

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP EARNING RESPONSE COEFICIENT (STUDI PADA PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2018)

Murni¹, Lakharis Inuzula², Mulyana^{3*})

^{1,2,3},Dosen Manajemen FEB Universitas Islam Kebangsaan Indonesia

^{2,3}Dosen PPIM Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe

*) email: murni29.uniki@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility Disclosure Against Earning Response Coefficient (Study of Banking Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange Period 2015-2018). The sampling technique used in this study was purposive sampling and using secondary data. Data obtained based on financial statements with 19 companies over 4 periods totaling 76 data. The analysis technique used is simple Linear Regression, hypothesis testing using t-statistics, to test the effect partially with a level of significance of 5%. A descriptive test was also carried out on banking companies. Based on the results of data analysis, it shows that Corporate social responsibility (CSR) has a significant positive effect on Earnings Response Coefficient (ERC). This is in accordance with the regression coefficient value of the variable Corporate social responsibility (CSR) of 0.224 with a significance value of 0.006 less than 0.05 which means that Corporate social responsibility (CSR) has a significant effect on Earning Response Coefficient (ERC).

Keywords: *Earning Response Coefficient, Corporate Social Responsibility*

1. Pendahuluan

Dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan laporan keuangan semata (*single botton line*) tetapi juga memperhatikan tiga aspek penting yang meliputi aspek keuangan, lingkungan, dan sosial (*triple botton line*), sehingga banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial atau corporate social responsibility (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan yang masih bersifat sukarela sebagai salah satu strategi bisnisnya dan untuk menaati peraturan yang telah ditetapkan. Konsep dari CSR datang karena adanya globalisasi dan liberasisasi (Kiran & Sharma, 2011).

Pada tiga dasawarsa terakhir menunjukkan bahwa kalangan dunia usaha khususnya di negara maju makin menyadari bahwa keberlangsungan usahanya tidak hanya bergantung pada efisiensi

pemanfaatan sumber daya untuk memaksimalkan profit jangka pendek semata tetapi juga harus diikuti dengan upaya peningkatan kualitas sosial, ekonomi, budaya masyarakat serta pengelolaan lingkungan yang baik sehingga diharapkan dapat memberikan efek bagi peningkatan profit perusahaan (Supriyono & Vita, 2011). Motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholders* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang (Finch, 2005).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen sosial dari perusahaan sebagai bentuk kepedulian perusahaan atas masyarakat dan juga kelestarian lingkungan serta tanggung jawab terhadap kesejahteraan tenaga kerja perusahaan di dalam praktik bisnis perusahaan (Awuy, 2016). Anggraini (2006) menyatakan bahwa CSR terbagi

menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan karena dapat menarik investor dan juga pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan. Awuy (2016) juga mengharapkan agar investor tidak hanya memandang laporan laba rugi perusahaan untuk keputusan investasi, namun juga mempertimbangkan informasi CSR yang disajikan perusahaan dalam laporan keuangan.

Pengungkapan CSR akan memberikan sinyal kepada investor untuk berinvestasi yang selanjutnya akan meningkatkan *Earnings Respons Coeficient* (ERC). Dengan meningkatkan CSR diharapkan dapat meningkatkan keuntungan abnormal sebuah sekuritas sebagai respon terhadap ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa datang. Salah satu informasi keuangan adalah laba yang dapat mempengaruhi investor dalam membuat keputusan membeli, menjual atau menahan sekuritas yang diterbitkan oleh perusahaan, namun laba dapat dimanipulasi oleh pihak manajemen perusahaan sehingga dibutuhkan informasi lain selain laba untuk memprediksi return saham perusahaan yaitu koefisien respon laba atau sering disebut dengan *Earning Responces Coefisient* (ERC) (Diantimala, 2008).

Natali dan Ratnadi (2017) menyatakan bahwa ERC menunjukkan reaksi pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan yang dapat diamati dari pergerakan harga saham yang dipublikasikan melalui laporan keuangan. Koefisien ini mengukur respon harga saham atau nilai pasar ekuitas terhadap informasi yang terkandung dalam laba akuntansi (Silalahi, 2014). Rendahnya ERP menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan, sedangkan semakin tinggi ERP akan semakin bagus karena menunjukkan informasi laba yang berkualitas dengan tingginya respon investor terhadap pengumuman laba (Fitri, 2013).

ERC berguna bagi investor sebagai model penilaian yang dapat digunakan untuk mengindikasikan kemungkinan naik turunnya harga saham atas reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan (Mahendra & Wirama, 2017). ERC untuk perusahaan yang rugi pada umumnya lebih kecil daripada ERC untuk perusahaan yang laba, sedangkan ERC yang tinggi mencerminkan laba yang berkualitas (Hayn, 1995). Menurut Grahita (2011), laba akuntansi yang berkualitas adalah laba yang didalamnya memiliki sedikit gangguan persepsian (*perceived noise*) dan mencerminkan

kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya. Reaksi pasar yang berbeda-beda terhadap informasi laba dapat disebabkan oleh berbagai hal. Dalam penelitian ini akan diuji salah satu faktor yang mungkin dapat mempengaruhi reaksi pasar terhadap informasi laba yaitu Pengungkapan CSR.

2. Landasan Teoritis

a. Laporan Keuangan Perbankan

Laporan Keuangan Bank merupakan laporan yang menunjukkan kondisi keuangan bank secara keseluruhan, dimana dalam laporan ini akan terbaca bagaimana kondisi bank yang sesungguhnya termasuk kelemahan dan kekuatan yang dimiliki, (Kasmir, 2008:253). Laporan ini juga menunjukkan kinerja manajemen bank selama satu periode. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI, 2012) dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan menyebutkan bahwa laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan yang lengkap dimana meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan adalah hasil akhir dari suatu proses pencatatan yang merupakan suatu ringkasan dan transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan (Kamaluddin, 2011:34). Maka, dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang mencerminkan kondisi keuangan suatu perbankan yang terdiri dari laporan neraca, laba rugi, arus kas, laporan perubahan modal, dan catatan atas laporan keuangan.

b. Tujuan Laporan Keuangan Bank

Laporan keuangan memiliki tujuan untuk memberikan informasi tentang laporan keuangan, kinerja dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercaya kepada mereka (IAI, 2012). Tujuan laporan keuangan menurut Kasmir (2008:240) adalah untuk memberikan informasi keuangan tentang jumlah aktiva dan jenis-jenis aktiva yang dimiliki; memberikan informasi keuangan tentang jumlah kewajiban dan jenis-jenis kewajiban baik jangka pendek maupun jangka panjang; memberikan informasi keuangan tentang jumlah modal dan jenis-jenis modal pada waktu tertentu; memberikan informasi tentang hasil usaha yang tercermin dari jumlah pendapatan yang diperoleh dan sumber-sumber pendapatan bank tersebut; memberikan informasi keuangan tentang jumlah

biaya-biaya yang dikeluarkan dalam periode tertentu; memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi dalam aktiva, kewajiban, dan modal suatu bank; dan memberikan informasi tentang kinerja manajemen dalam suatu periode dari hasil laporan keuangan yang disajikan.

c. Jenis-Jenis Laporan Keuangan Bank

Seperti lembaga lainnya, bank juga memiliki beberapa jenis laporan keuangan yang disajikan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK). Jenis-jenis laporan keuangan bank menurut Kasmir (2008:243) adalah Neraca, Laporan Komitmen dan Kontinjensi, Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas, Catatan Atas Laporan Keuangan, Laporan Keuangan Gabungan dan Konsolidasi. Neraca merupakan laporan yang menunjukkan posisi keuangan bank pada tanggal tertentu. Laporan komitmen merupakan suatu ikatan atau kontrak yang berupa janji yang tidak dapat dibatalkan secara sepihak (*Irrevocable*) dan harus dilaksanakan apabila persyaratan yang disepakati bersama dipenuhi. Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan bank yang menggambarkan hasil usaha bank dalam suatu periode tertentu. Laporan Arus Kas merupakan laporan yang menunjukkan semua aspek yang berkaitan dengan kegiatan bank baik yang berpengaruh langsung maupun yang tidak langsung terhadap kas. Catatan Atas Laporan Keuangan merupakan laporan yang berisi catatan tersendiri mengenai posisi devisa netto menurut jenis mata uang dan aktivitas lainnya. Laporan gabungan merupakan laporan dari seluruh cabang-cabang bank yang bersangkutan baik yang ada di dalam negeri maupun yang di luar negeri. Sedangkan laporan konsolidasi merupakan laporan bank yang bersangkutan dengan anak perusahaannya.

d. Earnings Respons Coefficients (ERC)

ERC merupakan pengaruh laba kejutan (*unexpected accounting earnings*) terhadap *cumulative abnormal return* (CAR), yang ditunjukkan melalui *slope coefficient* dalam regresi abnormal return saham dengan *unexpected accounting earnings*, (Antasari, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa ERC adalah reaksi CAR terhadap laba yang diumumkan oleh perusahaan. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Tinggi rendahnya ERC tergantung dari "good news" atau "bad news" yang terkandung dalam laba.

Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan *slope* koefisien

dalam regresi abnormal returns saham dan *unexpected earning* (Murwaningsari, 2008). Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga (*return* saham) perusahaan tertentu yang cukup mencolok pada saat pengumuman laba yaitu terdapat perbedaan yang cukup besar *return* yang terjadi (*actual return*) dengan return harapan (*expected return*). Dengan kata lain, terjadi return kejutan atau abnormal (*unexpected* atau *abnormal return*) pada saat pengumuman laba (Suwardjono, 2014:491).

e. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi ERC

Nilai *Earnings Response Coefficient* (ERC) diprediksikan lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persisten dimasa depan. Demikian juga jika kualitas laba semakin naik, maka diprediksikan *Earnings Response Coefficient* (ERC) akan semakin tinggi. Beta mencerminkan risiko sistematis. Investor akan menilai laba sekarang untuk memprediksi laba dan *return* dimasa yang akan datang. Scott (2009:113) menyatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ERC adalah risiko saham (beta), struktur modal, persistensi laba, kesempatan tumbuh (*growth opportunities*), dan tingkat keinformatifan harga. Alasan menggunakan Capital Adequacy Ratio (CAR) adalah karena CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respon pasar terhadap informasi akuntansi yang dipublikasikan yang dihitung dengan menggunakan model pasar yang disesuaikan karena yang dianggap sebagai penduga terbaik adalah model pasar yang disesuaikan.

f. Metode Pengukuran ERP

Earnings Response Coefficient (ERP) digunakan untuk mengindikasikan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan, Jogiyanto (2010:584). Besarnya ERP diperoleh dengan melakukan beberapa tahap perhitungan (Suwardjono, 2014:492), yaitu menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR); Perhitungan Abnormal Return; Perhitungan Actual Return; Perhitungan Return Pasar; dan Menghitung Nilai Unexpected Earnings (UE).

g. Corporate Social Responsibility (CSR)

Di Indonesia, isu mengenai tanggungjawab sosial perusahaan merupakan sebuah konsep yang tengah berkembang secara global dan penerapannya merambah ke semua sektor industri, meskipun dalam penerapannya memiliki persepsi yang berbeda. Sukrisno (2011:32), mendefinisikan CSR

sebagai sebuah tanggungjawab sosial perusahaan baik terhadap karyawan diperusahaan itu sendiri (internal) dan di luar (eksternal), karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungannya. Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Nor hadi, 2011:48).Jadi dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan diharapkan untuk selalu tanggungjawab pada pihak dalam maupun luar perusahaan itu sendiri.

h. Prinsip-Prinsip CSR

Ranah tanggung jawab sosial (CSR) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks.Disamping itu, CSR juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama apabila dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan perusahaan (*stakeholders*).Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggarisbawahi prinsip dasar yang terkandung dalam CSR (Nor Hadi, 2011:59) adalah *sustainability, accountability, dan transparency*.

i. Metode Pengukuran CSR

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada *Global Reporting Initiative (GRI)*, yaitu pelaporan, pengungkapan standar yang berindikator tanggung jawab sosial yang diemban oleh perusahaan untuk menciptakan/memberikan manfaat pelaporan kepada para *stakeholders* perusahaan.Metode skoring pada indeks GRI memberikan bibit (*scoring*) yang berbeda untuk setiap item pengungkapan yang sesuai dengan *compliance* yang terdapat dalam GRI, perusahaan diberi skor 1 jika mengungkapkan item informasi dan diberi 0 jika tidak mengungkapkan dan selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh ke seluruhan skor untuk setiap perusahaan (Awuy, 2016). Rumus perhitungan pengungkapan CSR (Sahla dan Aliyah, 2016) adalah sebagai berikut :

$$CSRIj = \frac{\sum X_{ij}}{nj} \dots\dots\dots$$

Keterangan :

- CSRIj : CSR Index perusahaan j
- Nj : Jumlah item untuk perusahaan j, $nj \leq 76$
- Xi : Dummy Variable, 1= jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan.

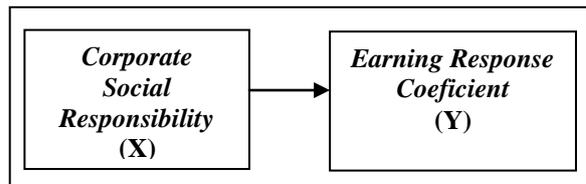
3. Metodologi penelitian

a. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini, metode deskriptif kuantitatif tersebut digunakan untuk menguji pengaruh CSR terhadap ERC serta menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus pada perusahaan, yaitu dengan cara menganalisis data-data Laporan Keuangan yang kemudian ditabulasikan untuk menentukan tingkat *Earning Response Coeficient* bank tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa Laporan Keuangan Bank di Indonesia yang terdaftar di BEI yang bersumber atau diambil langsung dari website perbankan tersebut.

b. Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang telah disusun untuk menjabarkan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:



H_{01} = Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERP pada Perbankan Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018

H_{a1} = Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap ERP Pada Perbankan Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018

c. Operasional Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility(X)*, sedangkan Variabel dependen adalah *Earning Respons Coefisient (Y)*.

d. Teknik Penentuan Data

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015- 2018. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 43 perusahaan perbankan.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI periode 2015-2018 dari publikasi laporan keuangan secara lengkap dan memiliki data keuangan yang

berkaitan dengan variabel penelitian secara lengkap, antara lain sebagai berikut:

Tabel 1
Kriteria Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Jumlah perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI	43
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan selama 3 tahun berturut – turut	(15)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian selama tahun Penelitian	(9)
5	Jumlah perusahaan yg digunakan	19
Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini: 19 (perusahaan) x 4 tahun (2015,2016,2017,2018)		76

Sumber: data diolah, 2019

Sehingga dari rincian tersebut dapat terlihat bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 76 data selama empat periode yaitu dari tahun 2015-2018, sebagaimana terlihat dalam Tabel 2.

Tabel 2
Jumlah Sampel

No	Kode Saham	Perusahaan
1	AGRO	Bank Rakyat Indonesia Argo Niaga Tbk
2	BBCA	Bank Central Asia Tbk
3	BBMD	Bank Mestika Dharma Tk
4	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
5	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk
6	BJBR	Bank Jabar Banten Tbk
7	BMAS	Bank Maspion Indonesia Tbk
8	BNBA	Bank Bumi Arta Tbk
9	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk
10	BNII	Bank Maybank Indonesia Tbk
11	BSIM	Bank Sinar Mas Tbk
12	BVIC	Bank Victoria Internasional Tnk
13	MAYA	Bank Mayapada International Tbk
14	MCOR	Bank China Contstruction Bank Ind. Tbk
15	MEGA	Bank Mega Tbk
16	NAGA	Bank Mitraniaga Tbk
17	NISP	Bank OCBC NISP Tbk
18	NOBU	Bank Nationalnobu Tbk
19	SDRA	Bank Woor Saudar Indonesia 1906 Tbk

Sumber: Data diolah, 2019

e. Rancangan Analisis Data

1). Analisis Regresi Berganda

Metode yang digunakan untuk melakukan analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana pada penelitian ini bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coeficient* (ERC) pada perbankan di BEI Periode 2015-2018.

Metode persamaan yang digunakan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y : Earning Response Coefisient (ERC)

a : Konstanta

X : Corporate Social Responsibility (CSR)

e : Error

2). Uji Hipotesis

Uji hipotesis dengan analisis regresi linear sederhana dapat diukur dari Uji hipotesis dan koefisien Determinasi (R^2) sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis (Uji - t)

Uji hipotesis dilakukan dengan Uji t. Uji ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi (0,05). Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

a. Jika nilai nilai $t < 0,05$, maka hipotesis ditolak, ini menunjukkan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen

b. Jika nilai nilai $t > 0,05$, maka hipotesis diterima, ini menunjukkan bahwa suatu variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variebel dependen.

3). Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berkaitan dengan pengaruh *observer* atau data dalam satu variabel yang saling berhubungan satu sama lain. Besaran nilai sebuah data dapat saja dipengaruhi atau berhubungan dengan data lainnya (data sebelumnya). Untuk mendeteksi gejala autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji *Durbin Watson* (DW Test). Dasar Pengambilan Keputusan Metode pengujian *Durbin-Watson* (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *durbin-watson* lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka terdapat autokorelasi.
- 2) Jika nilai *durbin-watson* terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika nilai *durbin-watson* terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan suatu proporsi dari varian yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi terhadap varian total. Nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas, X mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh variabel bebas dari persamaan regresi X . Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer dengan piranti lunak SPSS versi 21.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1). Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan informasi tentang karakteristik variabel penelitian seperti ditunjukkan tabel berikut ini:

Tabel 3
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
<i>Earnings Response Coefficient (ERC)</i>	0,0064	0,06435	76
<i>Corporate social responsibility (CSR)</i>	0,3229	0,05051	76

Sumber: Data Olah SPSS, 2019

Berdasarkan Tabel 3 hasil pengujian statistic deskriptif menunjukkan bahwa jumlah data (N) yang digunakan dalam penelitian selama 4 tahun yaitu 2015-2018 berjumlah 76 data dengan variabel dependen adalah *Earning Response Coefficient (ERC)* dan variabel independen adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dalam tabel 4 tampak *Mean* atau nilai rata-rata variabel ERC adalah 0.0064 dan standar deviasinya adalah 0.06435, hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan sampel mempunyai ERC sebesar 0.64%. Selanjutnya, *Mean* atau nilai rata-rata variabel CSR adalah

0.3229 dan standar deviasinya adalah 0.05051. Hal ini berarti bahwa rata-rata nilai CSR perusahaan sampel sebesar 3.2%.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier sederhana antara *Corporate social responsibility (CSR)* terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)* menggunakan program SPSS.

Tabel 4
Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,052	0,143		0,363	0,003
CSR	0,224	0,145	0,170	1,550	0,006

a. Dependent Variable: ERC

Sumber: Data diolah SPSS, 2019

Model regresi linier berganda yang dihasilkan adalah : $Y = 0,052 + 0,224 X$

Ringkasan hasil analisis regresi linier sederhana pada Tabel di atas diuraikan sebagai berikut :

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta (α) adalah sebesar **0,052** artinya apabila variabel bebas CSR (X) konstan, maka diprediksikan CSR (X) terhadap ERC (Y) adalah sebesar **0,052**

b. Koefisien Regresi (b)

Nilai koefisien regresi variabel CSR (X) adalah sebesar **0,224** artinya jika variabel CSR (X) naik satu satuan, maka ERC (Y) pada perusahaan Perbankan yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) akan mengalami peningkatan sebesar **0,224**.

2). Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang terjadi diantara anggota atau data observasi yang terletak berderetan. Adapun hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
,05716722	1,972

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: ERC

Berdasarkan hasil uji auto korelasi didapat nilai *Durbin Watson* pada model *Summary* adalah

sebesar 1,972. Jadi karena 1,972 berada diantara -2 sampai +2 berarti tidak terjadi autokorelasi.

3). Pengujian Hipotesis (Uji-t)

Berikut adalah hasil perhitungan t hitung menggunakan program SPSS:

Tabel 6
Hasil Pengujian Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,052	0,143		0,363	0,003
CSR	0,224	0,146	0,170	1,550	0,006

a. Dependent Variable: ERC

Sumber: Lampiran SPSS (Data Diolah, 2019)

Dari tabel output di atas terlihat bahwa t hitung dari variabel CSR adalah 1,550 dan statistik t tabel diketahui tingkat signifikansi (α) = 0.006, nilai signifikan atau besaran nilai probabilitas yang di bawah 0.05 maka dapat dikatakan variabel CSR benar-benar berpengaruh secara signifikan. Sedangkan Df (derajat kebebasan) = jumlah data - 2 = 76 - 2 = 74. Uji dilakukan satu sisi, untuk besaran nilai t tabel satu sisi didapat angka 1,666. Maka didapat t hitung > t tabel (1,550 > 1,666) Pengambilan keputusan adalah H_a diterima. Artinya *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada Perusahaan Perbankan yang listing di BEI periode 2015-2018.

4). Uji Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi pearson adalah untuk mengetahui adanya derajat/kekuatan hubungan *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Output dari program Statistik SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi seperti yang tertera pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Koefisien Korelasi

		ERC	CSR
Pearson	ERC	1,000	0,163
Correlation	CSR	0,163	1,000
Sig. (1-tailed)	ERC	.	0,010
	CSR	0,010	.
N	ERC	76	76
	CSR	76	76

5). Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Berdasarkan korelasi pearson dengan menggunakan rumus determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,508)^2 \times 100\% \\ &= 0,258 \\ &= 25,8\% \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus di atas maka hasil perhitungan dapat dikategorikan dalam kriteria besarnya pengaruh berdasarkan tabel yang dikemukakan oleh Sugiyono, 2006 yaitu sebagai berikut:

Tabel 8
Kriteria Koefisien Determinasi

Interval	Tingkat Pengaruh
0% - 19,9%	Sangat rendah
20% - 39,9%	Rendah
40% - 59,9%	Sedang
60% - 79,9%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono 2006 : 216

Dari hasil diatas maka *Corporate social responsibility* (CSR). termasuk kategori rendah dengan nilai 0,258 (25,8%) memberikan pengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) sedangkan sisanya sebesar 100% - 25,8% = 74,2 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian melalui uji statistic diketahui bahwa CSR memiliki hubungan sebab akibat yang searah dengan ERC, artinya bahwa setiap nilai CSR naik, maka dapat meningkatkan ERC. Nilai signifikansinya adalah 0.006 yang berarti bahwa lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ERC.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Restuti dan Nathaniel (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan membuat harga saham lebih informative, karena memberikan informasi tentang prospek perusahaan di masa mendatang. Selanjutnya penelitian Awuy (2016) juga membuktikan bahwa informasi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dapat meyakinkan investor untuk dapat meningkatkan saham perusahaan sehingga informasi pengungkapan CSR ini direspon positif dan digunakan oleh investor.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Wirajaya (2014) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap ERC.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada sebelumnya maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Nilai koefisien regresi variabel *Corporate social responsibility* (CSR) adalah sebesar 0,224 artinya jika *Corporate social responsibility* (CSR) naik satu satuan, maka *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2015-2018 akan mengalami kenaikan sebesar 0,224 atau 2,24%.
2. Berdasarkan hasil uji t terlihat bahwa t hitung dari variabel *Corporate social responsibility* (CSR) adalah 1,550 dan statistik t tabel diketahui tingkat signifikansi (α) = 0.006, nilai signifikan atau besaran nilai probabilitas yang di bawah 0.05 maka dapat dikatakan variabel *Corporate social responsibility* (CSR) benar-benar berpengaruh secara signifikan. Sedangkan Df (derajat kebebasan) = jumlah data - 2 = 76 - 2 = 74. Uji dilakukan satu sisi, untuk besaran nilai t tabel satu sisi didapat angka 1,666. Maka didapat t hitung > t tabel (1,550 > 1,666) Pengambilan keputusan adalah H_0 diterima. Artinya *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.

Saran

Berdasarkan hasil analisis maka dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

- a) Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis dapat menambah periode tahun penelitian, sampel, dan objek penelitian selain perusahaan perbankan sehingga lebih hasil yang didapat lebih baik.
- b) Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan perbaikan dalam peni pengungkapan CSR dengan memberikan bobot pada tingkat kerincian informasi yang diungkapkan dan juga mempertimbangkan tanggal pelaporan laporan tahunan dalam menghitung *Earnings Response Coefficient* (ERC).
- c) Peneliti selanjutnya dapat menambahkan faktor lain yang diduga mempengaruhi *Earnings*

Response Coefficient (ERC) seperti *Good Corporate Governance*, proksi UE (laba kejutan) selain laba bersih, *Earning Per share* (EPS) dan lain-lain.

Daftar Pustaka

- Antasari. 2007. Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba pada Emiten Manufaktur di BEJ. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, 1 (1), 50 -64.
- Awuy, V. P., (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(1), 15–26.
- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (*The Disclosure of Social Information and Factors Affecting the Disclosure of Social Information in Annual Report*). *Simposium Nasional Akuntansi IX Padang*, 21, 23–26. <https://doi.org/10.1177/0007650314564783>
- Diantimala, Y. (2008). Pengaruh Akuntansi Konservatif, Ukuran Perusahaan, Dan Default Risk Terhadap Koefisien Respon Laba (Erc). *Jurnal Telaah Dan Riset Akuntansi*, 1(1), 102–122.
- Finch, N. 2005. The Motivations for Adopting Sustainability Disclosure. Macquarie Graduate School of Management. *Social Science Research Network*,
- Fitri, L. (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)*. Skripsi Program Studi Akuntansi, Universitas Negeri Padang.
- Grahita, C. 2012. *Analisis Pengaruh Faktor Fundamental Perusahaan Dan Risiko Sistematis Terhadap Return Saham*. Universitas Brawijaya Malang.
- Hayn, C. 1995. The Information Content of Losses. *Journal of Accounting and Econom*, (20), 125-153.
- Ikatan Akuntansi Indonesia, 2012. *Standar Akuntansi Keuangan*. PSAK. Cetakan Keempat, Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.

- Jogiyanto. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi 7. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Wulandari, K, T. dan Wirajaya, I Gede A. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Res-ponse Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi, Uni-versitas Udayana* 6.3,355-369.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kamaludin. 2011. *Manajemen keuangan Konsep Dasar dan Penerapannya*. Bandung: Mandar Maju.
- Kiran, R., dan Sharma, A. (2011). Corporate Social Responsibility: A Corporate Vision. *International Journal of Contemporary Business Studies*, 2 (3), 58-68.
- Mahendra, I. P. Y., & Wirama, D. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Pada Earnings Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(3), 2566–2594.
- Murwaningsari, E. 2008. Pengujian Simultan: Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC). *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*.
- Restuti, D.M.M., & Nathaniel, C. 2012. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(1).
- Natalia, D., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Pengaruh Konservatisme Akuntansi Dan Leverage Pada Earnings Response Coefficient, *20(1)*, 61–86.
- Nor Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sahla, W. A., & Aliyah, S. S. R. (2016). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI-G4) pada Perbankan Indonesia. *Jurnal Intekna*, 16(2), 101-200.
- Scott, W.R. (2009). *Financial Accounting Theory*. Fifth Edition. Canada: Prentice Hall.
- Supriyono & Vita. 2011. Hubungan Antara Persepsi dan Sikap Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 2 (2), 139 - 152.
- Sukrisno, A. 2013. *Akuntansi Perpajakan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwardjono. 2014. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Edisi Ke Tiga. Yogyakarta : BPFE
- Silalahi, S. P. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Beta dan Price o Book (PBV) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Ekonomi*, 22(1991), 1–14.