

PROFITABILITAS PADA *EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT* DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Gusti Ayu Putu Sintya Aryanti¹
Eka Ardhani Sisdyani²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
email: sintya_aryanti@gmail.com / telp: +62 89609485299

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient* dengan menambahkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 18 perusahaan sehingga didapatkan 54 amatan selama 3 tahun dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah *moderated regression analysis*. Berdasarkan analisis didapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada *earnings response coefficient*, namun pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient*. Hasil ini mengindikasikan bahwa investor pada perusahaan pertambangan dalam mengambil keputusan investasi lebih memperhatikan profitabilitas dibandingkan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kata kunci: Profitabilitas, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Earnings Response Coefficient*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of profitability on earnings response coefficient by adding disclosure of corporate social responsibility as a moderating variable. This research is conducted in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2014. The number of samples taken are 18 companies to obtain 54 observations for 3 years with purposive sampling method. Data are collected using the method of documentation. The analysis technique used is moderated regression analysis. The results show that profitability have a positive effect on earnings response coefficient. However, the disclosure of corporate social responsibility is not able to moderate the effect of profitability on earnings response coefficient. These results indicate that investor on mining companies in making investment decisions tend to attention profitability more than the disclosure of Corporate Social Responsibility.

Keywords: Profitability, Disclosure of Corporate Social Responsibility, Earnings Response Coefficient

PENDAHULUAN

Earnings Response Coefficient (ERC) merupakan indikator mengenai besarnya return pasar sekuritas sebagai respon komponen laba tidak terduga yang dilaporkan perusahaan penerbit saham (Scott, 2009:154). Respon investor yang baik

terhadap laba suatu perusahaan diyakini akan memperbesar nilai ERC begitu pula dengan kabar buruk yang dilaporkan oleh perusahaan akan memperkecil nilai ERC, nilai ERC pada laba saat ini dapat dijadikan acuan untuk memperkirakan laba dimasa depan (Scott, 2009:154). ERC dapat memberikan gambaran kualitas laba yang diharapkan, yang diukur dengan kemampuan dalam meramalkan ekspektasi pasar (Mahjoubi dan Abaoub, 2015).

Respon pasar yang berbeda-beda terhadap laba disebabkan oleh beberapa hal, yaitu beta, persistensi laba, *capital structure*, *earnings quality*, *the informativeness of price*, *growth opportunities*, dan *the similarity of investor expectations* (Scott, 2009:154). Investor memprediksi laba dan return di masa datang dengan menilai laba sekarang. Reaksi investor terhadap laba tak terduga perusahaan akan semakin rendah, jika *future return* tersebut semakin beresiko (Scott, 2009:155).

Earnings response coefficient merupakan indikator yang dapat digunakan untuk menilai kualitas laba yang sesungguhnya melalui informasi dalam keresponan laba (Fitri, 2013). Grahita (2001) dalam Jang dkk (2007) menyebutkan bahwa laba yang dapat memberikan gambaran mengenai kinerja finansial perusahaan yang sebenarnya dan mempunyai sedikit *perceived noise* merupakan laba akuntansi yang berkualitas. Pengukuran kualitas laba dilakukan karena informasi laba sangat diperhatikan oleh investor dalam mengambil keputusan. Laba yang berkualitas akan memberikan sinyal berupa *good news* yang akan menarik investor untuk berinvestasi. Sikap investor yang mengukur kinerja manajemen berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan menyebabkan manajemen untuk berperilaku yang tidak sepatasnya

(manajemen laba) (Gunarianto, 2014). Namun, perilaku tidak pantas yang dilaksanakan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu hal yang menyebabkan informasi laba yang disediakan oleh perusahaan tidak menggambarkan keadaan perusahaan yang sesungguhnya (Lukman, 2014).

Earnings response coefficient adalah indikator yang mempunyai hubungan dengan informasi yang terkandung dalam laba akuntansi (Tara, 2009). Darwanis dan Andina (2013) menyatakan bahwa *earnings response coefficient* adalah koefisien yang mengukur respon return tak normal pada laba kejutan, selaku patokan besarnya kepekaan perubahan harga saham terhadap laba akuntansi. *Earnings response coefficient* adalah indikator yang dapat digunakan untuk menilai besarnya respon investor pada keuntungan perusahaan. 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 (Fitri, 2013).

Bagian terpenting dari sebuah investasi adalah dalam pembuatan keputusan oleh investor, dimana investor perlu membuat keputusan terbaik untuk memaksimalkan pendapatannya (Radchobeh *et al.*, 2012). Keputusan yang dibuat oleh investor didukung oleh laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan. Publikasi laporan keuangan oleh perusahaan telah membantu publik untuk dapat menggunakan informasi tanpa batasan, serta mampu mengurangi asimetri informasi akibat dari kurangnya akses informasi (Moradi *et al.*, 2010). Informasi laba akuntansi

merupakan informasi yang dijadikan acuan oleh investor dalam menetapkan keputusannya (Fitri, 2013). Informasi yang disampaikan kepada investor harus akurat dan tepat waktu agar informasi akuntansi dapat membantu investor untuk memprediksi kejadian di masa depan (Hasanzade *et al.*, 2013). Parawiyati (1996) dalam Kurniati (2010) menyatakan bahwa informasi laba dapat digunakan sebagai ukuran dalam menilai keberhasilan dan kegagalan suatu bisnis didalam mencapai tujuannya.

Informasi mengenai profitabilitas sangat dibutuhkan guna pengambilan keputusan. Perusahaan akan mampu memegang kendali di masa depan jika perusahaan mampu mengambil keputusan yang tepat mengenai perubahan potensial pada sumber daya ekonomi (Burja, 2011). Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bisa diperoleh dari profitabilitas suatu perusahaan (Wiagustini, 2010:76). Kebijakan investor atas investasi yang dilakukan dapat dipengaruhi oleh besarnya profitabilitas suatu perusahaan. Elsakit dan Worthington (2014) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan salah satu alasan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sukarela mengenai efek aktivitas perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan yang mengantongi taraf keuntungan yang besar akan lebih deras memberikan informasi sukarela secara rinci agar dapat menginformasikan berbagai kegiatan yang dilakukan (Juhmani, 2013).

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. Arfan

(2008) menyatakan bahwa profitabilitas dapat menjelaskan kemampuan satu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan tergantung dari besarnya penjualan, penanaman aktiva (investasi), dan penyerapan modal sendiri (*equity*). *Return on Equity* (ROE) digunakan sebagai proksi dari profitabilitas. ROE dideskripsikan sebagai kemampuan modal yang diinvestasikan ke dalam semua aset untuk menghasilkan keuntungan perusahaan (Gunariato *et al.*, 2014).

Return on Equity (ROE) dipergunakan untuk menilai besarnya pengembalian atas penanaman modal untuk para investor perusahaan. Apabila profitabilitas dikaitkan dengan *earnings respons coefficient* maka dapat dikatakan bahwa jika profitabilitas perusahaan tinggi, laba yang dihasilkan perusahaan meningkat, yang selanjutnya akan mempengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya. Profitabilitas berhubungan positif dengan respon investor, yaitu semakin besar profitabilitas maka semakin besar pula respon investor tersebut. Teori ini sejalan dengan hasil yang didapatkan oleh Kusumawardhani dan Nugroho (2010) serta Hasanzade *et al.*, (2013) yang memperoleh hasil bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang positif terhadap *earnings response coefficient* suatu perusahaan, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh pada *Earnings Response Coefficient* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI.

Jogiyanto (2010:517) menyatakan bahwa untuk memberikan sinyal kepada pemegang saham dalam mengambil kebijakan penanaman modal maka memerlukan publikasi suatu informasi sebagai sebuah pengumuman. Keuntungan dan kerugian

yang dihasilkan oleh perusahaan akan menjadi berita baik dan buruk di pasar modal, yaitu keuntungan akan memberikan sinyal positif yang akan menarik investor dan begitupun sebaliknya (Sayed Moosa, 2014).

Teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan tentang dorongan terhadap perusahaan agar memberikan informasi kepada pihak eksternal (Hastuti, 2014). Ketidaksamaan informasi yang dimiliki antara pihak internal dan pihak eksternal perusahaan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi yang dimiliki, baik finansial maupun non finansial. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu informasi yang wajib dipublikasi oleh perusahaan.

Legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai perjanjian dengan masyarakat untuk melaksanakan aktivitas beralaskan pada nilai-nilai keseimbangan serta dengan jalan apa perusahaan melayani golongan-golongan yang berkepentingan agar melegitimasi keputusan perusahaan (G. Martini, 2014). Sari (2012) menyebutkan bahwa legitimasi adalah keuntungan atau sumber daya potensial kepada perusahaan guna melindungi kelangsungan hidup. Organisasi harus mampu meyakinkan masyarakat bahwa organisasi dalam melakukan kegiatannya sudah sesuai dengan aturan-aturan yang ditekankan oleh kaidah dan kepercayaan dalam masyarakat, sehingga mendorong perusahaan untuk mementingkan analisis perilaku dengan memperhatikan lingkungan (Yulfidah dan Zulaika, 2012).

Corporate Social Responsibility merupakan bagian integral dari strategi perusahaan dalam membuat kontribusi yang positif kepada masyarakat yang akan membantu pertumbuhan perusahaan kedepannya (Omoro *et al.*, 2014). Suatu

prosedur untuk suatu entitas untuk secara tulus memusatkan kepedulian pada sosial dan lingkungan ke tengah aktivitasnya serta hubungannya dengan *stakeholders*, yang melampaui kewajiban entitas dalam aspek hukum adalah pengertian dari *corporate social responsibility* (Rawi dan Muchlis, 2010). Perusahaan rela mengeluarkan biaya yang besar pada tanggung jawab sosial karena CSR dapat dijadikan sebagai cara agar kinerja perusahaan terlihat baik di depan pelanggan dan *stakeholder*. CSR dapat mempromosikan perusahaan kepada pelanggan sehingga dapat menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dan meningkatkan loyalitas karyawan (Ajide dan Aderemi, 2014). Perusahaan yang proaktif menangani masalah sosial dan lingkungan akan mengurangi dampak negatif dari kemungkinan laba masa depan dan lebih presisi dalam laba saat ini (Holbrook, 2013).

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya terkadang mengabaikan dampak terhadap lingkungan dari aktivitas operasinya. Perusahaan cenderung hanya berorientasi pada keuntungan perusahaan. Nuryaman (2013) menyatakan bahwa untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan maka teknik pemasaran yang perlu digunakan adalah *corporate social responsibility* (CSR). Nuryaman (2013) menyatakan bahwa CSR dapat dipergunakan sebagai alat pemasaran baru yang ampuh untuk perusahaan jika dilakukan secara berkelanjutan. Perusahaan mau mengeluarkan biaya yang besar dalam melakukan tanggung jawab sosialnya karena menganggap CSR sebagai aktivitas dalam bentuk hubungan dengan masyarakat agar bisa terlihat baik di depan pelanggan dan *stakeholder* lainnya (Ajide dan Aderemi, 2014). Perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam jangka panjang akan mampu

meningkatkan loyalitas konsumen, meningkatkan penjualan serta otomatis akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Namun tidak semua perusahaan menganggap CSR sebagai keuntungan tetapi mereka menganggap CSR sebagai beban, karena dalam jangka pendek kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan menjadi biaya, sehingga mengurangi pendapatan perusahaan.

Nuryaman (2013) menyatakan bahwa aktivitas finansial suatu entitas dipengaruhi oleh kegiatan *corporate social responsibility* yang dilaksanakan. Kinerja finansial perusahaan akhirnya akan mempengaruhi peningkatan laba. Darwanis dan Andina (2013) mendukung hal ini, yang dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap *earnings response coefficient*.

Sektor pertambangan berkaitan erat dengan pendayagunaan sumber daya alam yang melibatkan limbah dan pengotoran alam sehingga mempunyai efek lingkungan yang dalam (Oktariani, 2014). Berdasarkan pernyataan tersebut maka penelitian ini dilakukan pada sektor pertambangan. Operasi pertambangan menyebabkan kerusakan lingkungan sekitar 70 persen di Indonesia. Daratan Indonesia hampir 34 persennya sudah diberikan kepada korporasi melalui sepuluh ribu dua ratus tiga puluh lima ijin pertambangan minerba, namun belum terkandung ijin tambang galian C, panas bumi, perkebunan skala besar, dan wilayah kerja migas (Kompas.com, 2015). Lingkungan sisa tambang mempunyai sifat tidak bisa dipulihkan sepenuhnya menyerupai lingkungan semula sebelum aktivitas penambangan dilakukan. Oleh sebab itu sangatlah substansial bagi perusahaan pertambangan untuk melaporkan

pengungkapan CSR karena akan memberikan sinyal bagi investor untuk melakukan investasi.

Beberapa penelitian yang mencoba meneliti pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient* perusahaan mendapatkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas pada *earnings response coefficient*. Salah satu penelitian yang memperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas pada ERC perusahaan yaitu penelitian Dewi dan Sitinjak (2009). Penelitian Arfan (2008) memperoleh hasil bahwa secara parsial variabel profitabilitas perusahaan tidak memiliki pengaruh pada ERC. Hasil yang tidak konsisten dari penelitian sebelumnya mengenai pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* menunjukkan adanya pengaruh dari variabel lain.

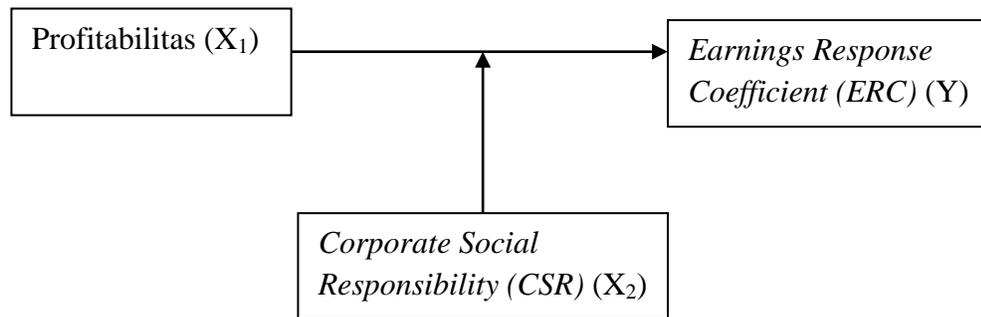
Salah satu variabel yang mungkin mempengaruhi hubungan antara profitabilitas dan *earnings response coefficient* adalah pengungkapan CSR oleh perusahaan. Pengungkapan CSR dijadikan variabel pemoderasi karena penelitian dilakukan pada sektor pertambangan. Undang-undang No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas menuturkan bahwa suatu kewajiban bagi perseroan yang aktivitas bisnisnya bergerak pada aspek yang berhubungan dengan sumber daya alam diwajibkan melaksanakan kewajiban sosial dan lingkungan. Berlandaskan peraturan ini maka sektor usaha yang bergerak pada sektor pertambangan wajib melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosialnya karena kegiatan operasi perusahaan pertambangan sangat berkaitan erat dengan sumber daya alam.

Abolfazl *et al.* (2013) menjelaskan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh perusahaan akan mempengaruhi reaksi investor terhadap laporan keuangan perusahaan. Pfleiger (2005) dalam Nofianti (2012) menyatakan bahwa adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dapat menguntungkan perusahaan karena dapat menarik investor dan juga pihak lain yang berkepentingan pada perusahaan untuk lebih memperhatikan keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab dimata masyarakat. Dengan kata lain pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan sinyal berupa informasi mengenai prospek perusahaan dimasa mendatang kepada investor sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi yang selanjutnya akan meningkatkan *earnings response coefficient*. Sehingga profitabilitas akan meningkatkan ERC apabila diinteraksi dengan CSR, maka hipotesis pada penelitian ini yaitu:

H₂ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas pada *Earnings Response Coefficient* Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif, yaitu suatu penelitian yang dilaksanakan guna memeriksa kaitan diantara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient* dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi. Model penelitian dapat digambarkan seperti gambar 1.



Gambar 1. Desain Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada perusahaan sektor pertambangan yang tercatat di BEI dengan mengakses www.idx.co.id. Penelitian dilakukan dengan mengunduh *annual report* perusahaan pertambangan dari tahun 2012-2014. Penelitian juga dilakukan dengan mengamati dan mengumpulkan data-data lain yang diperlukan dalam penelitian seperti IHSB dan harga saham harian perusahaan melalui website www.yahoofinance.com.

Semua perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014 menjadi populasi dalam penelitian ini. Total perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI sampai tahun 2014 adalah 39 perusahaan. Metode penentuan sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah metode pengumpulan sampel melalui pertimbangan atau tolok ukur tertentu atau disebut sebagai teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2014:122). Maksud penggunaan metode *purposive sampling* adalah agar memperoleh sampel yang representative sesuai dengan tolok ukur yang ditentukan. Kriteria-kriteria itu adalah semua perusahaan yang termasuk didalam kelompok industri pertambangan di Bursa Efek Indonesia serta memublikasikan *annual report* secara beruntun dari tahun 2012-2014, Perusahaan sampel mempunyai

laporan keuangan yang lengkap terkait variabel penelitian dan Perusahaan sampel melaksanakan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam *annual report* secara berturut-turut dari tahun 2012-2014. Berdasarkan patokan pengambilan sampel tersebut, didapatkan 18 perusahaan yang sesuai dengan kriteria sampel sehingga total sampel selama tiga tahun periode pengamatan ialah sejumlah 54 data.

Moderated Regression Analysis (MRA) dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 13 dipergunakan sebagai teknik analisis. Tahapan yang dilaksanakan ialah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, perumusan model analisis regresi, koefisien determinasi, uji kesesuaian model dan uji statistik t.

Penghitungan respon *return* tak normal pada laba kejutan perusahaan-perusahaan yang menerbitkan sekuritas dapat menggunakan koefisien respon laba (Darwanis dan Andina, 2013). *Cummulative Abnormal Return* (CAR) ialah penjumlahan *return* taknormal hari sebelumnya didalam periode peristiwa untuk setiap sekuritas (Jogiyanto 2010:595). Return tak normal adalah hasil pengurangan atau beda dari *actual return* yang terjadi dengan *expected return* oleh investor (Jogiyanto 2010:579).

Akumulasi return taknormal ketika laba akuntansi diumumkan dihitung dalam periode jendela pendek sepanjang tujuh hari yaitu 3 hari sebelum peristiwa (untuk mengetahui ada tidaknya kebocoran informasi) , 1 hari peristiwa (reaksi pasar pada tanggal pengumuman), dan 3 hari sesudah peristiwa (untuk mengetahui kecepatan reaksi pasar) (Jogiyanto 2010:583). Model sesuaian-pasar (*market-adjusted model*)

digunakan sebagai pengukuran return taknormal. Model ini mengasumsikan bahwa return indeks pasar pada saat tersebut merupakan penduga yang paling baik untuk mengestimasi return suatu sekuritas (Jogiyanto, 2010 : 591).

Tahapan sebelum menghitung CAR adalah dengan menghitung *abnormal return* terlebih dahulu. *Abnormal return* (AR_{it}) didapatkan dengan dua langkah. Langkah pertama yakni selisih dari *actual return* (R_{it}) lantas dikurangi dengan *market return* (R_{mt}) yang didapatkan dari langkah kedua (Jogiyanto, 2010:580). Adapun langkah-langkah untuk menghitung CAR yaitu:

a) Menghitung *actual return* (return sesungguhnya):

$$R_{i,t} = \frac{P_{i,t} - P_{i,t-1}}{P_{i,t-1}} \quad \dots\dots\dots (1)$$

(Sumber : Jogiyanto, 2010 : 580)

Keterangan:

- $R_{i,t}$: Return sesungguhnya perusahaan i pada hari t
- $P_{i,t}$: Harga saham penutupan (*closing price*) perusahaan i pada hari t
- $P_{i,t-1}$: Harga saham penutupan (*closing price*) perusahaan i pada hari sebelum t

b) Menghitung return indeks pasar harian

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}} \quad \dots\dots\dots (2)$$

(Sumber : Jogiyanto, 2010:103)

Keterangan:

- R_{mt} : Return Indeks Pasar pada waktu ke-t.
- $IHSG_t$: Indeks Harga Saham Gabungan hari ke-t.
- $IHSG_{t-1}$: Indeks Harga Saham Gabungan hari ke-t-1.

c) Menghitung *abnormal return*

$$\boxed{AR_{it} = R_{it} - R_{mt}} \dots\dots\dots (3)$$

(Sumber: Jogiyanto, 2010:580)

Keterangan:

AR_{it} : *Abnormal Return* untuk perusahaan i pada hari ke-t

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

R_{mt} : *Return* indeks pasar pada hari ke-t.

d) Menghitung *Cumulative Abnormal Return (CAR)* untuk masing-masing perusahaan

$$\boxed{CAR_{it} = CAR_{(-t,t)} = \sum_{-t}^t AR_{it}} \dots\dots\dots (4)$$

(Sumber: Jogiyanto, 2010:595)

Keterangan:

CAR_{it} : *Cummulative Abnorml Return*

AR_{it} : *Abnormal Return* untuk perusahaan i

UE atau *unexpected earnings* ialah pengurangan antara laba sebenarnya dengan

laba yang diharapkan. UE dihitung dengan model sebagai berikut.

$$\boxed{UE_{i,t} = \frac{AE_{i,t} - AE_{i,t-1}}{AE_{i,t-1}}} \dots\dots\dots (5)$$

(Sumber: Sudarma, 2014)

Keterangan:

$UE_{i,t}$: laba non ekspektasian perusahaan i pada periode t

$AE_{i,t}$: laba akuntansi (*earnings*) setelah pajak perusahaan i pada tahun t

$AE_{i,t-1}$: laba akuntansi (*earnings*) setelah pajak perusahaan i pada tahun t-1

Menghitung *earnings response coefficient* setiap sampel

Earnings response coefficient dihitung melalui persamaan regresi atas data setiap

perusahaan sebagai berikut:

$$\boxed{CAR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 UE_{i,t} + \epsilon} \dots\dots\dots (6)$$

(Sumber: Sudarma, 2014)

Keterangan:

CAR_{it} : CAR perusahaan i untuk interval tahun sebelum t hingga tahun t

$UE_{i,t}$: *Unexpected Earnings* perusahaan i pada periode t

- α_0 : Konstanta
- α_1 : ERC
- ϵ : Standar error

Pengukuran CSR menggunakan pengungkapan dalam *annual report*. Pedoman pengukuran CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan diadopsi dari daftar pengungkapan CSR dalam penelitian Sembiring (2005). Terdapat tujuh puluh delapan item pengungkapan yang digunakan. Tujuh puluh delapan item tersebut terdiri dari 7 tema yaitu tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Tujuh puluh delapan item pengungkapan ini dirasa mampu untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan karena tujuh puluh delapan item pengungkapan ini sudah diselaraskan dengan Peraturan Bapepam No. VIII. G.2 tentang laporan tahunan. Selain itu tujuh puluh delapan item ini telah diselaraskan dengan keadaan di Indonesia dan telah diselaraskan juga dengan setiap sektor industri.

Pendekatan dikotomi digunakan dalam penghitungan jumlah pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Pendekatan dikotomi dilakukan dengan memberikan nilai 1 jika item CSR dalam instrumen diungkapkan, tetapi jika perusahaan tidak mengungkapkan item CSR dalam instrumen maka diberi nilai 0. Jumlah pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat diketahui dengan menjumlahkan skor dari setiap item pengungkapan (Sayekti & Wondabio,2007).

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n} \dots\dots\dots(7)$$

(Sumber: Permanasari, 2010)

Keterangan:

CSRDI : CSR *Disclosure Index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Jumlah pengungkapan

n : Skor maksimal yaitu 78 item

ROE digunakan sebagai proksi dari variabel profitabilitas karena ROE merupakan perhitungan dari laba bersih yang besarnya keuntungan yang telah dihitung sudah mempertimbangkan biaya sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan (Wakid, 2012) dalam Ariningtyas (2013). Perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total ekuitas akan menghasilkan ROE (Wijaya, 2012).

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih} \times 100\%}{\text{Modal sendiri}} \dots\dots\dots(8)$$

(Sumber: Wiagustini, 2010:81)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan pada semua perusahaan pertambangan yang tercatat di BEI mempergunakan data *time series* dalam kurun waktu 2012-2014. Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 54 data. Statistik deskriptif menyajikan informasi mengenai karakteristik variabel-variabel penelitian, yaitu jumlah amatan, nilai minimum, nilai maksimum, nilai *mean*, dan standar deviasi.

Tabel 1.
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min.	Mak.	Mean	Std. Deviasi
Profitabilitas (X_1)	54	-0.040	0.740	11.1548	13.69970
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X_2)	54	0.090	0.731	0.34713	0.143591
<i>Earnings Response Coefficient</i> (Y)	54	0.005971	0.006062	0.00598789	0.000015792
Valid N (listwise)	54				

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 1 bisa diketahui bahwa jumlah pengamatan (N) dari penelitian ini adalah sebanyak 54. Nilai terendah dari data penelitian ditunjukkan oleh skor minimum dalam tabel, sedangkan nilai tertinggi ditunjukkan oleh skor maksimum. *Mean* digunakan untuk mengukur nilai rata-rata dari data dan standar deviasi menunjukkan nilai simpangan baku.

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

No	Persamaan	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
1	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$	1.346	0.053
2	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$	0.821	0.510

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa data penelitian berdistribusi secara normal hal ini dapat diketahui dari nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada persamaan satu sebesar 1.346 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,053 yang lebih besar dari 0,05. Pada persamaan kedua menunjukkan bahwa Nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.821 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,510 yang lebih besar dari 0,05.

Tabel 3.
Hasil Uji Autokorelasi

No	Persamaan	Durbin-Watson (d)
1	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$	1.893
2	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$	1.929

Sumber: data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa data penelitian bebas dari masalah autokorelasi hal ini dapat diketahui dari nilai Durbin-Watson. Nilai Durbin-Watson pada persamaan satu sebesar $d=1.893$, ini berarti kriteria tersebut berada dalam kriteria $du < d < 4-du$ yaitu $1.60 < d=1.893 < 2.40$, hal ini berarti bahwa variabel tersebut bebas dari masalah autokorelasi. Nilai Durbin-Watson pada persamaan kedua sebesar $d=1.929$, ini berarti kriteria tersebut berada dalam kriteria $du < d < 4-du$ yaitu $1.60 < d=1.929 < 2.40$, hal ini berarti bahwa variabel tersebut bebas dari masalah autokorelasi.

Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Persamaan	Variabel	T	Sig.
1	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$	X_1	0.817	0.418
2	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$	X_1	-0.853	0.398
		X_2	-1.065	0.292
		$X_1 X_2$	1.107	0.274

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas terbebas dari heteroskedastisitas. Hal ini diketahui dari nilai signifikansi variabel yang lebih besar dari 0,05.

Tabel 5.
Hasil *Adjusted R Square* (R^2)

No	Persamaan	<i>Adjusted R Square</i>
1	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$	0.089
2	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$	0.054

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Nilai *Adjusted R Square* (R^2) pada tabel 5 persamaan satu sebesar 0.089 memiliki makna bahwa 8.9 persen *earnings response coefficient* mampu dijelaskan oleh variabel profitabilitas, sedangkan sisanya 91.1 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Nilai *Adjusted R Square* (R^2) pada tabel 5 persamaan dua sebesar 0,054 memiliki makna bahwa 5.4 persen *earnings response coefficient* mampu dijelaskan oleh variabel profitabilitas dan interaksi antara profitabilitas dengan pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan sisanya 94.6 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Tabel 6.
Hasil Uji kelayakan model (uji F)

No	Persamaan	F	Sig.
1	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$	6.199	0.016
2	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$	2.016	0.124

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 6 pada persamaan satu menunjukkan nilai F hitung sebesar 6.199 dengan tingkat signifikansi 0.016. Karena probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient*.

Berdasarkan Tabel 6 pada persamaan dua menunjukkan nilai F hitung sebesar 2.016 dengan tingkat signifikansi 0.214. Karena probabilitas signifikansi lebih besar dari 0.05, maka secara simultan variabel profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan pada *earnings response coefficient*.

Tabel 7.
Persamaan Regresi Moderasi

No	Persamaan	Persamaan Regresi
1	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$	$Y = 0.00598369 + 0.00000038 X_1 + e$
2	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$	$Y = 0.00598161 + 0.00000048 X_1 + 0.00000683 X_2 - 0.00000037 X_1 X_2 + e$

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Pada Tabel 8 akan dijelaskan mengenai hasil uji statistik t. Pengaruh parsial masing-masing variabel bebas pada variabel terikat akan diketahui dari hasil uji statistik t

Tabel 8.
Hasil Uji Statistik t

No	Persamaan	Variabel	T	Sig.
1	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$	X_1	2.490	0.016
2	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$	X_1	0.895	0.375
		X_2	0.278	0.782
		$X_1 \cdot X_2$	-0.202	0.841

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Interprestasi hasil uji pengaruh parsial variabel bebas pada variabel terikat pada pengujian hipotesis 1 dapat dijelaskan berlandaskan Tabel 8 pada persamaan satu diperoleh hasil estimasi variabel profitabilitas sebesar nilai t = 2.490 dengan signifikansi sebesar 0,016. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05

menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh pada *earnings response coefficient*. Hal ini menunjukkan bahwa Hipotesis 1 diterima.

Interpretasi hasil uji pengaruh parsial hipotesis 2 ditunjukkan oleh Tabel 8 yang menunjukkan bahwa pada persamaan dua estimasi dari interaksi variabel profitabilitas dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar $t = -0.202$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0.841. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis 2 ditolak yang berarti bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient* atau variabel pengungkapan *corporate social responsibility* bukanlah variabel moderasi hubungan antara profitabilitas dengan *earnings response coefficient*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh pada *earnings response coefficient*. Bila mengacu pada koefisien regresi variabel profitabilitas yang bertanda positif pada model regresi moderasi, maka hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada *earnings response coefficient*. berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa, semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka *earnings response coefficient* akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin rendah tingkat profitabilitas, maka *earnings response coefficient* akan semakin menurun.

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient*. Di dalam pengungkapan CSR mengandung informasi sosial dan lingkungan yang dilaksanakan

oleh perusahaan, oleh karena itu pengungkapan *corporate social responsibility* seharusnya mampu menjadi bahan pertimbangan oleh investor dalam melakukan investasi. Hasil berbeda didapatkan dalam penelitian ini. Hal ini terjadi karena Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bersifat wajib (*mandatory*) karena sudah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), dimana keharusan perusahaan untuk menyampaikan penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan di dalam *annual report* perusahaan, selain menyampaikan laporan keuangan diatur dalam pasal tersebut. Investor tidak terlalu memperhatikan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan karena adanya peraturan UU No. 40 Tahun 2007 sehingga membuat investor mempunyai anggapan bahwa semua perusahaan pasti sudah melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan CSR dalam *annual report* bersifat terbatas, sementara perusahaan pertambangan dalam kegiatan operasinya bersentuhan langsung dengan lingkungan sehingga membutuhkan pengungkapan yang lebih rinci seperti *sustainability reporting* untuk menarik investor. Sebagian besar perusahaan pertambangan sudah melaporkan CSR dalam laporan tahunannya, hal ini juga turut mendukung ketidakmampuan CSR dalam memoderasi pengaruh profitabilitas pada ERC.

Kegagalan pengungkapan CSR dalam memoderasi pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient* diduga karena investor di Indonesia merupakan investor jangka pendek. Investor di Indonesia tidak terlalu mencermati kontinuitas perusahaan secara terus-menerus karena investor di Indonesia lebih condong pada penjualan atau pembelian saham secara harian dan cenderung membeli saham guna

memperoleh peningkatan harga saham. *Corporate social responsibility* adalah strategi jangka panjang perusahaan didalam upaya untuk memelihara kontinuitas perusahaan sehingga pengaruh CSR tidak dapat dirasakan dengan cepat.

Hasil ini mengindikasikan pengungkapan CSR tidak mampu membantu investor dalam menginterpretasikan laba dengan lebih baik, sehingga investor tidak akan mempertimbangkan pengungkapan CSR dalam pengambilan keputusan investasi. Investor akan tetap melihat laba sebagai indikator *earning power* dan *return* di masa mendatang.

SIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan hasil analisa serta pengkajian pembahasan, maka diperoleh beberapa simpulan penelitian. Simpulan penelitian yang pertama yaitu profitabilitas berpengaruh pada *earnings response coefficient*. Berdasarkan pada nilai koefisien regresi menunjukkan tanda positif yang artinya, profitabilitas berpengaruh positif pada *earnings response coefficient*.

Pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada *earnings response coefficient*. Hal ini diketahui berdasarkan nilai koefisien regresi menunjukkan tanda negatif, dan tidak signifikan. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR yang diteliti diperoleh dari *annual report*. Pengungkapan CSR dalam *annual report* sangat terbatas dan investor sudah memahami bahwa dalam laba perusahaan sudah terkandung biaya untuk melakukan CSR. Hal ini menyebabkan investor tidak terlalu memperhatikan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Hasil penelitian ini memberikan tambahan bukti empiris mengenai penelitian yang telah dilakukan dengan melihat beberapa teori. Beberapa saran yang diberikan dalam penelitian ini ialah yang pertama penelitian ini hanya mempergunakan satu variabel independen yaitu profitabilitas serta satu variabel pemoderasi yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian selanjutnya agar dapat menambah variabel independen atau variabel pemoderasi lainnya yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel selain perusahaan pada sektor pertambangan karena pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan pertambangan sudah bersifat wajib, sehingga disarankan menggunakan sampel perusahaan yang dalam laporan tahunannya belum diwajibkan melaporkan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Informasi laba sangat penting bagi investor dalam proses pengambilan keputusan, sehingga investor sebaiknya lebih cermat lagi dalam menganalisa setiap laporan tahunan agar informasi yang didapat benar-benar menggambarkan kondisi perusahaan baik sekarang atau prospek kedepannya. Investor juga sebaiknya lebih memperhatikan pengungkapan CSR dalam *sustainability reporting* daripada pengungkapan CSR dalam *annual report*. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR dalam *sustainability report* lebih lengkap dan rinci dibanding pengungkapan CSR dalam *annual report*.

Perusahaan sektor pertambangan sebaiknya lebih memperhatikan *sustainability reporting* daripada pengungkapan CSR dalam *annual report*. Hal ini

dikarenakan pengungkapan CSR dalam *sustainability reporting* lebih lengkap dan rinci sehingga perusahaan akan bisa mendapat citra yang baik dari investor karena pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab oleh perusahaan.

REFERENSI

Abolfazl, Ghadiri M., Akram, Goli S., Elahe, Goli S., Zakie, Marandi., Ensie, Akbari and Neda, Kohestani. 2013. Effect of The Sosial Responsibility on Earnings Response Coefficient. *World of Sciences Journal*, 1 (10), pp: 39-49.

Ajide, Folorunsho Monsuru and Aderemi, Adetunji Abdulzeez. 2014. The Effects of Corporate Social Responsibility Activity Disclosure on Corporate Profitability: Empirical Evidence from Nigerian Commercial Banks. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 2 (6), pp: 17-25.

Arfan, Muhammad dan Antasari, Ira. 2008. Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba Pada Emiten Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 1 (1), pp: 50-64.

Ariningtyas, Saphira Evani. 2013. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) Perusahaan Serta Pengaruhnya Terhadap Respon Pasar Atas Laba Perusahaan (Earnings Response Coefficient). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.

Burja, Camelia. 2011. Factors Influencing The Companies' Profitability. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 13 (2).

Bursa Efek Indonesia. www.idx.co.id. Diakses tanggal 7 Agustus 2015.

Darwanis, Dana Siswar dan Andina, Arie. 2013. Pengaruh Risiko Sistematis Terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Serta Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Laba Dan Koefisien Respon Laba (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 6 (1), pp : 64-92.

Dewi, R Rosiyana dan Sitinjak, Mariani. 2009. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient Dengan Corporate Sosial Responsibility Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang

Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*. 4 (2), pp : 149-170.

Elsakit, Omer M. and Wortthington, Andrew C. 2014. The Impact of Corporate Characteristics and Corporate Governance on Corporate Sosial and Enviromental Disclosure: A Literatur Review. *Interntional Journal of Business and Management*, 9 (9).

Fitri, Laila. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.

G Martini, Ni Nyoman., Moeljadi., Djumahir and Djazuli, Atim. 2014. Factors Affecting Firms Value of Indonesia Public Manufacturing Firms. *International Journal of Business and Management Invention*, 3 (2), pp: 35-44.

Gunarianto., Tahir, Marjani Ahmad and Puspitosarie, Endah. 2014. The Analysis of Earning Management and Earning Response Coefficient: Empirical Evidence from Manufacturing Companies Listed in Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Business and Management Invention*, 3 (8), pp: 41-54.

Hasanzade, Mahboobe., Darabil, Roya and Mahfoozi, Gholamreza. 2013. Factors Affecting the Earnings Response Coefficient: An Empirical Study for Iran. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 2 (3).

Hastuti, Widya. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.

Holbrook, Mary Beth. 2013. Corporate Social Responsibility and Earnings Response Coefficients. *Journal of Finance and Accountancy*, 14 (11).

Jang, L., Sugiarto, B., & Siagian, D. 2007. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEJ. *Jurnal Akuntabilitas*, 6 (2), pp: 142-149.

Jogiyanto. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta : BPFE.

- Juhmani, Omar. 2014. Ownership Structure and Corporate Voluntary Disclosure: Evidence from Bahrain. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 3(2).
- Kompas.com.2012.<http://regional.kompas.com/read/2012/09/28/17313375/70.Persen.Kerusakan.Lingkungan.akibat.Operasi.Tambang>. Diakses tanggal 29 Juli 2015.
- Kurniati, Yuli Ws. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Kusumawardhani, Indra dan Nugroho, Joko Setiyo. 2010. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Size, dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient". *Jurnal Kajian Akuntansi*, 5 (1), pp: 22-32.
- Lukman, Ihsanul. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan bertumbuh, dan Leverage terhadap Keresponan Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI tahun 2009-2012). *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Mahjoubi, Mohamed Naceur and Abaoub, Ezzeddine. 2015. Earnings Response Coefficient as a Measure of Market Expectations: Evidence From Tunis Stock Exchange. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5 (2), pp: 377-389.
- Moradi, Mehdi., Salehi, Mahdi and Erfanian, Zakiheh. 2010. A Study of The Effect of Financial Leverage on Earnings response Coefficient through out Income Approach: Iranian Evidence. *International Review of Accounting, Banking and Finance*, 2(2), pp: 103-115.
- Nofianti, Leny. 2012. Peran Akuntansi Manajemen Dalam Manajemen Lingkungan dan Kinerja Lingkungan. *Jurnal El-Riyasah Vol 3 No 1*, pp:57-69.
- Nuryaman. 2013. The Effect of Corporate Sosial Responsibility Activities on Profitability and Stock Price (Studies on The Companies listed on Indonesian Stock Exchange). *Journal of Global Management*, 6 (1).
- Oktariani, Ni Wayan dan Sri Harta Mimba, Ni Putu. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 6 (3), pp: 402-418.

- Omoru, Nixon., Kinyua, Hellen and Okiro, Kennedy. 2014. Investment in Corporate Social Responsibility and Sustained Growth in Commercial Banks in Kenya. *Journal of Emerging Issues in Economics, Finance and Banking (JEIEFB) an Online International Monthly Journal*, 3 (2), pp: 1047-1068.
- Permanasari, Wien Ika. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, Semarang
- Radchobeh, Zeynab Ramzi., Biyabani, Shaer and Nikoumaram, Hashem. 2012. Evaluation on the Relation between Earning Response Coefficient (ERC) and Financial Leverage. *Journal of Life Science and Biomedicine*, 3 (1), pp: 83-87.
- Rahyuda, I Ketut, IGW Murjana Yasa dan Ni Nyoman Yuliarmi. 2004. *Metodologi Penelitian*. Denpasar: Universitas Udayana-Press.
- Rawi dan Muchlis, Munawar, 2010. Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage dan Corporate Social Responsibility. *Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto*.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1 (1).
- Sayed Moosa, Mohammad. 2014. Effect of Default Risk on Earning Response Coefficient. *Journal of Social Issues & Humanities*, 2 (11), pp:113-117.
- Sayekti, Y., & Wondabio, L. S. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi X*.
- Scoot, William R., 2009, *Financial Accounting Theory*, fifth edition, Prentice-Hall Canada Inc., Scarborough, Ontario.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Sudarma, I Putu. 2014. Pengaruh Voluntary Disclosure pada Earnings Response Coefficient. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, CV.

- Tara, Setyangingtyas. 2009. Pengaruh Konservatisme Laporan keuangan Dan Siklus Hidup Perusahaan Terhadap Koefisien respon Laba. *Skripsi* Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007. www.minerba.esdm.go.id. Diakses tanggal 20 Juni 2015.
- Wiagustini, Ni Luh Putu. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Denpasar : Udayana University Press.
- Wijaya, M. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1 (1), pp: 26-30.
- Yahoo Finance. www.finance.yahoo.com. Diakses tanggal 9 Agustus 2015.
- Yulfaidah, Dewi dan Zhulaikha. 2012. Pengaruh size, profitabilitas, profile, leverage dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.