAP tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC. Maisil Delvira dan Nelvrita (2013) Earnings response coefficient dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu beta, struktur modal, ukuran perusahaan, dan struktur modal dan kesempatan pertumbuhan berpengaruh positif. Eka Larasanta Buana, Titik Farida Kristanti, SE., MSi (2014) Secara simultan variabel independen risiko sistematis, persistensi laba dan kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap variabel dependen earnings response coefficient. Haris Ahmadilah (2013) risiko sistematis tidak memiliki pengaruh terhadap relevansi nilai laba akuntansi yang dilihat dari earnings response coefficient. Desi Avriyani (2018) Kesempatan bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap Earning Response Coefficient.

J. Kerangka Berpikir dan Hipotesis



1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Earnings Response Coefficient

Dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nyoman Sutrisna Dewi dan I Ketut Yadnyana² (2019) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif pada Earning Response Coefficient. Sedangkan menurut beberapa penelitian terdahulu. Setiawati dkk. (2014), Mahendra dan Wirama (2017), Herdirinandasari dan Asyik (2016) dan Hasanzade et al. (2013) melakukan penelitian dan membuktikan adanya pengaruh positif antara profitabilitas dan ERC. Dan hipotesis yang akan dikembangkan yaitu:

H1: Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap earning response coefficient.

2. Pengaruh Leverage terhadap earnings response coefficient

Menurut Nyoman Sutrisna Dewi (2019) Resiko gagal bayar perusahaan biasanya dilihat dari tinggi rendahnya leverage yang dimiliki. Leverage yaitu alat untuk mengukur seberapa jauh suatu perusahaan bergantung pada utang dalam membiayai aset perusahaan. Penggunaan utang biasanya bertujuan untuk mendukung kegiatan-kegiatan perusahaan dengan begitu perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih besar. Bagi investor, semakin besar laba yang dihasilkan berarti memperbesar tingkat return yang akan diterima. Oleh karena itu secara tidak langsung penggunaan utang dapat memperbesar laba perusahaan yang berarti menyejahterakan pemegang saham. Hasil penelitian Nofianti (2014), Dewi dan Putra (2017), Dhaliwal et al. (1991), Moradi et al. (2010), dan An (2015) membuktikan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap ERC. Namun penelitian Valipour dan Moradbeygi (2011) menemukan hasil yang berbeda yaitu adanya hubungan positif antara leverage dan kualitas laba.

Hipotesis yang akan di kembangkan yaitu:

H2: Leverage memiliki pengaruh terhadap earning response coefficient

3. Pengaruh Corporate social responsibility disclosure terhadap earning response coefficient

Dari beberapa penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007), Kertadjumena (2010), Restuti dan Nathaniel (2012) melakukan penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap ERC yang memberikan hasil bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap ERC. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2015) yang menunjukkan hasil berbeda dimana CSR disclosure berpengaruh positif signifikan terhadap ERC yang berarti bahwa dengan adanya peningkatan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan akan meningkatkan reaksi investor terhadap laba. Dari uraian diatas maka hipotesis yang akan dibuat yaitu:

H3: Corporate social responsibility disclosure memiliki pengaruh terhadap earning response coefficient.

4. Kesempatan pertumbuhan berpengaruh terhadap earning response coefficient

Penelitian yang dilakukan oleh Collins dan Kothari (1989) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang lebih besar akan memiliki Earnings Response Coefficient (ERC) tinggi. Dan penelitian yang dilakukan oleh Amelia (2013) menyimpulkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap ERC. Dengan demikian hipotesis yang akan dibuat yaitu:

H4: kesempatan pertumbuhan memiliki pengaruh terhadap earning response coefficient

5. Risiko Sistematis berpengaruh terhadap earning response coefficient

Semakin tinggi risiko suatu perusahaan maka semakin rendah Earnings Response Coefficient (ERC). Dengan kata lain, semakin tinggi risiko suatu perusahaan, maka semakin rendah

reaksi investor terhadap kejutan laba (unexpected earnings) dan akan diikuti oleh ERC yang rendah pula. Dengan demikian hubungan antara risiko dengan ERC akan bersifat negatif dan signifikan. Perusahaan dengan risiko beta rendah, ketika laba perusahaan tersebut diumumkan maka investor akan bereaksi positif terhadap saham perusahaan tersebut. Penelitian yang sebelum telah dilakukan sebelumnya oleh Delvira (2013) juga menemukan bahwa risiko perusahaan atau risiko sistematis berpengaruh negatif signifikan terhadap ERC.

H5: Risiko Sistematis berpengaruh terhadap earning response coefficient.

6. Ukuran perusahaan mempengaruhi variabel independen dalam mempengaruhi

Ukuran perusahaan yaitu cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbas terhadap nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Penelitian yg dilakukan oleh Nyoman Sutrisna Dewi dan Ketut Yadnyana (2019) Ukuran perusahaan dapat mempelemah pengaruh profitabilitas pada Earning Response Coefficient. Dengan itu hipotesis yang akan dibuat yaitu: H6: Ukuran perusahaan mempengaruhi profitabilitas terhadap earning response coefficient.

METODE PENELITIAN

Menurut penelitian Nyoman Sutrisna Dewi dan I Ketut Yadnyana (2019) Profitabilitas berpengaruh negatif pada Earning Response Coefficient. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi belum tentu menjamin

bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Tingginya tingkat profitabilitas dikhawatirkan atau diduga terjadi praktik manajemen laba atau tindakan manipulasi data. Ball dan Brown (1968), yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara laba dan harga saham atau return saham. Laba memiliki kandungan informasi yang tercermin dari perubahan harga sekuritas. Naik turunnya laba akan berpengaruh terhadap naik turunnya return saham secara searah.

Hasil penelitian Nofianti (2014), Dewi dan Putra (2017), Dhaliwal et al. (1991), Moradi et al. (2010), dan An (2015) membuktikan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap ERC. Namun penelitian Valipour dan Moradbeygi (2011) menemukan hasil yang berbeda yaitu adanya hubungan positif antara leverage dan kualitas laba.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan Ely Imroatuss olihah (2013) menyatakan bahwa risiko, leverage, peluang pertumbuhan, persistensi laba dan kualitas corporate social responsibility berpengaruh secara simultan terhadap ERC. Sedangkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa risiko, leverage, kualitas tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC. Dan hasil penelitian Maisil Delvira dan Nelvrita (2013) menyimpulkan bahwa risiko sistematis berpengaruh signifikan negatif terhadap ERC pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia. Leverage tidak berpengaruh terhadap ERC pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Sutrisna, nyoman dan (2019) Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Pada Earning Response Coefficient Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.26.3.Maret (2019): 2041 -2069

Nur Arif, Razi (2016) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (Erc) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2011-2015) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin

Hermanto, (2019) Peran Corporate Governance Pada Hubungan Default Risk Dengan Earning Response Coefficient, Volume 8 – Issue 2 - Juni 2019

Delvira, Maisil (2013) Engaruh Risiko Sistematis, Leverage Dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc), Jurnal Wra, Vol. 1, No. 1 April 2013

Buana, Eka Larasanta, Pengaruh Risiko Sistematis, Persistensi Laba Dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc)

Ahmadillah, Haris (2013) Pengaruh Leverage, Risiko Sistematis Dan Kualitas Auditor Terhadap Relevansi Nilai Laba Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Avriani, Desi (2018) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earning Response Coefficient

Hariati, Rina (2017) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Laba Terhadap Earnings Response Coefficient

Nur, Agustianto Rio (2014) Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perataan Laba

Ball_Brown_JAR_1968.pdf