

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KOEFISIEN
RESPON LABA (*EARNING RESPONSE COEFFICIENT* -ERC)**



SKRIPSI

Oleh:

NAMA : YULIANA

NO.MAHASISWA : 10312576

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2014

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KOEFISIEN
RESPON LABA (*EARNING RESPONSE COEFFICIENT -ERC*)**



Disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat
Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Yuliana

Nomor Mahasiswa : 10312576

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2014

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 16 Februari 2014

Penyusun,



(Yuliana)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KOEFISIEN
RESPON LABA (EARNING RESPONSE COEFFICIENT -ERC)**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....1 Feb. 2014.....

Dosen Pembimbing

(Noor Endah Cahyawati, S.E.,M.Si.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba

Disusun Oleh : Yuliana
Nomor Mahasiswa : 10312576

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 14 Maret 2014

Penguji/ Pembimbing Skripsi: Noor Endah Cahyawati, , S.E., M.Si.

Penguji : Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak., CA



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadi Kusuma, MBA

MOTTO

“Mustahil semua orang akan menyukai kita walau kita berbuat baik semaksimal mungkin. Tak usah aneh dan kecewa, terus saja berbuat yang terbaik, karena itulah yang kembali kepada kita.”

(Aa Gym)

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah ayat 153)

“The minute you think of giving up, think of the reason why you held on so long”.

-No name-

“Pikiran negatif tidak akan mengubah duniamu. Berfikirlah positif!”.

-No name-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya ini untuk:

Orang tuaku tercinta Supadi dan Suharti yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi dalam setiap langkahku untuk terus maju di masa depan.

Kakak-kakakku tercinta Yeni, Beti, dan Ermi Susanti yang selalu memberikanku semangat.

Ardi Winoto yang selalu memberikanku semangat, dukungan, doa, dan kekuatan dalam setiap apa yang aku lakukan.

Dan sahabat-sahabatku yang selalu mendoakanku.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum warahmatullaahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah Subhanahu Wa'ta'ala, Tuhan semesta alam karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba (*Earning Response Coefficient* -ERC)"** ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurah kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW.

Proses penyusunan skripsi ini juga melibatkan banyak pihak yang memberikan dukungan, doa, bimbingan, moril, dan materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada berbagai pihak di bawah ini:

1. Bapak Prof. Dr. Edy Suandy Hamid, M.Ec selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Prof. Hadri Kusuma, MBA, DBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Noor Endah Cahyawati, S.E.,M.Si., selaku Dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing dan memberikan

bimbingan terbaik kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

4. Bapak dan Ibu tercinta, Supadi dan Suharti, yang tidak pernah lelah mendoakan demi kesuksesan anak-anaknya, memberi kasih sayang, cinta, inspirasi, dukungan, dan motivasi yang tiada henti yang selalu diberikan yang terbaik untuk setiap langkah yang aku jalani. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada mereka.
5. Kakak-kakakku tercinta Yeni, Beti, dan Ermi Susanti, terima kasih atas doa, semangat, dan dukungannya, Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan dan kehidupan yang terbaik untuk kalian.
6. Ardi Winoto, terima kasih atas doa, semangat, dukungan, dan motivasi dalam setiap keputusan dan langkah yang saya ambil.
7. Terima kasih sahabat-sahabatku, Fitri Rahmayanti, Myllia Bunga Prasetya, Febria Ika Hardiyati, Aprilianita Dwi Permatasari, Nani Widati, Melyana Tunjungsari Kusumastuti, Laela Nugrahati, Sekar Ayu Larasati, Tiyas Danu Hapsari terima kasih kalian menjadi sahabat terbaikku selama ini.
8. Kakak-kakak, adik-adik, dan ibu-ibu di kos Wisma Saijaan III, mbalita, Bumil Wiwik, Bundo Iko, Bu azzi, Fitri, Indy, Niki, Elsa, Saras, Nisrina, Mbak Icha, Mbak Rina, Mbak Nopi dan juga segenap

penghuni kos lainnya terima kasih kalian telah menjadi keluarga baruku selama di Jogja.

9. Teman-teman seperjuanganku Amelia Virdha, Delia Alvorina Kalinggajaya, Myllia Bunga Prasetya, Didib Ulun Nuhatama, Dandy Damar Raharja, semangat kawan-kawan kalian harus segera menyusul.
10. Teman-teman FE UII yang tidak bisa disebut satu persatu, jangan lupakan pertemanan kita.
11. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu. Allah membalas kebaikan anda semua.

Semoga Allah Subhanahu Wa'ta'ala melimpahkan rahmat dan hidayahnya bagi kita semua, terima kasih atas doa dan semua dukungan yang ada. Semoga penelitian ini data bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakatuh

Yogyakarta, 16 Desember 2013

Penyusun,

(Yuliana)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Berita Acara Ujian.....	v
Moto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Landasan Teori.....	9

2.1.1 Teori Signalling.....	9
2.1.2 Teori Legitimasi.....	10
2.1.3 Teori Stakeholders.....	11
2.1.4 Koefisien Respon Laba	12
2.1.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	15
2.1.6 Ketepatan Waktu.....	19
2.1.7 Leverage	20
2.1.8 Profitabilitas Perusahaan	23
2.1.9 Ukuran Perusahaan	24
2.1.10 Hubungan Reputasi auditor	26
2.1.11 Hubungan opini audit.....	27
2.1.12 Hubungan Persistensi Laba	28
2.1.13 Hubungan Pertumbuhan Laba	29
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Kerangka Pemikiran.....	39
2.4. Hipotesis Penelitian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Populasi	52
3.2. Sampel	53
3.3. Sumber Data	53
3.4. Metode Pengumpulan Data	54

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	54
3.6. Metode Analisis.....	64
3.7. Pengujian Hipotesis	66
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	69
4.2. Analisis Deskriptif	70
4.3. Uji Outer Model.....	74
4.4. Uji Inner Model	80
4.5. Pembahasan	86
 BAB V KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Kesimpulan.....	96
5.2. Implikasi.....	97
5.3. Keterbatasan	98
5.4. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 4.1	Distribusi Sampel	69
Tabel 4.2	Descriptive Statistics	71
Tabel 4.3	Result for Average Variance Extracted	75

Tabel 4.4	Result for Composite Reliability	76
Tabel 4.5	Result for Outer Weight.....	78
Tabel 4.6	Nilai R-Square	80
Tabel 4.7	Results for Inner Weight.....	82

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1	Results for Inner Model	85

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1	Daftar Sampel Perusahaan	104
Lampiran 2	Data Koefisien Respon Laba	105
Lampiran 3	Data Leverage	106
Lampiran 4	Data Profitabilitas	107
Lampiran 5	Data Ukuran Perusahaan	108
Lampiran 6	Data CSRI.....	109
Lampiran 7	Data Timeliness.....	110

Lampiran 8 Data Reputasi Auditor	111
Lampiran 9 Data Opini Auditor	112
Lampiran 10 Data Persistensi Laba	113
Lampiran 11 Data Pertumbuhan Laba.....	114
Lampiran 12 Data Kriteria Sampel	115
Lampiran 13 Data Deskriptive Statistics	115
Lampiran 14 Data AVE	116
Lampiran 15 Composite Reliability.....	116
Lampiran 16 Outer Weight.....	117
Lampiran 17 R-Square	118
Lampiran 18 Path Coefficient.....	118
Lampiran 19 Inner Model	119
Lampiran 20 Tabel Check List Tabel Pengungkapan CSR.....	120

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial, leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan terhadap koefisien respon laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2012. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan corporate social responsibility indeks, leverage diukur dengan debt to equity ratio (DER) dan debt to total asset ratio (DAR), profitabilitas diukur dengan gross profit margin (GPM), net profit margin (NPM), return on equity (ROE), return on asset (ROA), ukuran perusahaan diproses dengan logaritma natural ukuran perusahaan, ketepatan waktu penginformasian laporan.

Populasi penelitian ini adalah 105 perusahaan manufaktur selama periode 2010-2012. Jumlah perusahaan sampel dalam penelitian ini adalah 35 perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode structure equation modelling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba. Profitabilitas dan leverage berpengaruh positif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba. Sedangkan ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

Kata kunci : Koefisien Respon Laba, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Timeliness, Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas.

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of social responsibility disclosure, leverage, profitability, firm size, and timeliness of annual reports to earning response coefficient in companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2010-2012. The variables used in this study is the disclosure of corporate social responsibility measured by corporate social responsibility index, leverage measured by debt-to-equity ratio (DER) and the debt to total asset ratio (DAR), profitability is measured by the gross profit margin (GPM), the net profit margin (NPM), return on equity (ROE), return on assets (ROA), firm size is proxied by the natural logarithm of firm size, and timeliness.

The population was 105 manufacturing firms over the period 2010-2012. The number of sample firms in this study were 35 companies. The data used are secondary data by purposive sampling method. This study uses equational structure modeling. The results of this study indicate that the variable corporate social responsibility disclosure and firm size significant positive effect on earnings response coefficients. Profitability and leverage are not significant positive effect on earnings response coefficients. While the timeliness of annual reports negatively affect earnings response coefficients.

Keywords: earnings response coefficient, the disclosure of social responsibility, CSR, Timeliness, firm size, leverage, profitability.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Revisi 2009, laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Sedangkan tujuan dari adanya laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas, yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada manajemen tersebut. Laporan Keuangan yang dipublikasikan antara lain: 1) laporan posisi keuangan, 2) laporan laba rugi komprehensif, 3) laporan arus kas, 4) laporan ekuitas pemilik atau pemegang saham, 5) catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan yang sering digunakan investor adalah laporan laba rugi. Laporan ini dapat mengevaluasi kinerja masa depan dan membantu mengurangi ketidakpastian pencapaian arus kas masa depan (Kieso, dkk, 2002: 93). Salah satu komponen penting laporan laba rugi adalah informasi laba. Investor memiliki keyakinan bahwa perusahaan yang memiliki laba yang cukup baik menunjukkan prospek yang cerah dan nantinya akan memberikan *return* optimal bagi investor.

Laba digunakan untuk mengukur perubahan bersih kekayaan pemegang saham dan merupakan indikasi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (*earning power*). Investor harus memprediksi kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*earning power*) jangka panjang, sehingga diperlukan informasi laba masa lalu untuk memprediksi laba masa datang. Laba masa lalu menjadi basis investor untuk memprediksi aliran kas masa datang dari investasinya (Soewardjono, 2005: 34).

Tujuan investor memberikan modal kepada perusahaan adalah mendapatkan *return* atas saham dan laba perusahaan yang dibagikan. Keputusan investasi didasarkan pada laporan keuangan yang diinformasikan perusahaan (Scott, 2003:126). Laba menjadi salah satu instrumen investor dalam menarik keputusan, namun korelasi antara *return saham* dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan tidak cukup kuat (Sayekti dan Wondabio, 2007). Korelasi antara laba dengan *return* saham ditampilkan dalam bentuk koefisien respon laba, yaitu koefisien yang digunakan untuk mengukur besarnya *return* saham. Angka koefisien respon laba membantu investor untuk menilai tepat atau tidaknya keputusan yang akan diambil. Semakin tinggi nilai koefisien respon laba, semakin tinggi *return* yang dapat diharapkan dari peningkatan laba (Imroatussholihah, 2013) dengan nilai koefisien respon laba setiap perusahaan berbeda-beda. Tingkat koefisien respon laba

akan memudahkan investor memprediksi keuntungan yang diperoleh dari investasi saham pada suatu perusahaan.

Korelasi antara laba perusahaan dengan *return* saham lemah (Sayekti dan Wondabio, 2007 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013). Oleh karena itu untuk meningkatkan kualitas laba diperlukan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi koefisien respon laba.

Murwaningsari (2008) melakukan penelitian terhadap koefisien respon laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2003 – 2006. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 perusahaan manufaktur. Variabel independennya *leverage* diukur dari nilai *debt to equity ratio*. Ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural total asset. Ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan dihitung dari rentang waktu pengumuman laporan tahunan yang telah diaudit ke publik. Pengungkapan sukarela meliputi pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan indeks pengungkapan. Software yang digunakan adalah AMOS (*Analysis of Moment Structure*) Version 6 dan alat uji statistik yang dipakai adalah *structure equational modelling* (SEM). Variabel *leverage* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba, pengungkapan sukarela dan ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Dalam penelitian ini Murwaningsari (2008) menemukan *leverage* memiliki pengaruh positif

terhadap pengungkapan sukarela. Hubungan negatif antara ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan. Hasil penemuan ini bertentangan dengan studi empiris yang dilakukan oleh Herlyaminda, Arfan, dan Darwanis (2013) dan Dewi dan Pamudji (2013) yang menghasilkan pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan.

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian Murwaningsari (2008) yang meneliti tentang pengaruh *leverage*, pengungkapan sukarela, ukuran perusahaan, dan ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan terhadap koefisien respon laba. Sesuai dengan saran yang dilakukan Merwaningsari (2008) penelitian ini dikembangkan dengan membuat variabel pengungkapan sukarela menjadi lebih spesifik lagi, yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial dan menambahkan variabel profitabilitas (Susanto dan Fajarini, 2010; Chuzairi, 2013; Chudri, Arfan, dan Darwanis, 2013; dan Fitri, 2013) sebagai variabel independen yang memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba dan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Dengan latar belakang diatas, selanjutnya penelitian ini dibuat dengan menggunakan judul **Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba (*Earning Response Coefficient - ERC*)**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Menguji variabel yang mempengaruhi koefisien respon laba.
 - a. Apakah *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba?
 - b. Apakah profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba?
 - c. Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba?
 - d. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba?
 - e. Apakah ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba?
2. Menguji variabel yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.
 - a. Apakah *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba?
 - b. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?

3. Menguji variabel yang mempengaruhi ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan.
 - a. Apakah ukuran memiliki pengaruh positif terhadap ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengujikan bukti-bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *leverage*, pengungkapan tanggung jawab sosial, ukuran perusahaan, ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan, dan profitabilitas perusahaan terhadap koefisien respon laba.
2. Pengaruh *leveraged* dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan masukan bagi badan penyusun standar akuntansi dan badan otoritas pasar modal mengenai relevansi dari pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Memberikan informasi yang berguna bagi para investor, maupun calon investor dalam melakukan analisis laporan keuangan sebagai bahan pertimbangan terkait dengan pengambilan keputusan.
3. Memberikan gambaran kepada emiten, Investor dan Profesi Akuntansi mengenai *voluntary disclosure* serta pentingnya *timeliness* pelaporan keuangan yang merupakan minimal dua hal yang saling terkait untuk mendorong agar informasi yang disajikan dapat bermanfaat untuk analisis dan pengambilan keputusan investasi.
4. Memberikan gambaran BAPEPAM dan penyusun SAK untuk mengembangkan, mengubah, menambah dan menjelaskan standar akuntansi yang berlaku untuk menciptakan pasar modal yang efisien.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari 5 bagian, sistematika penulisan penelitian ini adalah:

BAB I :Bab ini berisikan uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II: Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang terkait dengan topik penelitian yang mencakup landasan teori mengenai koefisien

respon laba serta teori-teori yang berkaitan, kajian penelitian terdahulu dan perumusan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III: Bab ini membahas metodologi penelitian yang digunakan. Pada bagian ini diuraikan populasi dan sampel penelitian, sumber dan pengumpulan data, pengidentifikasian variabel, metode statistik yang digunakan.

BAB IV: Bab ini berisikan analisis dan hasil penelitian. Pada bagian ini dijelaskan temuan yang dihasilkan dari penelitian yang berdasarkan dari data-data yang diperoleh.

BAB V :Bab ini berisikan penutup dari penelitian. Bagian ini terdiri dari kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Penelitian ini dilandasi pada teori-teori yang menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti. Teori-teori tersebut juga akan merumuskan hipotesis yang akan diteliti.

2.1.1. Teori Signalling

Menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya.

Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Menurut Jogiyanto (2003: 392), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai signal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham.

2.1.2. Teori Legitimasi

Ghozali dan Chariri (2007:411) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Dijelaskan bahwa legitimasi adalah hal penting bagi organisasi, batasan-batasan ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Hal tersebut menekankan pada perusahaan dalam melakukan aktivitasnya selalu menanamkan nilai-nilai sosial yang sudah tertanam di masyarakat dan memperhatikan keadaan lingkungan sebagai imbas dari operasionalitas perusahaan tersebut.

Legitimasi perusahaan merupakan arah implikasi orientasi pertanggungjawaban perusahaan yang lebih menitikberatkan pada *stakeholders persepektive* (masyarakat dalam arti luas). *Social disclosure* dapat dijadikan satu representasi keberpihakan sosial (tanggung jawab sosial) perusahaan terhadap pihak eksternal.

Legitimasi dapat dijadikan salah satu pijakan bagaimana seharusnya perusahaan merumuskan kebijakan agar tetap memperoleh pengakuan dan kepercayaan dari *stakeholders*. Terlebih dalam hal kebijakan pengungkapan serta kebijakan keberpihakan sosial.

2.1.3. Teori Stakeholders

Pertanggungjawaban sosial perusahaan terkait erat hubungannya dengan *Stakeholder theory*. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan bukan entitas yang hanya berorientasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat terhadap *stakeholder* yang meliputi: pemegang saham, kreditor, supplier, pemerintah, masyarakat. Hal tersebut menjelaskan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* kepada perusahaan (Ghozali dan Chariri 2007:409). Keberlangsungan usaha suatu perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* dan perusahaan harus mencari dukungan tersebut. Aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan dengan berbagai hal salah satunya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang dapat memberikan *image* baik terhadap perusahaan.

Stakeholders suatu perusahaan memiliki power *stakeholders*. Power *stakeholders* merupakan kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan.

Power *stakeholders* ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki atas sumber-sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007: 409). Menurut Ulman (dalam Ghozali dan Chariri, 2007: 410), ketika *stakeholders* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan *stakeholders*. Lebih lanjut menurutnya, organisasi akan memilih *stakeholders* yang dianggap penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dan *stakeholders*.

2.1.4. Koefisien Respon Laba

Kualitas laba dapat dilihat melalui koefisien respon laba, yang dikenal mengidentifikasi dan menjelaskan perbedaan respon pasar terhadap pengumuman laba. Laba akuntansi yang berkualitas adalah laba yang mengandung sedikit gangguan persepsi (*noise*) dan dapat menggambarkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya. Semakin besar gangguan persepsi (*noise*) semakin rendah kualitas laba, maka semakin kecil angka koefisien respon laba (Pradipta dan Purwaningsih, 2011). Koefisien respon laba yaitu *“an earning response coefficient measures the extent of the security’s abnormal marketing return in response to the unexpected component of reporting earning of the firm issuing that security”* (Scott, 2006:132). Koefisien respon laba merupakan reaksi pasar terhadap pengumuman laba yang dapat diamati dari pergerakan harga saham

disekitar tanggal publikasi harga saham. Pada saat diumumkan, pasar telah memiliki prediksi laba berdasarkan informasi publik yang tersedia (Soewardjono, 2005: 84). Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya reaksi pasar pada saat pengumuman laba adalah (Scott, 2003: 133)

1. Keyakinan investor didasarkan pada informasi sebelum laba tidak sama karena informasi yang tidak informatif dan kemampuan interpretasi yang berbeda-beda.
2. Setelah melihat laba yang diumumkan, investor dapat menilai seberapa tepat keyakinannya. Jika informasi yang diberikan berupa "*good news*" investor akan meningkatkan keyakinannya. Jika informasi yang diberikan berupa "*bad news*" sementara ekspektasi terlalu tinggi, maka investor akan menurunkan keyakinannya.
3. Investor yang merevisi ekspektasinya karena "*good news*" bersedia membeli sekuritas pada harga sekarang. Investor yang merevisi ekspektasi karena "*bad news*" akan melepas sekuritas sebelum terjadi kerugian yang lebih besar.
4. Investor dapat melakukan observasi terhadap jumlah sekuritas yang diperdagangkan saat ini.

Jumlah saham yang beredar akan berubah segera setelah perusahaan mengumumkan labanya. Apabila mayoritas investor merasakan "*good news*" atas pengumuman laba, maka akan terjadi

kenaikan harga pasar dari saham yang bersangkutan. Sebaliknya, ketika sebagian besar investor merasakan "*bad news*" dari pengumuman laba tersebut, maka akan terjadi penurunan harga pasar dari saham tersebut. Kenaikan atau penurunan harga saham inilah yang akan terakumulasi pada *cummulative abnormal return* (Ambarwati, 2008).

Return adalah hasil yang diperoleh dari investasi. *Return* dibedakan menjadi 2 (Jogiyanto, 2003: 109) yaitu:

1. *Return* Realisasi.

Return realisasi (*realized return*) merupakan *return* yang telah terjadi. *Return* realisasi dihitung berdasarkan data historis. *Return* realisasi penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan. *Return* ini juga berguna sebagai dasar penentu *return* ekspektasi (*expected return*) dan risiko dimasa datang.

2. *Return* Ekspektasi.

Return ekspektasi (*expected return*) merupakan *return* yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang. Berbeda dengan *return* realisasi yang sifatnya sudah terjadi, *return* ekspektasi sifatnya belum terjadi.

Untuk memprediksi laba dimasa mendatang, dapat digunakan tingkat laba pada saat ini namun ketepatan prediksi tergantung pada perilaku laba tersebut. Artinya jika laba saat ini dengan laba sebelumnya mengalami tingkat lonjakan yang cukup besar dan diluar prediksi, maka

dapat menimbulkan *earning shock* yang mengakibatkan peningkatan penjualan atau pembelian saham sekitar waktu pengumuman laba.

Koefisien respon laba dapat diperoleh dari hasil regresi harga saham terhadap laba akuntansi. Harga saham diproksikan dengan *cummulative abnormal return* dan laba akuntansi diproksikan dengan *unexpected earning*.

2.1.5. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR)

“Tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility* – CSR) dapat dipahami sebagai usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas.” (Sankat dan Clement K, 2002 dalam Rudito dan Famiola, 2007 : 207)

Secara konseptual pengungkapan merupakan bagian integral dalam laporan keuangan. Secara teknis pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi, yaitu penyajian informasi dalam bentuk perangkat penuh laporan keuangan. Evans dalam Soewardjono (2008: 92) mengartikan pengungkapan sebagai berikut

“disclosure means supplying information in the financial statement, including the statements themselves, the note to the statements, and the supplementary disclosure associated with the statements. It does not extend to the

public or private statements made by management information provided outside the financial statement."

Metode pengungkapan secara teknis berkaitan dengan bagaimana menyampaikan pengungkapan tersebut dalam laporan keuangan bersama dengan informasi lain yang berkaitan. Metode pengungkapan biasanya secara spesifik ditentukan dalam standar akuntansi atau peraturan lainnya (Pradipta dan Purwaningsih, 2011). Informasi dapat disajikan dalam pelaporan keuangan diantaranya pos statement keuangan, catatan kaki (catatan atas statemen keuangan), penggunaan istilah teknis (terminologi), penjelasan dalam kurung, lampiran, penjelasan auditor dalam laporan auditor, dan komunikasi manajemen dalam bentuk surat atau pernyataan resmi (Soewardjono, 2008:96).

Indonesian CSR Award mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai upaya dan komitmen perusahaan yang beroperasi secara legal dan etis berkontribusi terhadap pembangunan sosial, ekonomi dan lingkungan serta pembangunan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup *stakeholders* (www.csr.cfdcenter.or.id).

Survey global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan *corporate social responsibility* sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Warta Ekonomi, 2006 dalam Daud dan Syarifudin, 2008).

Berdasarkan sifat pengungkapan, terdapat dua pengungkapan yaitu pengungkapan yang bersifat wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). *Mandatory disclosure* merupakan pengungkapan yang wajib dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk adanya campur tangan pemerintah untuk mengatasi adanya potensi kegagalan pasar. *Voluntary disclosure* adalah pengungkapan yang secara sukarela dilakukan oleh perusahaan diluar ketentuan standar akuntansi atau peraturan badan pengawas (Pradipta dan Purwaningsih, 2011).

Di Indonesia peraturan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan adanya UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 66 Ayat (2c). Dengan diaturnya dalam undang-undang, maka pengungkapan tanggung jawab sosial dan perusahaan menjadi wajib. Namun saat ini *item-item* pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan informasi yang masih bersifat sukarela. Belum ada buku pedoman yang mengatur luas pengungkapan tanggung jawab sosial.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) sebuah organisasi global yang bergerak dalam bidang pengembangan yang berkelanjutan menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan suatu komitmen berkelanjutan dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi

komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta seluruh keluarga.

Perusahaan dalam merancang maupun melaksanakan program *corporate social responsibility* tidak hanya cukup melakukan tanggung jawab reaktif, yaitu tanggung jawab yang dilakukan karena perusahaan telah melakukan kegiatan yang menyebabkan dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. Perusahaan juga perlu melakukan tanggung jawab yang bersifat proaktif, yaitu perusahaan perlu merancang program yang berguna untuk mencegah dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan yang menjadi *stakeholders* perusahaan (Lako, 2010:180).

Salah satu konsep pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang berkembang di Indonesia adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Konsep GRI dipilih karena tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja melainkan dari sudut pandang ekonomi, sosial, dan lingkungan. GRI *guidelines* memperluas indikator pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak hanya pada indikator ekonomi, indikator sosial dan indikator lingkungan. Jadi dalam melakukan penilaian luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, *item-item* yang akan diberikan skor mengacu kepada indikator kinerja atau indikator yang disebut GRI *guidelines*, minimal yang harus ada adalah (1)

indikator kinerja ekonomi, (2) indikator kinerja lingkungan hidup, (3) indikator kinerja praktik ketenagakerjaan, dan (4) indikator kinerja hak asasi kemanusiaan.

Komitmen perusahaan dalam melaksanakan, menyajikan, dan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial memberi manfaat bagi perusahaan. Manfaat yang diperoleh adalah (1) profitabilitas dan kinerja keuangan akan semakin kokoh, (2) meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor kreditor, pemasok dan konsumen, (3) meningkatnya komitmen etos kerja, efisiensi, dan produktifitas karyawan, (4) menurunkan kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitar karena merasa diperhatikan dan dihargai perusahaan, (5) meningkatnya reputasi, *corporate branding*, *good will*, dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

2.1.6. Ketepatan Waktu (*Timeliness*) Penginformasian Laporan Tahunan

Timeliness merupakan salah satu tujuan kualitatif laporan keuangan selain *relevance*, *understandability*, *verifiability*, *neutrality*, *comparability* dan *completeness* (APB Statements No.4). Berdasarkan Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Standar Akuntansi Keuangan, laporan keuangan harus memenuhi empat karakteristik kualitatif yang merupakan ciri khas yang membuat laporan keuangan menjadi berguna bagi para pemakainya. Keempat karakteristik tersebut

yaitu dapat difahami, relevan, andal, dan dapat diperbandingkan. Jika terdapat penundaan yang tidak semestinya dalam pelaporan, maka informasi yang dihasilkan akan kehilangan relevansinya.

Tanggal 5 Juli 2011 BAPEPAM mengeluarkan lampiran keputusan ketua BAPEPAM dan LK Nomor: Kep-346/BL/2011 tentang kewajiban penyampaian laporan keuangan berkala emiten atau perusahaan publik yang menyatakan bahwa laporan keuangan tahunan wajib disertai dengan laporan akuntan dalam rangka audit atas laporan keuangan. Laporan tahunan wajib disampaikan kepada BAPEPAM dan LK dan wajib diumumkan kepada masyarakat paling lambat pada akhir bulan ketiga setelah tanggal laporan keuangan tahunan. Ketepatan waktu penyusunan atau pelaporan suatu laporan keuangan perusahaan dapat berpengaruh pada nilai laporan keuangan tersebut. Keterlambatan informasi akan menimbulkan reaksi negatif dari para pelaku pasar modal.

2.1.7. *Leverage*

Munurut Prawironegoro, (2006:54), *leverage* artinya harta perusahaan didongkrak dengan utang atau *leverage* adalah kemampuan perusahaan menggunakan utang untuk membiayai investasi. Rasio total utang terhadap harta idealnya sebesar 40%. Semakin tinggi angka *leverage*, semakin besar proporsi utang yang terlibat dalam pendanaan kegiatan perusahaan. Dengan kata lain, apabila angka *leverage* semakin menjauhi angka nol maka posisi *debtholders* semakin kuat. Sedangkan menurut Suad

(2005: 105) *leverage* berarti kekuatan pengungkit, yaitu berasal dari kata dasar *lever* berarti pengungkit.

Leverage biasanya dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva atau modal yang mempunyai beban tetap untuk meningkatkan penghasilan perusahaan (Delvira dan Nelvirita, 2013).

Tipe *leverage* ada dua, yaitu (Suad, 2005: 105):

1. *Operating leverage*, merupakan kemampuan perusahaan di dalam menggunakan biaya operasi tetap untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap EBIT. *Operating leverage* terjadi ketika perusahaan harus menanggung biaya tetap yang harus ditanggung dari biaya operasi.
2. *Financial leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga meningkatkan keuntungan pemegang saham. *Financial leverage* terjadi ketika perusahaan menggunakan sumber dana yang menimbulkan beban tetap.

Perusahaan menggunakan *operating* dan *financial leverage* dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya asset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Sebaliknya *leverage* juga meningkatkan variabilitas

(risiko) keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan *leverage* akan menurunkan keuntungan pemegang saham (Agus, 2001).

Financial leverage menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak menggunakan *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100 persen (Agus, 2001). Penggunaan hutang itu sendiri bagi perusahaan mengandung tiga dimensi: 1) pemberi kredit menitikberatkan pada besarnya jaminan atas kredit yang diberikan, 2) dengan menggunakan utang maka apabila perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari beban tetapnya maka pemilik perusahaan keuntungannya akan meningkat, dan 3) dengan menggunakan utang maka pemilik memperoleh dana dan tidak kehilangan pengendalian perusahaan.

Jenis rasio untuk melakukan analisis *leverage* antara lain *debt to total asset ratio*, *equity ratio*, *debt to equity ratio*, dan *time interest earned ratio*.

Debt to Equity Ratio (DER) yaitu perbandingan antara hutang dengan modal sendiri. Sesuai dengan *balancing theory of capital structure* (Husanan, 2001), pada saat rasio hutang dengan ekuitas sudah terlalu tinggi, maka biaya modal perusahaan tidak lagi minimum, tetapi akan meningkat dengan makin banyaknya hutang yang dipergunakan.

DAR menunjukkan seberapa besar total asset yang dimiliki perusahaan yang didanai oleh seluruh krediturnya. Semakin tinggi nilai DAR akan semakin beresiko bagi perusahaan karena semakin besar utang yang digunakan untuk pembelian asset (Murhadi, 2013:61)

2.1.8. Profitabilitas Perusahaan

Menurut Prawironegoro, (2001: 55) profitabilitas ialah kemampuan manajemen untuk memperoleh laba. Laba terdiri dari laba kotor, laba operasi, dan laba bersih. Profitabilitas dapat menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah tergantung kepada besarnya penjualan, penanaman aktiva (investasi) dan penyerapan modal sendiri (*equity*).

Menurut Riyanto (1995: 35) profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba. Dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Profitabilitas dapat dianalisis dengan *gross profit ratio*, *operating profit ratio*, *net profit ratio*, *return on assets*, dan *return on equity*.

GPM menggambarkan persentase laba kotor yang dihasilkan oleh setiap pendapatan perusahaan (Murhadi, 2013: 63). Harapannya semakin tinggi GPM, maka akan semakin bagus. Misalnya GPM 41% artinya setiap 1 rupiah penjualan akan mampu memberikan laba kotor 0,41 rupiah.

NPM mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari setiap penjualannya (Murhadi, 2013: 64).

ROA yang secara konsisten tinggi merupakan tanda kinerja manajemen yang efektif (Wild, Subramanyam, dan Halsey; 2005: 78). ROA merupakan rasio yang mengukur banyaknya laba yang dihasilkan dalam setiap aktiva yang digunakan. Dalam pengertian lain Murhadi (2013: 64) menyatakan ROA mencerminkan seberapa besar *return* yang dihasilkan atas setiap rupiah uang yang ditanamkan dalam bentuk asset. Harapannya semakin tinggi ROA akan semakin baik. Apabila ROA bernilai 4,6% maka setiap 1 rupiah asset akan memberikan keuntungan sebesar 0,046 rupiah.

ROE adalah resiko untuk mengukur berapa laba yang dihasilkan dalam setiap modal (ekuitas) yang didanakan. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan untuk membandingkan dua atau lebih perusahaan dalam sebuah industri yang sama (Horne, 2009 : 226).

2.1.9. Ukuran Perusahaan

Menurut Robey dan Carola (1994:150) sebuah ukuran organisasi lebih mudah dipahami dengan melihat jumlah pekerja yang ada dalam sebuah organisasi, sedangkan volume penjualan, keadaan keuangan atau

aset fisik dan penyebaran secara geografis menjadi indikator dari ukuran organisasi.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (*market capitalization*). Semakin besar total aktiva atau penjualan bersih perusahaan maka akan semakin besar ukuran perusahaan begitu juga sebaliknya, semakin rendah total aktiva atau penjualan bersih perusahaan maka semakin kecil pula ukuran perusahaan. Kapitalisasi pasar diukur dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga penutupan saham tersebut (Diantimala, 2008).

Perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar yang kurang dari 1 triliun menunjukkan bahwa perusahaan itu perusahaan kecil. Perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasarnya antara 1 triliun sampai 5 triliun menunjukkan perusahaan tersebut berukuran sedang. Sedangkan perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar di atas 5 triliun, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan besar. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut.

Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama.

Menurut Madura (2007:86), hipotesis mengenai ukuran perusahaan didasarkan pada asumsi bahwa perusahaan besar secara positif lebih sensitif terhadap peraturan pajak, peraturan mentransfer kekayaan oleh pemerintah, subsidivitas politis perusahaan bervariasi dengan ukurannya, sehingga perusahaan besar cenderung untuk mengadopsi prosedur akuntansi yang dapat menanggukkan laba yang dilaporkan. Para peneliti akuntansi menggunakan ukuran perusahaan (total aktiva atau total penjualan) sebagai indikator untuk menunjukkan insentif bagi manajer untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat menambah atau mengurangi laba.

2.1.10. Hubungan Reputasi auditor terhadap Pengungkapan Sukarela Pelaporan Keuangan

Audit dilakukan sebagai wujud dari adanya hubungan kontrak antara pihak pemberi dan penerima dalam konsep agensi (Mesier, 2003). Variabel ini digunakan untuk melihat interaksi antara reputasi auditor *the big four* (Ernst&Young, Price Waterhouse and Cooper's, KPMG, Deloitte) dan *non-the big four* dalam mempengaruhi pengungkapan laporan

tahunan. Variabel ini menggunakan *dummy*, perusahaan yang diaudit oleh kantor akuntan publik *the big four* dicatat dengan 1 sedangkan yang tidak dicatat 0.

Berdasarkan penelitian Teoh dan Wong (1993) ditunjukkan pasar merespon secara berbeda terhadap kualitas auditor, yang diproksikan dengan auditor big 5 dan non big 5. Artinya semakin berkualitas auditor maka semakin tinggi kredibilitas angka akuntansi yang dilaporkan, dengan demikian semakin besar koefisien respon laba.

2.1.11. Hubungan opini audit dengan Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan

Publikasi laporan keuangan melalui media massa akan mempengaruhi keputusan berinvestasi para calon investor. Hal ini disebabkan informasi yang terkandung di dalam laporan keuangan dianggap berita terbaru mengenai keadaan perusahaan di pasar modal.

Opini audit dapat memotivasi manajemen perusahaan untuk menyampaikan laporan keuangan secara tepat. Hipotesis ini memberikan makna bahwa manajemen memandang penting opini audit sehingga sesegera mungkin disampaikan kepada pemakai informasi tersebut. Opini yang baik mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai berita baik (*good news*).

2.1.12. Hubungan Persistensi Laba dengan Koefisien Respon Laba

Definisi persistensi laba menurut Scott (2003: 137) adalah revisi laba yang diharapkan di masa mendatang (*expected future earnings*) yang diimplikasikan oleh inovasi laba tahun berjalan sehingga persistensi laba dilihat dari inovasi laba tahun berjalan yang dihubungkan dengan perubahan harga saham. Semakin tinggi persistensi laba maka semakin tinggi koefisien respon laba, hal ini berkaitan dengan kekuatan laba. Persistensi laba mencerminkan kualitas laba perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu. Kormendi dan Lipe (1987) menunjukkan bahwa persistensi laba berhubungan positif dengan koefisien respon laba. Collins dan Kothari (1989) juga menemukan hubungan yang positif antara estimasi koefisien respon laba dan persistensi dengan menggunakan perubahan laba sebagai proksi untuk *unexpected earnings*. Berbeda dengan Ali dan Zarowin (1992) yang menemukan bahwa estimasi error pada koefisien respon laba secara negatif berhubungan dengan persistensi. Hal ini disebabkan beberapa analisa sebelumnya terhadap hubungan antara koefisien respon laba dan persistensi adalah berlebihan.

2.1.13. Hubungan Pertumbuhan Laba terhadap koefisien respon laba

Perusahaan diharapkan tumbuh secara terus menerus secara konstan. Prawironegoro (200 : 58) mengatakan bahwa faktor penentunya adalah : (1) kondisi ekonomi dan (2) kemampuan manajerial. Jika kondisi ekonomi baik, dan sebaliknya. Dan jika manajemen profesional, pada umumnya pertumbuhan perusahaan baik, dan sebaliknya. Dari berbagai jenis pertumbuhan, yang paling penting adalah pertumbuhan laba bersih setelah pajak (*earned after tax* atau EAT).

Pertumbuhan EAT menentukan pertumbuhan pendapatan per saham (*earned per shares* atau EPS) dan dividend per saham (*dividend per shares* atau DPS). Pertumbuhan itu merupakan harapan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan.

Selain EAT, EPS, dan DPS, *sales growth* juga digunakan sebagai salah satu analisis pertumbuhan. Penelitian tentang pertumbuhan laba dan koefisien respon laba telah dikemukakan oleh Collins dan Kothari (1989). Pertumbuhan laba diukur dengan rasio nilai pasar terhadap nilai buku ekuitas. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan laba mempunyai hubungan yang positif dengan koefisien respon laba.

Collins dan Kothari (1989) menyatakan bahwa kesempatan tumbuh berdampak pada laba masa depan dan begitu juga dengan koefisien

respon laba. Dengan kata lain, semakin tinggi kesempatan suatu perusahaan untuk tumbuh maka akan semakin tinggi koefisien respon laba. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan mempunyai hubungan yang positif dengan koefisien respon laba.

2.2. Penelitian Terdahulu

Berbagai studi empiris terkait dengan penelitian ini telah dilakukan sebelumnya. Murwaningsari (2008) melakukan pengujian terhadap faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap koefisien respon laba. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2003-2008. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah koefisien respon laba yang diperoleh dari regresi *cummulative abnormal return* terhadap *unexpected earning*. Variabel independennya *leverage* diukur dari nilai *debt to equity ratio*. Ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural total asset. Ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan dihitung dari rentang waktu pengumuman laporan tahunan yang telah diaudit ke publik. Pengungkapan sukarela meliputi pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan indeks pengungkapan. Metode analisis yang digunakan adalah *structure equation modelling* dengan hasil *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba dan pengungkapan tanggung jawab sosial, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap

koefisien respon laba dan pengungkapan tanggung jawab sosial, ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba ketepatan waktu penginformasian laporan keuangan, pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba, dan penginformasian laporan tahunan memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

Susanto dan Fajarini (2010) melakukan pengujian korelasi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2009. Pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai variabel dependen diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan. Variabel independen terdiri dari biaya politik yang diproksikan dengan logaritma natural total asset, *leverage* yang diproksikan dengan *debt to equity ratio*, dan *return on equity* perusahaan. Biaya politik memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, dan *return on equity* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pradipta dan purwaningsih (2011) melakukan pengujian pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap koefisien respon laba. Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2010 dengan sampel sebanyak 30 perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah koefisien respon laba, diperoleh dari hasil regresi *cummulative abnormal return* dan *unexpected earning*. Variabel independennya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diukur dengan indeks pengungkapan. Dengan metode analisis regresi linier berganda hasil yang didapat adalah penelitian ini menemukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

Wahyu dan Apriwenni (2012) melakukan pengujian terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel indepen dalam penelitian ini adalah mekanisne *corporate governance*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Penelitian ini memilih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2009 sebagai populasi dengan sampel sebanyak 51 perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial diproksikan dengan CSRI. Mekanisme *corporate governance* diproksikan dengan kepemilikan saham publik, kepemilikan manajerial, komite audit, komposisi dewan, dan jumlah dewan direksi. Ukuran

perusahaan diproksikan dengan logaritma natural total asset. Profitabilitas diproksikan dengan *net profit margin*. Dari hasil pengolahan data diperoleh kesimpulan mekanisme *corporate governance* memiliki pengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial, artinya semakin besar perusahaan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Berarti besarnya laba perusahaan tidak mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang dilakukan Sukirman dan Meiden (2012) adalah mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap koefisien respon laba. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri yang *go public* dan sahamnya sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2007. Pengukuran koefisien respon laba dengan meregresikan *cumulative abnormal return* dengan *unexpected earning*. Pengungkapan tanggung jawab sosial diproksikan dengan *corporate social responsibility index*. Dengan metode analisis regresi linier berganda, hasil yang diperoleh adalah tidak cukup bukti yang menyatakan pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

Imroatussolihah (2013) sebelumnya meneliti pengaruh resiko, *leverage*, peluang pertumbuhan, persistensi laba, dan kualitas tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *earning response coefficient*. Penelitian dilakukan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2011. Sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 24 dari total 140 perusahaan. Koefisien respon laba, variabel dependen, diproksikan dengan *cumulative abnormal return*. Variabel independen secara berturut-turut adalah *leverage* diproksikan dengan *debt to equity ratio*, peluang pertumbuhan dengan *market to book equity*, persistensi laba dari *slope coefficient* regresi laba tahun ini dengan laba tahun sebelumnya, dan kualitas tanggung jawab diukur dengan variabel *dummy*. Imroatussolihah (2013) dalam penelitiannya menggunakan metode analisis regresi berganda dengan program SPSS. Hasilnya semakin tinggi angka pengungkapan tanggung jawab sosial, semakin rendah nilai *earning response coefficient* dimata investor. Resiko berpengaruh terhadap *earning response coefficient* karena semakin beresiko suatu saham akan semakin dihindari. *Leverage* berkaitan dengan hutang perusahaan, semakin tinggi *leverage* semakin banyak laba yang dianggarkan pada kreditor atau semakin sedikit laba yang akan diperoleh investor. Dengan kata lain tingginya *leverage* akan menyebabkan investor memandang buruk

kualitas laporan keuangan. Peluang pertumbuhan adalah kemungkinan pertumbuhan perusahaan, investor lebih tertarik kepada perusahaan yang mampu menunjukkan pertumbuhannya akan laba. Sedangkan persistensi laba berkaitan dengan revisi laba dimasa yang akan datang. Jika perusahaan mampu menunjukkan laba yang persisten maka akan menarik minat investor terhadap perusahaan.

Fitri (2013) juga melakukan penelitian terhadap *earning response coefficient* dengan ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas sebagai variabel independen. Penelitian ini dilakukan terhadap seluruh perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2011. Jumlah sample yang digunakan sebanyak 42 perusahaan selama 4 tahun. Variabel *earning response coefficient* diperoleh dengan meregresikan *cummulative abnormal return* terhadap *unexpected earning*. Ukuran perusahaan diperoleh dari logaritma natural total asset. Kesempatan bertumbuh dengan *market to book ratio*. Profitabilitas dengan *return on asset*. Model regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menyatakan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Fitri (2013) menemukan variabel kesempatan bertumbuh, ukuran perusahaan, dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Penelitian Rofika (2013) menguji pengaruh resiko perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient*. Populasinya adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, terdapat 132 perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Variabel *earning response coefficient*, dihitung dengan meregresikan *cummulative abnormal return* terhadap *unexpected earning*. Variabel independen, resiko dan ukuran perusahaan masing-masing dihitung dengan meregresikan *return* perusahaan terhadap *return* pasar dan logaritma natural total asset. Data dianalisis dengan metode regresi linier berganda program SPSS. Dari hasil pengolahan data diperoleh pengaruh negatif resiko perusahaan terhadap *earning response coefficient* sementara ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Studi empiris juga dilakukan oleh Delvira dan Nelvirita (2013). *Earning response coefficient* dihitung dengan meregresikan *cummulative abnormal return* terhadap *unexpected earning*. Resiko sistematis, variabel independen, dihitung dengan meregresikan *return* yang diharapkan terhadap *return* yang sesungguhnya terjadi. *Leverage* diproksikan dengan *debt to equity ratio*. Persistensi laba dapat dihitung dengan meregresikan laba tahun sekarang dengan laba satu tahun sebelumnya. Populasi dalam penelitian ini adalah industri manufaktur

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2010 dengan sample sebanyak 44 perusahaan. Dalam penelitian ini ditemukan bukti bahwa resiko sistematis berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. *Leverage* dan persistensi laba berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

Chudri, Arfan, dan Darwanis (2013) melakukan pengujian terhadap koefisien respon laba. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah persistensi laba dan laba bersih. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2011. Metode analisis yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil pada penelitian ini persistensi laba berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Sama seperti persistensi laba, laba bersih memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

Variabel yang diuji dalam penelitian Wardani dan Januarti (2013) adalah Pengungkapan *corporate social responsibility* dengan variabel bebas meliputi ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi (*content analysis*), peneliti akan mengamati ada tidaknya *item* informasi non keuangan dalam laporan tahunan. Jika ada akan diberi skor 1 jika tidak ada akan diberi skor 0. Ukuran dewan komisaris dilihat dari jumlah

dewan komisaris yang ada di *intern* perusahaan. Profitabilitas dihitung dengan *return on asset* dan *leverage* dihitung dengan *debt to equity ratio*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Jumlah sampel keseluruhan selama 3 tahun sebanyak 155 perusahaan. Data dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menemukan variabel ukuran dewan komisaris dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba sedangkan *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

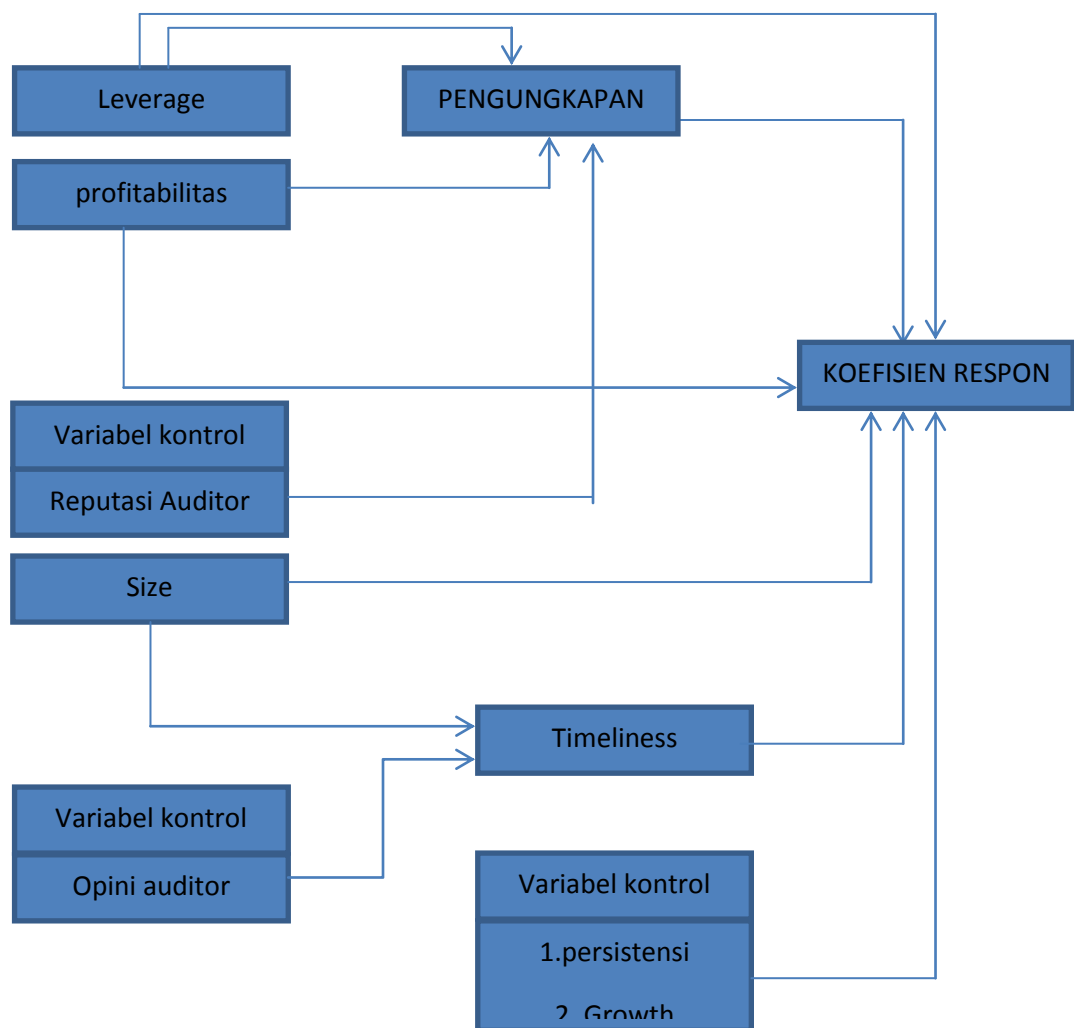
Chuzairi (2013) melakukan penelitian untuk melihat faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi ukuran perusahaan, tipe perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang didapat sebanyak 50 perusahaan. Hasil penelitiannya ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel tipe perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah :

Gambar 2.1

Kerangka pemikiran



2.4. Hipotesis Penelitian

2.4.1. Pengaruh *Leverage* terhadap Koefisien respon Laba

Tingkat *leverage* dapat meningkatkan atau menurunkan angka koefisien respon laba. *Leverage* tinggi dapat meningkatkan angka koefisien respon laba apabila jumlah hutang yang dipinjam perusahaan digunakan untuk ekspansi usaha dan memiliki tingkat keuntungan yang lebih besar dari bunga pengembalian. *Leverage* pada kondisi tertentu dapat menurunkan koefisien respon laba. Perusahaan yang kondisi perekonomiannya tidak stabil akan mengalami kesulitan pengembalian hutang sehingga semakin tinggi *leverage* membuat respon investor terhadap perusahaan semakin rendah.

Debtholders dan *stockholders* sama-sama memiliki hak pengembalian atas dana modal yang ditanamkan ke perusahaan. Perbedaannya *debtholders* memiliki batas waktu pengembalian sedangkan pengembalian *stockholders* berdasarkan residual laba dan tidak memiliki batas waktu. Sehingga pada saat perusahaan menginformasikan *leverage* yang tinggi, maka kualitas laporan keuangan dinilai buruk oleh *debtholders*, artinya *leverage* menurunkan angka korelasi *return* saham terhadap laba perusahaan.

Penelitian mengenai hubungan *leverage* terhadap koefisien respon laba perusahaan telah dibuktikan secara empiris. Delvira dan Nelvirita (2013) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Hasil yang sama ditunjukkan dari penelitian Imroatussolihah (2013), yaitu *leverage* menurunkan angka korelasi *return* saham terhadap laba perusahaan. Murwaningsari (2008) melakukan penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap koefisien respon laba, hasilnya menunjukkan pengaruh negatif. Pengukuran *leverage* yang digunakan adalah DER.

Sehingga berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

2.4.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Koefisien Respon Laba.

Profitabilitas menunjukkan kelangsungan hidup perusahaan karena merepresentasikan kinerja manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio profitabilitas, berarti efektifitas perusahaan dalam mengelola modalnya semakin baik.

Investor melihat profitabilitas sebagai cerminan kondisi perusahaan dimasa depan, yaitu ketika profitabilitas yang dilaporkan tinggi investor menilai dimasa depan perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi.

Artinya profitabilitas dapat meningkatkan korelasi *return* saham terhadap laba yang dihasilkan perusahaan.

Chudri, Arfan, dan Darwanis (2013) dalam studi empirisnya menggunakan indikator NPM untuk membentuk variabel profitabilitas. Hasilnya NPM berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

Arfan dan Antasari (2008) menemukan bahwa profitabilitas secara bersama-sama dengan ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap koefisien respon laba. Namun secara parsial, profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap koefisien respon laba. Indikator profitabilitas yang digunakan adalah ROE.

Koefisien respon laba pada perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi ditemukan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Perusahaan yang menguntungkan mampu menyelesaikan operasi yang sedang dijalankan saat ini, yang diindikasikan dengan laba. Dengan demikian penulis mengajukan hipotesis kedua sebagai berikut :

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

2.4.3. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial.

Sesuai dengan *signaling theory*, perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial agar tidak menjadi sorotan *debtholders*.

Secara umum, kreditur lebih menyukai jika angka *leverage* rendah karena semakin tinggi *leverage* semakin besar dana pinjaman yang harus disediakan oleh kreditur, semakin besar juga resiko hutang tidak tertagih. Manajemen berusaha untuk meningkatkan laba dengan mengurangi jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial untuk menjaga kepercayaan manajemen.

Penelitian empiris telah dilakukan oleh Susanto dan Fajarini (2010). Hasilnya *leverage* berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Instrumen yang digunakan untuk membentuk variabel *leverage* adalah *debt to equity ratio*. Wardani dan Januarti (2013) juga menemukan hasil yang sama bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan instrumen yang membentuk *leverage* sama seperti penelitian sebelumnya, yaitu *debt to equity ratio*.

Chuzairi (2013) dalam penelitiannya tidak menemukan pengaruh antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Dalam penelitiannya, *leverage* diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio*.

Berdasarkan tinjauan teori diatas, maka hipotesis alternatif sebagai berikut:

H3: *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.4.4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial.

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi memberikan kesempatan yang lebih banyak kepada manajemen untuk melakukan upaya-upaya yang mendukung kegiatan utama perusahaan guna memperoleh legitimasi dari lingkungan sekitar. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin banyak pengungkapan informasi sosial yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

Didukung dengan teori legitimasi, perusahaan mendapatkan legitimasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dianggap dapat membiayai kegiatan

corporate social responsibility-nya. Pada saat profitabilitas tinggi, manajemen semakin memiliki motivasi untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial agar mendapatkan legitimasi dari *stakeholders*.

Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan memiliki perhatian yang besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Wardani dan Januarti, 2013). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu dan Apriwenni (2012) yang menemukan pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Instrumen profitabilitasnya adalah *net profit margin* sementara Wardani dan Januarti (2013) menggunakan *return on assets*.

Susanto dan Fajarini (2010) dalam studi empirisnya melakukan pengujian secara langsung pengaruh *return on equity* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. *Return on equity* sebagai proksi atas profitabilitas memiliki kecenderungan meningkatkan informasi tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan.

Indikator *net profit margin* juga digunakan oleh Chuzairi (2013) untuk membentuk variabel profitabilitas. Dari hasil penelitiannya, pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tidak berhasil dibuktikan.

Dengan demikian, penulis mengajukan hipotesis keempat sebagai berikut:

H4: Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.4.5. Pengaruh Pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap Koefisien Respon Laba.

Dari perspektif ekonomi perusahaan dapat mengungkapkan suatu informasi apabila diperkirakan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Informasi yang diungkapkan dapat berupa laporan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Korelasi antara laba perusahaan dengan *return* saham rendah, artinya investor memandang laba tidak cukup untuk digunakan sebagai prediktor *return* saham dimasa yang akan datang. Dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, diharapkan akan membantu investor untuk mempredksi *return* saham (Sukirman dan Meiden, 2012).

Investor tertarik dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Informasi yang menarik perhatian investor mencakup keamanan dan kualitas produk, etika, dan hubungan dengan karyawan dan masyarakat (Sayekti dan Wondabio, 2007). Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* memiliki kinerja pasar yang lebih baik dibanding dengan perusahaan yang sedikit mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility*.

Pergerakan harga saham berubah sejalan dengan prediksi laba yang diharapkan oleh investor dimasa yang akan datang. Pengumuman informasi dapat mempengaruhi tingkah laku investor dalam memprediksi laba. Informasi yang diumumkan mencakup pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan mengharapkan adanya nilai tambah dan legitimasi dari pengungkapan tanggung jawab sosial

Sukirman dan Meiden (2012) menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial tidak cukup bukti mempengaruhi koefisien respon laba. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007) pengungkapan tanggun jawab sosial memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Hasil yang sama ditemukan pada penelitian Pradipta dan Purwaningsih (2011), Imroatussolihah (2013) dan Jayanti (2013). Studi empiris lain membuktikan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Penelitian tersebut dilakukan oleh Daud dan Syarifudin (2008), Utamaningtyas dan Ahalik (2010), dan Murwaningsari (2008).

Dengan demikian, hipotesis kelima yang diajukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

H5: Pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh positif terhadap Koefisien Respon Laba.

2.4.6. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba.

Ukuran perusahaan diprosikan dengan total asset. Perusahaan besar memiliki resiko yang lebih kecil daripada perusahaan kecil sehingga nilai koefisien respon laba perusahaan besar lebih tinggi daripada perusahaan kecil (Jogiyanto, 2009:203).

Perusahaan besar lebih banyak dan lebih cepat menyediakan informasi daripada perusahaan kecil sehingga dapat membantu investor mengambil keputusan secara cepat dan menarik keputusan yang tepat.

Pada perusahaan besar, informasi tersedia sepanjang tahun. Pemodal menginterpretasikan laporan keuangan perusahaan dengan lebih baik karena informasi tersebut membantu mengurangi ketidakpastian. Saat informasi laba diumumkan, secara umum investor akan memberikan respon positif (Diantimala, 2008). Perusahaan besar memiliki *responsibility reporting* yang lebih tinggi dan mengindikasikan pada perusahaan besar angka koefisien respon laba akan meningkat pula (Jogiyanto, 2003).

Penelitian yang dilakukan oleh Murwaningsari (2008) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Hasil yang sama ditemukan dalam penelitian Diantimala (2008) dimana pengaruh antara ukuran perusahaan dengan koefisien respon laba adalah negatif.

Berbeda dengan penelitian diatas, Rofika (2013) melakukan pengujian ukuran perusahaan terhadap koefisien respon laba. Hasil dari pengujian tersebut adalah positif. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural total asset.

Dari uraian diatas penulis mengajukan hipotesis keenam sebagai berikut:

H6 : Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

2.4.7. Pengaruh Ketepatan Waktu Penginformasian Laporan Tahunan terhadap Koefisien Respon Laba.

Perusahaan besar cenderung lebih banyak mendapat sorotan untuk itu perusahaan berusaha untuk menjaga *image* agar selalu terlihat baik. Dengan bekerja dibawah tekanan, perusahaan besar cenderung akan melakukan penginformasian laporan tahunan dengan tepat waktu sehingga spekulasi negatif dalam perdagangan saham dapat dihindari.

Perusahaan besar mempunyai pengetahuan lebih tentang peraturan yang ada. Oleh karena itu perusahaan besar lebih mentaati peraturan mengenai ketepatan waktu dibanding perusahaan kecil. Hasilnya menemukan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh dengan ketepatan waktu pelaporan.

Semakin besar perusahaan maka kemungkinan keterlambatan pelaporan keuangan semakin kecil Herlyaminda, Arfan, dan Darwanis (2013). Hasil yang sama ditunjukkan dalam penelitian Pamudji (2013) bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif terhadap ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan. Murwaningsari (2008) menemukan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan merupakan prediktor signifikan dari ketepatan waktu pelaporan. Dengan demikian penulis mengajukan hipotesis ketujuh sebagai berikut:

H7 : Terdapat Pengaruh Positif antara Ukuran Perusahaan terhadap Ketepatan Waktu Penginformasian Laporan Tahunan.

2.4.8. Pengaruh Ketepatan Waktu Penginformasian Laporan Tahunan terhadap Koefisien Respon Laba.

Ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan merupakan faktor yang menimbulkan pertanyaan bagi pengguna laporan keuangan mengenai kredibilitas ataupun kualitas laporan tersebut (Daud dan Syarifuddin, 2008). Ketidaktepatan waktu, bagi pemakai informasi akan dipersepsikan bahwa informasi yang terkandung dalam laporan keuangan adalah informasi yang mengandung *noise* (gangguan). Adapun *noise* yang timbul ini merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kualitas laba yang pada akhirnya tercermin pada koefisien respon laba.

Penelitian empiris yang dilakukan oleh Murwaningsari (2008) dan Daud dan Syarifuddin (2008) memiliki hasil yang sama, ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Sehingga hipotesis ketujuh yang diajukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

H8 : Terdapat Pengaruh Positif antara Ketepatan Waktu Penginformasian Laporan Tahunan dengan Koefisien Respon Laba.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80). Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/ subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Pada bagian populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar pada Bursa Efek Jakarta, minimal sejak tahun 2010, dan sampai tahun 2012 tidak pernah di-*delist* dengan catatan emiten tersebut secara berturut-turut selama 3 tahun (dari tahun 2010 sampai dengan 2012) tidak memiliki laba negatif. Selanjutnya, data harga saham untuk menghitung *unexpected earning*, DER, DAR, NPM, GPM, ROE, ROA, ln total aktiva, CSRI, *time*, reputasi auditor, opini audit, persistensi laba dan pertumbuhan laba diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id dan www.sahamok.com). Nilai CAR diperoleh dari

data yang di dapat di situs www.finance.yahoo.com.

3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2011:81). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena ada keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling methode*, artinya sampel sengaja dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu agar dapat mewakili populasinya (Sugiyono, 2011:85). Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit selama periode pengamatan penelitian, yaitu dari tahun 2010 sampai dengan 2012.
2. Memiliki data lengkap yang digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini.
3. Saham perusahaan aktif diperdagangkan.

3.3. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ dengan akhir tahun pembukuan pada tanggal 31 Desember 2010, 2011 dan 2012. Data sekunder tersebut berupa data *pooled* yang menggabungkan penggunaan data *time series* (runtun waktu) dan data *cross-section* (data silang). Sumber data dapat diperoleh dari web resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.com. Situs www.sahamok.com juga menyediakan laporan tahunan sementara harga saham diunduh dari situs www.finance.yahoo.com pada hari Selasa, 24 Desember 2013 jam 07.00 WIB.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka. Studi pustaka adalah pengadaan penelitian dengan cara mengumpulkan serta menelaah buku-buku, jurnal, literatur-literatur dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang akan dipecahkan.

3.5. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah koefisien respon laba. koefisien respon laba di hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CAR_{it} = \beta_0 + \beta_1 UE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Dimana :

CAR_{it} : *cumulative abnormal return* perusahaan i pada tahun t.

β_1 : koefisien respon laba.

UE_{it} : *unexpected earnings* perusahaan.

Dalam perhitungan, rumus UE adalah sebagai berikut :

$$UE_{it} = \frac{E_{it} - E_{it-1}}{|E_{it-1}|}$$

Dimana :

UE_{it} : *unexpected earnings* perusahaan i pada tahun t.

E_{it} : laba akuntansi (*earnings*) setelah pajak perusahaan i pada tahun t.

E_{it-1} : laba akuntansi setelah pajak perusahaan i sebelum tahun t.

$|E_{it-1}|$: nilai mutlak laba akuntansi setelah pajak perusahaan i sebelum tahun t.

Penentuan *window (time interval)* untuk mengukur CAR saham perusahaan merupakan hal yang penting. Jika terlalu pendek, maka ukuran CAR tidak akan dapat menangkap reaksi pasar yang mungkin terjadi di luar *window* tersebut, misalnya karena reaksi investor yang lambat (Lev, 1989). Sebaliknya, jika *time interval*

terlalu panjang, maka dapat memberikan pengukuran yang bias mengenai kontribusi informasi yang diungkapkan oleh perusahaan (Lev, 1989). Penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan berbagai *time interval* dalam mengukur CAR. Collin dan Kothari (1989, dalam Lev, 1989) melakukan pengujian mengenai “*optimal window*” dengan melakukan regresi perubahan laba tahunan terhadap *return* dengan *window* dua tahun. Dalam penelitiannya, Collins et al (1989, dalam Lev, 1989) menemukan bahwa yang paling optimal adalah perhitungan *return* dengan jangka waktu 15 bulan. Collins et al tidak memberikan penjelasan baik yang bersifat teoritis maupun insitutional mengenai hal ini (Lev, 1989). CAR pada saat laba akuntansi dipublikasikan dihitung dalam *event window* pendek selama 7 hari (3 hari sebelum peristiwa, 1 hari peristiwa, dan 3 hari sesudah peristiwa), yang dipandang cukup untuk mendeteksi *abnormal return* yang terjadi akibat publikasi laba sebelum *confounding effect* mempengaruhi *abnormal return* tersebut. Pemilihan rentang periode ini karena Lev (1989) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa regresi *return/earnings* dengan menggunakan periode yang panjang relatif lebih sedikit dipengaruhi oleh *error* dalam menghitung *expected earnings* dibandingkan jika menggunakan periode yang lebih pendek. *Abnormal return* saham perusahaan dihitung dengan

mengurangi *return* saham perusahaan dengan *return* indeks pasar pada periode yang sama (seperti pada penelitian Widiastuti, 2002).

Berikut adalah rumus untuk menghitung abnormal return:

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Dimana:

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.

P_{it} : Harga saham perusahaan i pada waktu t.

P_{it-1} : Harga saham perusahaan I pada waktu t-1.

$IHSG_t$: Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t.

$IHSG_{t-1}$: Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t-1.

Selanjutnya, perhitungan CAR untuk masing-masing perusahaan adalah merupakan akumulasi *abnormal return* dari masing-masing perusahaan tersebut selama periode 3 tahun.

2. Variabel Intervening. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial dan ketepatan waktu. Mengacu pada penelitian Hanifa et al (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007), maka pengukuran variabel CSRI menggunakan *content analysis* yang mengukur *variety* dari CSRI. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Lindenmann (1983) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) mendefinisikan *content analysis* sebagai berikut:

"A means for taking messages that are conveyed as part of the communication process, coding and classifying them as precisely and objectively as possible and then summarizing and explaining them quantitatively".

Instrumen pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam kategori: Lingkungan, Energi, Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, dan Umum.

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak

diungkapkan (Haniffa et al, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut: (Haniffa et al, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007)

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

N_j : jumlah item untuk perusahaan j.

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$.

Sementara ketepatan waktu pelaporan keuangan yaitu rentang waktu pengumuman laporan keuangan tahunan yang telah diaudit (auditan) kepada publik yaitu lamanya hari yang dibutuhkan untuk mengumumkan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit kepada publik, sejak tanggal tutup tahun buku perusahaan sampai tanggal penyerahan ke Bapepam. Variabel ini dilambangkan oleh TIME. Variabel ini menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap laporan tahunan perusahaan diungkapkan dengan tepat

waktu, maka akan diberi nilai 1, dan 0 jika laporan tahunan tidak diungkapkan tepat waktu.

Rumus perhitungan ketepatan waktu pengungkapan laporan tahunan adalah sebagai berikut:

$$TIME_{it} = \sum X_{ij}$$

Keterangan:

$TIME_{it}$: indeks ketepatan waktu pengungkapan laporan tahunan perusahaan i pada tahun t.

X_{it} : *dummy variable*: 1 = jika tepat waktu; 0 = jika tidak tepat waktu.

3. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Perbandingan dana yang dimiliki oleh perusahaan dengan dana yang dipinjam oleh kreditur dikenal dengan nama rasio *leverage*.

Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut: (Murwaningsari, 2008)

$$DER = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total modal sendiri}}, \text{ dimana DER adalah } \textit{debt to equity}$$

ratio yaitu proksi dari *leverage*.

$DAR = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aset}}$, dimana DAR adalah debt to total asset

ratio yang juga proksi dari *leverage*.

Kedua rasio tersebut menggambarkan total hutang perusahaan terhadap modal perusahaan maupun aset perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba ditunjukkan dengan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas diwujudkan dalam ROE, ROA, GPM, dan NPM. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut: (Prawironegoro, 2006 : 55-56)

$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Ekuitas pemegang saham}}$, dimana ROE adalah *return on equity*.

$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Asset}}$, dimana ROA adalah *Return on Asset*.

$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$, dimana GPM adalah *Gross Profit Margn*.

$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$, dimana NPM adalah *Net Profit Margin*.

Yang mana keempat perhitungan tersebut adalah proksi dari sebagai proksi dari profitabilitas perusahaan.

Ukuran perusahaan (UP), diukur berdasarkan nilai pasar ekuitas (Collins dan Kothari, 1989, serta Chaney dan Jeter, 1991), yang dirumuskan sebagai berikut:

$$UP_{it} = \ln NPE_{it}$$

Keterangan:

UP_{it} : ukuran perusahaan i pada tahun t.

NPE_{it} : total aktiva perusahaan i pada tahun t.

Penggunaan nilai logaritma natural dilakukan untuk menghindari bias dalam pengukuran akibat adanya perbedaan skala operasi perusahaan.

4. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah reputasi auditor persistensi laba, dan pertumbuhan laba.

Di Indonesia, kantor akuntan publik dikenal dengan KAP *big 4* dan *non big 4*. KAP *big 4* adalah KAP multinasional yang memiliki reputasi yang lebih baik dari kap *non big 4*. Oleh karena itu perusahaan yang diaudit oleh KAP *big 4* akan diberi nilai 1 dan perusahaan yang diaudit oleh KAP *non big 4* akan diberi nilai 0.

Rumus perhitungan reputasi auditor adalah sebagai berikut:
(Murwaningsari, 2008)

$$RA_{it} = X_{ij}$$

Keterangan:

RA_{it} : reputasi auditor yang mengaudit perusahaan i pada tahun t.

X_{it} : *dummy variable*: 1 = jika KAP *big 4*; 0 = jika KAP *non big 4*.

Persistensi laba akuntansi (PSLA), merupakan suatu ukuran yang menjelaskan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan jumlah laba yang diperoleh saat ini sampai masa mendatang. Persistensi laba akuntansi diukur menggunakan koefisien regresi antara laba akuntansi perioda sekarang dengan laba akuntansi perioda yang lalu seperti dilakukan oleh Kormendi dan Lipe (1987) dan Jaswadi (2003), dengan rumusan berikut:

$$E_{it} = \beta_0 + \beta_1 E_{it-1} + \varepsilon_{it}$$

dalam hal ini:

E_{it} : laba akuntansi (*earnings*) setelah pajak perusahaan i pada tahun t

E_{it-1} : laba akuntansi (*earnings*) setelah pajak perusahaan i sebelum tahun t

β_1 : persistensi laba akuntansi (PSLA).

Pertumbuhan laba akuntansi (PTLA), diukur menggunakan rasio *sales growth*, *EAT growth*, dan *EPS growth*. *DPS growth* tidak digunakan karena tidak semua perusahaan melaporkan dividen dalam laporan keuangan tahunannya.

Pertumbuhan laba akuntansi diukur sebagai berikut:

$$SG_{it} = \left(\frac{S_{it}}{S_{it-1}} \times 100\% \right) - 100\%$$

dalam hal ini:

SG_{it}: Sales Growth perusahaan i pada tahun t.

S_{it} : penjualan bersih perusahaan i pada tahun t.

S_{it-1} : penjualan bersih perusahaan i pada tahun t-1.

$$EATG_{it} = \left(\frac{EAT_{it}}{EAT_{it-1}} \times 100\% \right) - 100\%$$

dalam hal ini:

EATG_{it}: earning after tax growth perusahaan i pada tahun t.

EAT_{it} : laba bersih setelah pajak perusahaan i pada tahun t.

EAT_{it-1} : laba bersih setelah pajak perusahaan i pada tahun t-1.

$$EPSG_{it} = \left(\frac{EPS_{it}}{EPS_{it-1}} \times 100\% \right) - 100\%$$

dalam hal ini:

EPSG_{it}: earning per shares growth perusahaan i pada tahun t.

EPS_{it} : laba per lembar saham perusahaan i pada tahun t.

EPS_{it-1} : laba per lembar saham perusahaan i pada tahun t-1.

3.6. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan software *smart PLS*. SEM adalah teknik analisis yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik recursive maupun recursive untuk memperoleh gambaran

menyeluruh mengenai keseluruhan model. Tidak seperti analisis multivariate biasa, SEM dapat menguji secara bersama-sama:

1. Model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut outer model. Model ini menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variabel merepresentasi variabel laten untuk diukur.
2. Model struktural (*structural model*) atau sering disebut inner model. Model ini menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten dan konstruk.

Variabel laten adalah variabel yang tidak bisa diukur secara langsung dan memerlukan beberapa indikator sebagai proksi. Variabel laten yang dibentuk dalam PLS-SEM, indikatornya dapat berbentuk reflektif maupun normatif. Model reflektif mengasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator, dimana arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifes (ghozali, 2006). Sedangkan model formatif mengasumsikan bahwa indikator-indikator mempengaruhi konstruk, dimana arah hubungan kausalitas dari indikator ke konstruk.

SEM memiliki dua tujuan utama dalam analisisnya. Tujuan pertama adalah untuk menentukan apakah mode plausible (masuk akal) atau benar berdasarkan suatu data yang dimiliki. Tujuan yang kedua adalah untuk menguji berbagai hipotesis yang telah dibangun sebelumnya.

Dalam SEM peneliti dapat melakukan tiga kegiatan pengujian sekaligus, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (setara dengan analisis konfirmatori), pengujian model hubungan antar variabel laten (setara dengan analisis path), dan mendapatkan model yang bermanfaat untuk prediksi (setara dengan model struktural atau analisis regresi).

3.7. Pengujian Hipotesis dan Kriteria Penerimaan Hipotesis Penelitian

Dalam menentukan kriteria terbukti atau tidaknya hipotesis maka pengujian penelitian dapat memperhatikan nilai koefisien original sample dan nilai T-statistiknya.

1. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

$H_{01}; \beta_1 \leq 0$: *leverage* tidak berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

$H_{a1}; \beta_1 > 0$: *leverage* berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

$H_{02}; \beta_2 \leq 0$: *profitabilitas* tidak berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

$H_{a2}; \beta_2 > 0$:profitabilitasberpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

3. Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

$H_{03}; \beta_3 \leq 0$:leverage tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

$H_{a3}; \beta_3 > 0$:leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

4. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

$H_{04}; \beta_4 \leq 0$:Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

$H_{a4}; \beta_4 > 0$:Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

5. Profitabilitasberpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

$H_{05}; \beta_5 \leq 0$: pengungkapan tanggung jawab sosial tidak berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

$H_{a5}; \beta_5 > 0$:pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

6. Ukuran perusahaanberpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

$H_{06}; \beta_6 \leq 0$: ukuran perusahaan tidak berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

$H_{a6}; \beta_6 > 0$: ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba.

7. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan.

$H_{07}; \beta_7 \leq 0$: ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan.

$H_{a7}; \beta_7 > 0$: ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan.

8. Ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

$H_{08}; \beta_8 \leq 0$: ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan tidak berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

$H_{a8}; \beta_8 > 0$: ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Penelitian ini dilakukan pada industri manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012. Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*, sampel penelitian yang terpilih yaitu sebanyak 105 perusahaan. Sampel yang dipilih selanjutnya digunakan untuk analisis data dan pengujian hipotesis. Distribusi sampel dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1
Distribusi Sampel

No.	Keterangan	Jumlah
1	perusahaan manufaktur yang selama 3 tahun berturut-turut (2010-2012) tidak pernah di-delist	76
2	perusahaan yang memiliki laba negatif selama periode pengamatan	-27
3	perusahaan yang datanya tidak lengkap selama periode pengamatan	-14
jumlah sampel		35
jumlah sampel selama 3 tahun		105

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas variabel-variabel penelitian. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi kecuali variabel dummy.

Rata-rata merupakan nilai dari KOEFISIEN RESPON LABA, DER, DAR, GPM, NPM, ROE, ROA, SIZE, CSRD, TIME, RA, OA, EP, GEPS, GEAT, dan GSALES ketika berada pada kondisi yang stabil. Nilai maksimum adalah nilai tertinggi dari indikator variabel yang dapat dicapai selama 3 tahun. Nilai minimum adalah nilai terendah dari indikator variabel yang dapat dicapai selama 3 tahun. Standar deviasi adalah suatu nilai yang menunjukkan variasi, penyimpangan, atau sebaran data dari indikator variabel yang diukur. Semakin tinggi standar deviasi suatu data maka penyebarannya dari nilai tengah juga besar. Hal tersebut menunjukkan adanya nilai-nilai ekstrim baik yang tinggi maupun yang rendah karena data yang ada bersifat heterogen / lebih bervariasi. Sebaliknya, jika standar deviasi lebih rendah daripada nilai rata-ratanya, maka sebaran datanya memiliki variasi yang lebih rendah atau homogen.

Tabel 4.2
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Variabel dependen					
KOEFISIEN RESPON LABA	105	-1.78	1.23	.0424	.46703
Variabel independen					
DER	105	.00	4.29	.8118	.76077
DAR	105	.00	.82	.3844	.21021
GPM	105	.04	7.25	.3035	.69913
NPM	105	.00	.39	.0931	.07771
ROE	105	.00	1.22	.2181	.20888
ROA	105	.00	.85	.1247	.12398
SIZE	105	25.08	35.23	28.7974	2.03625
Variabel Intervening					
CSR	105	.00	.77	.1612	.17036
TIME	105	.00	1.00	.8095	.39456
Variabel kontrol					
RA	105	.00	1.00	.5714	.49725
OA	105	3.00	4.00	3.3238	.47017
EP	105	.00	14.84	1.4835	1.57136
GEPS	105	-.97	13.82	.4382	1.59395
GEAT	105	-.96	13.84	.4682	1.55979
GSALES	105	-.28	.80	.1878	.18601
Valid N (listwise)	105				

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 4.2, rata-rata dari koefisien respon laba 0,0424. Nilai maksimum dicapai oleh PT HM Sampoerna, Tbk sebesar 1,23. Nilai minimum -1,78 dicapai oleh PT Mandom Indonesia, Tbk. Standar deviasi 0,46703 lebih besar dari rata-ratanya, artinya sebaran data koefisien respon laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI bersifat heterogen.

Leverage merefleksikan kemampuan perusahaan dalam menggunakan utang untuk membiayai investasi. Komponen *leverage* adalah DER dan DAR. Ketika nilai DER sudah terlalu tinggi, artinya biaya modal perusahaan tidak lagi minimum. Dari data diatas nilai rata-rata DER 0,8118. Nilai maksimum 4,29 dicapai oleh PT Pan Brothers Tex, Tbk. Nilai minimum 0,00 oleh PT Kalbe Farma, Tbk. DAR memiliki nilai rata-rata 0,3844. Nilai maksimum 0,82 kembali dicapai PT Pan Brother Tex, Tbk dan nilai minimum 0,00 dicapai oleh PT Kalbe Farma, Tbk. Secara umum sebaran data *leverage* bersifat homogen karena standar deviasi DER 0,76077 dan DAR 0,21021 lebih rendah dari rata-ratanya.

Nilai rata-rata GPM 0,3035 dengan nilai maksimum 7,25 dicapai oleh PT Delta Djakarta, Tbk dan nilai minimum 0,04 PT Alumindo Light Metal Industry, Tbk. Standar deviasi 0,69913 lebih besar dari nilai rata-ratanya, artinya sebaran data GPM variatif. Nilai rata-rata NPM 0,0931. Nilai maksimum 0,39 dicapai oleh PT Delta Djakarta, Tbk dan nilai minimum

0,00 dicapai oleh PT Fajar Surya Wisesa, Tbk; PT Langgeng Makmur Industri, Tbk; PT Multistrada Arah Sarana, Tbk; dan PT Unggul Indah Cahaya, Tbk. Standar deviasi 0,07771 lebih kecil dari rata-rata, artinya sebaran data NPM kurang variatif. Nilai rata-rata ROE 0,2181. Nilai maksimum 1,22 dicapai oleh PT Unilever Indonesia, Tbk. Nilai minimum 0,00 dicapai oleh PT Multistrada Arah Sarana, Tbk. Standar deviasi 0,20888 lebih kecil dari nilai rata-rata sehingga sebaran datanya kurang variatif. Nilai rata-rata ROA 0,1247. Nilai maksimum 0,85 dicapai oleh PT Indofood Sukses Makmur dan nilai minimum 0,00 dicapai oleh PT Fajar Surya Wisesa, Tbk; PT Langgeng Makmur Industri, Tbk; dan PT Multistrada Arah Sarana, Tbk. Sehingga secara umum sebaran data profitabilitas tidak variatif.

Nilai rata-rata ukuran perusahaan 0,287974. Nilai maksimum 35,23 dicapai oleh PT Pan Brothers Tex, Tbk dan nilai minimum 25,08 dicapai oleh PT Lionmesh Prima, Tbk. Standar deviasi 2,03625 kurang dari rata-rata sehingga sebaran data ukuran perusahaan adalah homogen.

Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki nilai rata-rata 0,1612. Nilai maksimum 0,77 dicapai oleh PT Asahimas Flat Glass, Tbk dan nilai minimum 0,00 dicapai oleh PT Akasha Wira Internasional, Tbk; PT Akumindo Light Metal Industri, Tbk; PT Charoen Pokphand Indonesia, Tbk; PT Delta Djakarta, Tbk; PT Jaya Pari Steel, Tbk; Kabelindo Murni, Tbk; PT Kedawung Setia Industrial, Tbk; PT Langgeng Makmur

Industrial, Tbk; PT Lion Metal Works, Tbk; PT Lionmesh Prima, Tbk; PT Mandom Indonesia, Tbk; PT Multistrada Arah Sarana, Tbk; PT Pan Brothers Tex, Tbk; dan PT Pelangi Indah Canindo, Tbk. Standar deviasi 0,17036 lebih kecil dari rata-rata sehingga sebaran data pengungkapan tanggung jawab sosial masih rendah.

Ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan memiliki rata-rata 0,8095. standar deviasi 0,39456 lebih kecil dari rata-rata sehingga ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan memiliki sebaran data homogen.

4.3. Uji Outer Model

Outer model adalah model pengukuran yang menghubungkan indikator dengan variabelnya, yaitu DER dan DAR terhadap *leverage*; GPM, NPM, ROE, dan ROA terhadap profitabilitas; CSRI terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; logaritma natural total asset terhadap ukuran perusahaan; dan TIME terhadap pengungkapan laporan keuangan tahunan.

4.3.1. Outer Model Reflektif

4.3.1.1. Uji Validitas

Nilai average variance extracted (AVE) > 0,50 berarti konstruk valid.

Tabel 4.3

Result for Average Variance Extracted

	AVE
CSR	1.000000
KOEFISIEN RESPON LABA	1.000000
Growth	0.306498
Leverage	0.914070
Op_Auditor	1.000000
Pers_Laba	1.000000
Profit	0.557295
Rep_Auditor	1.000000
Size	1.000000
Timelines	1.000000

Sumber : data sekunder diolah, 2014

Nilai AVE pengungkapan tanggung jawab sosial, koefisien respon laba, leverage, opini auditor, persistensi laba, profitabilitas, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan lebih besar daripada 0,50. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tanggung jawab sosial, koefisien respon laba, leverage, opini auditor, persistensi laba, profitabilitas, reputasi

auditor, ukuran perusahaan, dan ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan adalah valid. Sementara variabel pertumbuhan laba sebagai variabel kontrol memiliki nilai AVE kurang dari 0,50. Berarti indikator dari pertumbuhan laba kurang tepat dalam menjelaskan nilai pertumbuhan laba itu sendiri sehingga data pertumbuhan laba kurang valid.

4.3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan composite reliability yang nilainya harus lebih besar dari 0,70 maka variabel laten (konstruk) dianggap reliable (dapat dipercaya) hasilnya.

Tabel 4.3

Result for Composite Reliability

	Composite Reliability
CSRD	1.000000
KOEFISIEN RESPON LABA	1.000000
Growth	0.284204
Leverage	0.955100
Op_Auditor	1.000000
Pers_Laba	1.000000
Profit	0.822218
Rep_Auditor	1.000000
Size	1.000000

Timelines	1.000000
------------------	----------

Sumber : data sekunder diolah, 2014

Nilai composite reliability dari pengungkapan tanggung jawab sosial, koefisien respon laba, leverage, opini auditor, persistensi laba, profitabilitas, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan . 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel atau dapat dipercaya. Sementara nilai composite reliability dari pertumbuhan laba , 0,70. Artinya data pertumbuhan laba belum dapat dipercaya. Bisa jadi hal ini karena proksi pertumbuhan laba masih perlu ditambahkan.

4.3.2. Outer Model Formatif

Karena konstruk formatif pada dasarnya merupakan hubungan regresi dari indikator ke konstruk, maka cara menilainya adalah dengan melihat nilai koefisien regresi (*original simple estimate*) dan signifikansi (T-statistik > T-hitung 1,64) dari koefisien regresi tersebut.

Tabel 4.4
Results for Outer Weight

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
CSRD <- CSRD	1.000000	1.000000	0.000000		
DAR <- Leverage	0.967359	0.954440	0.088497	0.088497	10.930996
DER <- Leverage	0.944647	0.939320	0.047139	0.047139	20.039621
EP <- Pers_Laba	1.000000	1.000000	0.000000		
KOEFISIEN RESPON LABA<- KOEFISIEN RESPON LABA	1.000000	1.000000	0.000000		
GEAT <- Growth	0.008759	0.498557	0.426826	0.426826	0.020521
GEPS <- Growth	-0.057047	0.451592	0.458545	0.458545	0.124409
GPM <- Profit	0.277972	0.455632	0.250766	0.250766	1.108493
GSALES <- Growth	0.957164	0.662353	0.417486	0.417486	2.292687
NPM <- Profit	0.766643	0.773347	0.083532	0.083532	9.177794
OA <- Op_Auditor	1.000000	0.990000	0.141067	0.141067	7.088812
RA <- Rep_Auditor	1.000000	1.000000	0.000000		
ROA <- Profit	0.920525	0.916026	0.040862	0.040862	22.527898
ROE <- Profit	0.846643	0.844069	0.056728	0.056728	14.924470

SIZE <- Size	1.000000	1.000000	0.000000		
TIME <- Timelines	1.000000	1.000000	0.000000		

Sumber : data sekunder diolah, 2014

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, terlihat bahwa DAR dan DER memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam membentuk variabel *leverage*. DAR dan DER secara berturut-turut memiliki nilai T-statistik 10,930996 > T-hitung 1,64 dan T-statistik 20,039621 > T-hitung 1,64.

Selanjutnya, GPM, NPM, ROA, dan ROE adalah indikator yang membangun variabel profitabilitas. GPM cukup memberikan pengaruh yang positif namun tidak signifikan dalam membangun variabel profitabilitas karena T-statistik 1.108493 < T-hitung 1,64. Sementara NPM dalam membangun variabel profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan karena T-statistik 9.177794 > T-hitung 1,64. ROA memiliki T-statistik 22.527898 > T-hitung 1,64 sehingga ROA memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam membangun variabel profitabilitas. Terakhir, ROE memiliki pengaruh yang juga positif dan signifikan karena T-statistik 14.924470 > T-hitung 1,64.

GEAT dalam membentuk variabel pertumbuhan laba (variabel kontrol) memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan karena T-statistik 0,020521 < T-hitung 1,64. GSALES memiliki pengaruh yang positif signifikan dalam membentuk variabel pertumbuhan laba karena T-statistik 2,292687 > T-hitung 1,64. Indikator GEPS dihilangkan dalam

penelitian ini karena memiliki nilai original sampel negatif, artinya indikator ini tidak mampu membentuk variabel pertumbuhan laba.

Indikator OA dalam membentuk variabel opini auditor memiliki pengaruh positif signifikan karena memiliki Tstatistik $7,088812 > T\text{-hitung } 1,64$.

4.4. Uji Inner Model

Inner model adalah model struktural yang menghubungkan antar variabel laten, yaitu variabel leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, *pengungkapan tanggung jawab sosial*, ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan, dan koefisien respon laba. Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antar konstruk, nilai signifikansi, dan R-square dari model penelitian.

Tabel 4.5
Nilai R-square

	R Square
CSRD	0.276100
KOEFISIEN RESPON LABA	0.133510
Growth	
Leverage	
Op_Auditor	
Pers_Laba	
Profit	
Rep_Auditor	

Size	
Timelines	0.206905

Sumber : data sekunder diolah, 2014

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai R-square *pengungkapan tanggung jawab sosial* perusahaan manufaktur periode 2010-2012 adalah 0,276100, artinya variabel leverage dan profitabilitas dengan dikendalikannya reputasi auditor mampu menjelaskan variabel *pengungkapan tanggung jawab sosial* sebesar 27, 61 persen, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Begitu juga dengan R-square ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan yaitu sebesar 0,206905, berarti bahwa variabel ukuran perusahaan dengan dikendalikannya variabel opini auditor sebagai variabel kontrol mampu menjelaskan ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan sebesar 20,69 persen, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sementara untuk koefisien respon laba, nilai R-squarenya adalah 0,133510. Arti dari nilai ini adalah variabel leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, *pengungkapan tanggung jawab sosial*, dan ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan dengan dikendalikannya persistensi laba dan pertumbuhan laba sebagai variabel kontrol mampu menjelaskan variabel koefisien respon laba sebesar 13,35 persen, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Semakin besar angka R-square

menunjukkan semakin besar variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel dependen, sehingga semakin baik persamaan struktural.

Berikut ini adalah perhitungan inner model dari data yang diperoleh dengan menggunakan PLS:

Tabel 4.6
Results for Inner Weight

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
CSRD ->KOEFSIEN RESPON LABA	0.231162	0.244835	0.120655	0.120655	1.915891
Growth ->KOEFSIEN RESPON LABA	0.060372	0.068798	0.179180	0.179180	0.336933
Leverage -> CSRD	-0.037551	-0.030879	0.083783	0.083783	0.448189
Leverage ->KOEFSIEN RESPON LABA	0.113659	0.106524	0.142809	0.142809	0.795882
Op_Auditor -> Timelines	0.099019	0.098313	0.078860	0.078860	1.255631
Pers_Laba - >KOEFSIEN RESPON LABA	0.029075	-0.003058	0.175580	0.175580	0.165596
Profit -> CSRD	0.137192	0.141508	0.073571	0.073571	1.864761
Profit ->KOEFSIEN RESPON LABA	0.101985	0.076477	0.144733	0.144733	0.704644
Rep_Auditor -> CSRD	0.445823	0.459173	0.067474	0.067474	6.607335
Size ->KOEFSIEN RESPON LABA	0.167536	0.170102	0.084616	0.084616	1.979947
Size -> Timelines	0.448951	0.452346	0.065292	0.065292	6.875999

Timelines - >KOEFSIEN RESPON LABA	-0.097842	-0.091199	0.079836	0.079836	1.225546
---	-----------	-----------	----------	----------	----------

Sumber : data sekunder diolah, 2014

Hasilnya dapat diinterpretasikan dengan melihat koefisien original sample (O) pada *results for inner weight* yang menunjukkan hubungan antara variabel yang dihipotesiskan. Kemudian melakukan uji statistik dengan membandingkan antara T-hitung (T statistik dari *result for inner weight*) dengan T-tabel dimana signifikansi yang digunakan dalam perhitungan ini adalah 0,05 (T-statistik > T-hitung 1,64). Jika koefisien *original sample* menunjukkan arah yang sama terhadap hubungan antar variabel yang dihipotesiskan dan T-statistik > T-tabel 1,64 maka dapat disimpulkan penelitian ini didukung oleh data yang ada.

Pengaruh *leverage* terhadap koefisien respon laba memiliki koefisien *original sample* 0,113659 dengan T-statistik 0,795882 < T-hitung 1,64. Artinya hipotesis pertama tidak didukung oleh data yang ada, karena hasilnya leverage berpengaruh positif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba. Pengaruh profitabilitas terhadap koefisien respon laba memiliki *original sample* 0,101985 dengan T-statistik 0,704644 < T-hitung 1,64. Jadi hipotesis kedua didukung oleh data karena artinya profitabilitas memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba. Pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap koefisien respon laba memiliki koefisien *original sample* 0,231162 dengan T-statistik 1,915891 > T-

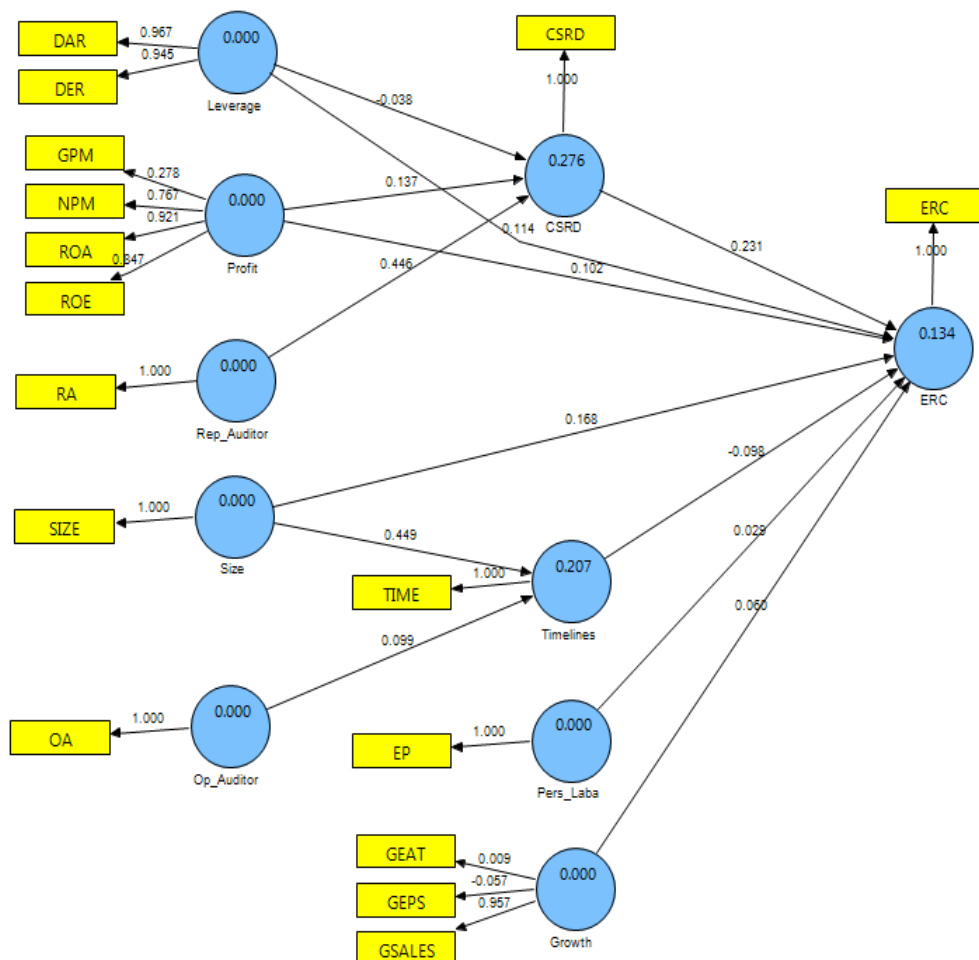
hitung 1,64. Pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki hubungan yang positif signifikan terhadap koefisien respon laba, sehingga hipotesis kelima didukung oleh data yang ada. Nilai koefisien *original sample* ukuran perusahaan terhadap koefisien respon laba 0,167536 dengan T-statistik $1,979947 > t\text{-hitung } 1,64$. Hipotesis keenam didukung oleh data yang ada karena hasilnya ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba. Ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan perusahaan memiliki koefisien *original sample* -0,097842 terhadap koefisien respon laba dengan T-statistik $1,225546 < T\text{-hitung } 1,64$, sehingga hipotesis ke delapan tidak didukung oleh data yang ada karena ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan terhadap koefisien respon laba memiliki pengaruh yang negatif tidak signifikan.

Koefisien *original sample leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial -0,037551 dengan T-statistik $0,448189 < T\text{-hitung } 1,64$. Hal ini menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hipotesis ketiga didukung oleh data yang ada. Sebaliknya koefisien *original sample* profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial 0,137192 dengan T-statistik $1,864761 > T\text{-hitung } 1,64$ yang artinya hipotesis keempat didukung oleh data yang ada bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan memiliki koefisien *original sample* 0,448951 dengan T-statistik 6,875999 > T-hitung 1,64 artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap ketepatan waktu pengungkapan laporan keuangan tahunan perusahaan sehingga hipotesis ketujuh didukung oleh data yang ada. Adapun hasil pengujian model terlihat seperti gambar di bawah ini:

Gambar 4.7

Results for Inner Model



4.5. Pembahasan

4.5.1. Pengaruh Leverage terhadap Koefisien Respon Laba

Berdasarkan pada tabel 4.6, terlihat angka koefisien *original sample estimate leverage* terhadap koefisien respon laba bernilai 0,113659 dengan T-statistik $0,795882 < T\text{-hitung } 1,64$. Hasil ini membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba.

Hipotesis pertama tidak didukung data.

Semakin besar nilai *leverage* semakin tinggi koefisien respon laba pada perusahaan sampel. Hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Delvira dan Nelvirita (2013), Imroatussolihah (2013), dan Murwaningsari (2008) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba. Perusahaan yang tingkat *leverage*-nya tinggi artinya memiliki hutang yang lebih besar dibandingkan modal. Alasan logis yang mendasari hasil penelitian pada periode 2010-2012 sektor manufaktur ini adalah perusahaan yang memiliki hutang lebih besar daripada modal sendiri merupakan perusahaan - perusahaan dengan sektor usaha yang prospektif. Hutang digunakan perusahaan untuk melakukan ekspansi usaha. Mempertimbangkan besarnya laba perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya, investor memiliki keyakinan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut memiliki laba yang sebanding dengan tingkat bunga pinjaman. Sehingga semakin tinggi, semakin positif respon investor terhadap saham perusahaan.

Disisi lain penelitian ini menunjukkan bahwa pada periode penelitian terjadi efek *corporate tax shield*. Hal ini disebabkan karena dalam kondisi pasar sempurna dan ada pajak, pada umumnya bunga yang dibayarkan oleh perusahaan akibat adanya hutang dapat dipergunakan untuk mengurangi penghasilan yang dikenakan pajak atau *tax deductible*. Besarnya bunga berbanding lurus dengan besarnya *leverage*. Karena menghemat membayar pajak merupakan manfaat bagi pemilik perusahaan maka, semakin tinggi *leverage* semakin tinggi nilai perusahaan.

4.5.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Koefisien Respon Laba

Variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba dengan nilai koefisien *original sample estimate* sebesar 0,101985 dan nilai T-statistik 0,704644. **Artinya, hipotesis kedua tidak didukung oleh data.** Temuan tersebut memberikan makna bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan manufaktur, semakin meningkatkan korelasi antara *return* saham dengan laba perusahaan. Melihat hal tersebut, investor menilai baik kualitas laporan keuangan perusahaan, sehingga investor akan memberikan respon positif.

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang yaitu perusahaan memiliki prospek usaha yang baik di masa yang akan datang yang artinya posisi

stockholders semakin kuat. Sehingga kondisi ini akan mampu menarik investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan maupun memberikan kepercayaan kepada investor atas modal yang telah ditanamkan.

Hasil penelitian yang sejalan dengan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap koefisien respon laba perusahaan sesuai dengan temuan empiris Chudri, Arfan, dan Darwanis (2013), dan Arfan dan Antasari (2008).

Perusahaan yang menguntungkan mampu menyelesaikan operasi yang sedang dijalankan saat ini, yang diindikasikan dengan laba.

Dalam penelitian ini semua indikator membentuk konstruk profitabilitas, yaitu GPM, NPM, ROA, dan ROE. Hanya GPM yang memberikan pengaruh positif tidak signifikan karena $T\text{-statistik } 1,108493 < T\text{-hitung } 1,64$. Sementara NPM, ROA, dan ROE memberikan pengaruh positif signifikan dalam membentuk variabel profitabilitas. Penjelasan logis mengenai hal ini, investor mempertimbangkan semua indikator yang membentuk profitabilitas. Pada periode penelitian, dari keempat komponen profitabilitas, indikator GPM memiliki rata-rata tertinggi dari indikator lainnya dan indikator NPM memiliki rata-rata terendah (lihat Tabel 4.2). Namun pengaruh indikator GPM dalam membentuk variabel profitabilitas tidak signifikan. Artinya pengaruh profitabilitas terhadap koefisien respon laba positif tidak signifikan karena fokus pertimbangan

investor untuk pengambilan keputusan pada NPM, ROA, dan ROE. Investor perusahaan manufaktur tahun 2010-2012 masih mengharapkan NPM yang lebih besar untuk mempercayakan modal mereka.

4.5.3. Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial

Original sample estimate leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial bernilai -0,037551 dengan T-statistik $0,448189 < T\text{-hitung } 1,64$. Hasil ini membuktikan bahwa leverage berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan perusahaan manufaktur 2010-2012. **Jadi hipotesis tidak ketiga didukung oleh data.**

Semakin tinggi *leverage*, semakin sedikit pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Wardani dan Januartanti (2013) dan Sutanto dan Fajarini (2010).

Sesuai dengan *signaling theory*, perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial agar tidak menjadi sorotan *debtholders*. Pada periode penelitian ini *leverage* perusahaan manufaktur cukup rendah (lihat Tabel 4.2) sehingga mayoritas perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya pada laporan tahunan. Kewajiban perusahaan kepada *stockholders* lebih kuat daripada kewajiban perusahaan kepada *debtholders*, pada saat *leverage* rendah. Oleh sebab itu banyak perusahaan yang melakukan

pengungkapan tanggung jawab sosial untuk menguatkan ekspektasi investor kepada perusahaan.

4.5.4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial

Koefisien *original sample* profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial 0,137192 dengan T-statistik 1,864761 > T-hitung 1,64, artinya profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. **Hipotesis keempat didukung oleh data.** Hasil tersebut memberikan pengertian bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas, pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan semakin banyak. Artinya profitabilitas yang tinggi memberikan kesempatan yang lebih banyak kepada manajemen untuk melakukan upaya-upaya yang mendukung kegiatan utama perusahaan guna memperoleh legitimasi dari lingkungan sekitar.

Didukung dengan teori legitimasi, perusahaan mendapatkan legitimasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dianggap dapat membiayai kegiatan *corporate social responsibility*-nya. Pada saat profitabilitas tinggi, manajemen semakin memiliki motivasi untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial agar mendapatkan legitimasi dari *stakeholders*.

Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif signifikan antara profitabilitas dengan tanggung jawab sosial sejalan dengan

penelitian empiris yang dilakukan oleh Wahyu dan Apriwenni (2012) yang mengatakan perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan memiliki perhatian yang besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini juga sejalan dengan Wardani dan Januarti (2013 dan Susanto dan Fajarini (2010)

4.5.5. Pengaruh Pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap Koefisien Respon Laba

Koefisien nilai *original sample* pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap koefisien respon laba 0,231162 dengan T-statistik 1,915891 > T-hitung 1,64. Artinya pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap koefisien respon laba. **Sehingga hipotesis kelima didukung oleh data.** Temuan tersebut memberi makna bahwa semakin banyak tanggung jawab sosial yang diungkap dalam laporan keuangan tahunan, semakin baik respon yang diberikan oleh pemegang saham. Ini artinya pada periode 2010-2012 pada sektor industri manufaktur, investor memberikan apresiasi terhadap perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan menjadikannya salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan, selain profitabilitas.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Penelitian ini

sejalan dengan *legitimacy teori*. Pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap koefisien respon laba yang positif signifikan sejalan dengan penelitian Utamaningtyas dan Ahalik (2010), Murwaningsari (2008), dan Daud dan Syarifudin (2008).

4.5.6. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba

Koefisien original sample ukuran perusahaan terhadap koefisien respon laba 0,167536 dengan T-statistik 1,979947 > T-hitung 1,64. Hasil ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba perusahaan manufaktur periode 2010-2012. **Hipotesis keenam didukung oleh data.**

Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi nilai koefisien respon laba. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rofika (2013) yang menyatakan bahwa pada perusahaan besar, informasi tersedia sepanjang tahun. Pemodal menginterpretasikan laporan keuangan perusahaan dengan lebih baik karena informasi tersebut membantu mengurangi ketidakpastian. Saat informasi laba diumumkan, secara umum investor akan memberikan respon positif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, selama periode penelitian investor memperoleh manfaat dari informasi yang disediakan perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin banyak informasi yang tersedia, semakin *qualified* bahan pertimbangan investor untuk mengambil keputusan.

4.5.7. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Ketepatan Waktu Pengungkapan Laporan Tahunan

Hasil pengujian hubungan ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu pengungkapan laporan tahunan berpengaruh positif signifikan terlihat dari koefisien *original sample*-nya 0,448951 dengan T-statistik 6,875999 > T-hitung 1,64. **Artinya hipotesis ketujuh didukung oleh data.** Temuan tersebut memberikan makna semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak perusahaan yang mengungkapkan laporan tahunan tepat waktu. Artinya perusahaan besar lebih konsisten untuk tepat waktu dibanding perusahaan kecil dalam menginformasikan laporan tahunannya. Alasan logis untuk menjelaskan hal tersebut adalah karena perusahaan besar banyak disorot oleh masyarakat.

Perusahaan besar mempunyai pengetahuan lebih tentang peraturan yang ada. Oleh karena itu perusahaan besar lebih mentaati peraturan mengenai ketepatan waktu dibanding perusahaan kecil. Hasilnya menemukan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap ketepatan waktu pelaporan.

Hasil penelitian yang menemukan adanya pengaruh positif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan sejalan dengan penelitian empiris yang dilakukan oleh Herlyaminda, Arfan, dan Darwanis (2013) yang menyatakan bahwa Semakin besar perusahaan maka kemungkinan keterlambatan pelaporan keuangan semakin kecil. Hasil yang sama ditunjukkan dalam penelitian Pamudji (2013) dan Murwaningsari (2008).

4.5.8. Pengaruh Ketepatan Waktu Penginformasian Laporan Tahunan terhadap Koefisien Respon Laba

Pengaruh ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan terhadap koefisien respon laba memiliki nilai *original sample estimate* -0,097 dengan T-statistik $1,225546 < T\text{-hitung } 1,64$. Hasil ini membuktikan bahwa ketepatan waktu penginformasian laporan keuangan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba pada perusahaan manufaktur 2010-2012. **Hipotesis kedelapan tidak didukung oleh data yang ada.**

Penelitian ini menunjukkan bahwa penghargaan pasar terhadap ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan masih biasa. Hal yang logis untuk menjelaskan hal ini adalah karena pemegang saham menilai perusahaan yang menginformasikan laporan tahunan tepat waktu menggambarkan kondisi perusahaan yang baik. Namun fakta ini tidak meningkatkan nilai koefisien respon laba. Artinya keputusan investor

tidak terpengaruh hanya karena laporan tahunan diungkapkan tepat waktu.

Pengaruh ketepatan waktu pengungkapan laporan tahunan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Murwaningsari (2008) dan Daud dan Syarifuddin (2008) yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan dengan koefisien respon laba.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan PLS pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012 dan pembahasan sebagaimana telah disajikan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian dengan PLS diketahui secara statistik bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba.

2. Berdasarkan hasil pengujian dengan PLS diketahui secara statistik bahwa *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *pengungkapan tanggung jawab sosial*.
3. Berdasarkan hasil pengujian dengan PLS diketahui secara statistik bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif signifikan terhadap *pengungkapan tanggung jawab sosial*.
4. Berdasarkan hasil pengujian dengan PLS diketahui secara statistik bahwa *pengungkapan tanggung jawab sosial* berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba.
5. Berdasarkan hasil pengujian dengan PLS diketahui secara statistik bahwa *ukuran perusahaan* berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba.
6. Berdasarkan hasil pengujian dengan PLS diketahui secara statistik bahwa *ukuran* berpengaruh positif signifikan terhadap ketepatan waktu *pengungkapan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012*.
7. Berdasarkan hasil pengujian dengan PLS diketahui secara statistik bahwa *ketepatan waktu pengungkapan laporan tahunan* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba.

5.2. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, pengujian hipotesis, pembahasan dan kesimpulan, diimplikasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Bagi BAPEPAM dan penyusun SAK penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk mengembangkan, mengubah, menambah dan menjelaskan standar akuntansi yang berlaku untuk menciptakan pasar modal yang efisien.
2. Bagi Emiten, Investor dan Profesi Akuntans, penelitian ini diharapkan dapat memudahkan investor dalam mengambil keputusan.

5.3. Keterbatasan

Sebagaimana lazimnya suatu penelitian empiris, hasil penelitian ini juga mengandung beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ketepatan waktu penginformasian laporan tahunan.
2. Penggunaan *checklist* mengakibatkan kesulitan membedakan kualitas ungkapan sukarela antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya.

3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan-perusahaan manufaktur sehingga generalisasi hasil temuan dan rekomendasi penelitian ini kurang dapat diberlakukan untuk obyek penelitian di luar perusahaan manufaktur.
4. Penelitian mengenai koefisien respon laba sebenarnya merupakan penelitian runtut waktu yang memerlukan kurun waktu amatan yang cukup panjang untuk memperoleh koefisien respon laba sedangkan pengamatan yang dilakukan hanya tiga periode.

5.4. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti tidak hanya sektor manufaktur saja, tetapi sektor lainnya seperti sektor keuangan, sektor konstruksi, transportasi, dan lain-lain dengan menggunakan tahun yang lebih baru dan periode yang lebih lama untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Penelitian selanjutnya agar menambahkan proksi *pengungkapan tanggung jawab sosial* lainnya seperti profil industri, *corporate*

governance, ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, dan struktur kepemilikan.

3. Ukuran perusahaan tidak hanya diproksikan dengan total asset, bisa ditambahkan indikator lain seperti penjualan bersih dan kapitalisasi pasar.
4. Penelitian selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel lain seperti risiko sistematis, akuntansi konservatif, *default risk*, dan kesempatan bertumbuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, Sri. 2008. Earning Response Coefficient. *Jurnal Akuntansi (online)*. Vol. 7 No. 2. Hal 128-134
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang. Edisi 3. Semarang: Universitas Diponegoro
- Chudri, I. R., Muhammad Arfan, dan Darwanis. 2013. Pengaruh Persistensi Laba dan Laba Bersih terhadap Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi Sekolah Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala*, Mei 2013, Vol. 2, No. 2, pp. 72 – 79.
- Chuzairi, ahmad. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI 2013.
- Daud, Rulfah M. dan Nur Afni Syarifuddin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Timeliness*, dan *Debt to Equity Ratio*

- terhadap *Earning Response Coefficient*. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi, Januari 2008, Vol. 1, No. 1, hal 82 – 101.
- Delvira, Maisil dan Nelvirita. 2013. Pengaruh Resiko Sistematis, *Leverage*, dan Persistensi Laba terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). *Jurnal WRA*, April 2013, Vol. 1, No. 1.
- Diantimala, Yossi. 2008. Pengaruh Akuntansi Konservatif, Ukuran Perusahaan, dan *Default Risk* terhadap Koefisien Respon Laba (ERC). *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, Januari 2008, Vol. 1, No. 1, Hal. 102 – 122.
- Fajarini, Indah dan Agus Susanto. (2010).
- Fitri, Laila. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, dan Profitabilitas terhadap *Earning Response Coefficient* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2008 – 2011). *EjournalUNP.ac.id*, Vol. 1, No. 1.
- Global Reporting Initiative. 2010. <http://www.globalreporting.org/AboutGRI/>.
- Herlyaminda, E., Muahmmad Arfan, dan Darwanis. 2013. Pengaruh *Financial Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala*, Mei 2013, Vol. 2, No. 2, pp. 34 – 43.
- Hidayati, Naila N. dan Murni, Sri. 2009. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap *Earning Response Coefficient* pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. April 2009. Vol. 11, No. 1; 1-18
- Horne, J. C. dan Wachowicz, J. J. 2009. *Prinsip-Prinsip Manajemen keuangan* (edisi indonesia). Jakarta: salemba empat.
- Imroatussolihah, Ely. 2013. Pengaruh Resiko, *Leverage*, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba, dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient* pada Perusahaan *High Profile*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Januari 2013, Vol. 1, No. 1.

- Jayanti, Erny Dwi. 2013. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Jogiyanto, H. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Jogjakarta: BPFE Yogyakarta.
- Lako, Andreas. 2010. *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Madura, Jeff (2007). **Pengantar Bisnis**. Buku Dua. Jakarta: Salemba Empat.
- Murwaningsih, Etty. 2008. *Pengujian Simultan: Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC)*. Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.
- Pradipta, Dyah Hayu dan Anna Purwaningsih. 2011. *Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Terhadap Earning Response Coefficient (ERC), dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage sebagai Variabel Kontrol*. <http://sna.akuntansi.unikal.ac.id/makalah/069-CG-35.pdf> diakses pada 12 Januari 2014 jam 15.00 WIB.
- Prawironegoro, D. 2006. *Manajemen keuangan*. Jakarta Timur: Diadit Media.
- Riyanto, B. 1995. *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Robey, D. and Sales A. C. 1994. *Designing Organization* (Fourth Edition). United States of Amerika.
- Rofika. 2013. Pengaruh Resiko Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient*. *Pekbis Jurnal*, Juli 2013, Vol. 5, No. 2, pp. 93 – 100.
- Rudito, Bambang dan Melia Famiola. 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung-jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi. 2007. Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap ERC: Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar Pada BEJ. *Simposium Nasional Akuntansi X Makasar (online)*.
- Scott, W. R., 2006. *Financial Accounting Theory*. Ontario: Pearson Prentice Hall.

- Scott, William R. 2003. *Financial Accounting Theory*. Toronto: Prentice hall.
- Suad, Husnan. 2005. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Sukirman, Fransiska dan Carmel Meiden.(2012). *Pengaruh SCR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2007 – 2009*. Vol. 1, No. 1, ISSN : 2089-7219.
- Suwardjono.(2005). *Teori Akuntansi*.Jogjakarta: BPFE Yogyakarta.
- Suwardjono. 2008. *Teori Akuntansi Perkayasaan Pelaporan Keuangan*, Edisi Ketiga, BPFE UGM, Yogyakarta
- Titisari, K.H., E. Suwardi, dan D. Setiawan. 2010. *Corporate Social Responsibility (CSR)*
- Utaminingtyas, Tri Hesti dan Ahalik. 2010. *The Relationship between Corporate Social Responsibility and Earnings Response Coefficient: Evidence from Indonesian Stock Exchange*. Oxford Business &Economics conference Program.
- Wahyu, Ika dan Prima Apriwenni. (2012). *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia(BEI) Periode 2007-2009*. Vol. 1, No. 1, Hal. 43 – 59. ISSN : 2089-7219.
- Wardani, Nurul Kusuma dan Indira Januarti.2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 – 2011)*.Diponegoro *Journal of Accounting*, 2013, Vol. 2, No. 2, hal 1 – 15.
- Wild, J. J., K. R. Subramanyam, and Robert F. H. 2005. *Financial statement analysis* (8th edition) Jakarta: Salemba Empat.

No.	Indeks	Nama Perusahaan
1	ADES	PT Akasha Wira International Tbk
2	ALMI	PT Alumindo Light Metal Industry Tbk
3	ARNA	PT Arwana Citramulia Tbk
4	AFMG	PT Asahimas Flat Glass Tbk
5	ASII	PT Astra Internasional Tbk
6	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
7	BRNA	PT Berlina Tbk
8	CPIN	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk
9	CTBN	PT Citra Tubindo Tbk
10	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
11	ETWA	PT Eterindo Wahanatama Tbk
12	FASW	PT Fajar Surya Wisesa Tbk
13	GDYR	PT Goodyear Indonesia Tbk
14	HMSP	PT HM Sampoerna Tbk
15	INTP	PT Indocement Tunggal Perkasa Tbk
16	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
17	ICBP	PT Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk
18	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk
19	INDS	PT Indospring Tbk
20	JPFA	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk
21	JPRS	PT Jaya Pari Steel Tbk
22	KBLM	PT Kabelindo Murni Tbk
23	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk
24	KDSI	PT Kedawung Setia Industrial Tbk
25	LMPI	PT Langgeng Makmur Industri Tbk
26	LION	PT Lion Metal Works Tbk
27	LMSH	PT Lionmesh Prima Tbk

Lampiran

Lampiran 1

28	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk		
29	MASA	PT Multistrada Arah Sarana Tbk		
30	PBRX	PT Pan Brothers Tex Tbk		
31	PICO	PT Pelangi Indah Canindo Tbk		
32	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk		
No.	Indeks	UFI	GAR	ERC
33	SESM	PT Selamat Sempurna Tbk		
34	UNIC	PT Unggul Indah Cahaya Tbk		
35	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk		

		2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
1	ADES	0,94	-0,2	2,22	-0,19	-0,32	-0,27	0,018	0,018	0,018
2	ALMI	0,67	0,12	-0,7	-1,02	-1,15	-1,10	0,052	0,052	0,052
3	ARNA	0,24	0,20	0,39	0,07	-0,06	-0,01	0,029	0,029	0,029
4	AFMG	3,91	0,02	0,03	0,09	-0,04	0,00	0,027	0,027	0,027
5	ASII	0,37	0,24	0,08	0,01	-0,12	-0,08	0,263	0,263	0,263
6	AUTO	0,48	-0,10	0,03	0,31	-0,10	-0,05	0,736	0,736	0,736
7	BRNA	0,71	0,15	0,24	0,14	0,01	0,06	0,213	0,213	0,213
8	CPIN	0,37	0,06	0,13	0,17	0,04	0,09	0,400	0,400	0,400
9	CTBN	0,30	1,73	0,31	0,04	-0,09	-0,04	-0,062	-0,062	-0,062
10	DLTA	0,10	0,04	0,43	0,18	0,05	0,10	-0,004	-0,004	-0,004
11	ETWA	2,65	0,91	-0,47	0,02	-0,11	-0,07	0,029	0,029	0,029
12	FASW	0,02	-0,52	-0,96	0,09	-0,04	0,01	0,090	0,090	0,090
13	GDYR	-0,36	-0,71	2,09	0,13	0,00	0,05	-0,002	-0,002	-0,002
14	HMSP	0,26	0,25	0,22	0,05	-0,08	-0,04	1,228	1,228	1,228
15	INTP	0,17	0,12	0,32	0,06	-0,07	-0,02	0,054	0,054	0,054
16	INDF	0,42	0,04	0,06	0,19	0,06	0,10	0,292	0,292	0,292
17	ICBP	0,58	0,16	0,10	0,12	-0,01	0,04	0,223	0,223	0,223
18	IMAS	2,80	0,81	0,01	0,03	-0,10	-0,06	0,036	0,036	0,036
19	INDS	0,19	0,72	0,11	0,24	0,11	0,16	-0,138	-0,138	-0,138
20	JPFA	0,50	-0,36	0,61	0,11	-0,02	0,02	0,088	0,088	0,088
21	JPRS	13,84	0,32	-0,74	0,14	0,01	0,06	0,007	0,007	0,007
22	KBLM	1,31	3,84	0,25	0,07	-0,06	-0,01	-0,020	-0,020	-0,020
23	KLBF	0,28	0,13	0,16	2,05	1,92	1,97	0,815	0,815	0,815
24	KDSI	0,61	0,40	0,56	0,05	-0,08	-0,03	0,539	0,539	0,539
25	LMPI	0,53	0,94	0,94	0,02	-0,11	-0,06	-0,259	-0,259	-0,259
26	LION	0,15	0,36	0,62	0,26	-0,10	-0,06	-0,649	-0,649	-0,649
27	LMSH	2,06	0,48	2,79	0,07	-0,06	-0,01	0,030	0,030	0,030
28	TCID	0,06	0,06	0,07	0,05	-0,08	-0,03	-1,779	-1,779	-1,779
29	MASA	-0,07	-0,53	-0,95	0,21	0,08	0,13	0,097	0,097	0,097
30	PBRX	0,07	1,02	0,25	0,14	0,01	0,06	-0,114	-0,114	-0,114
31	PICO	-0,05	0,05	-0,11	-0,20	-0,33	-0,28	-0,397	-0,397	-0,397
32	PSDN	-0,60	-0,01	0,10	-0,14	0,01	0,06	0,273	0,273	0,273
33	SMSM	0,18	0,41	0,10	0,06	-0,07	-0,03	-0,244	-0,244	-0,244
34	UNIC	0,93	0,50	-0,72	0,08	-0,05	-0,03	0,050	0,050	0,050
35	UNVR	0,11	0,36	0,16	0,14	0,02	0,06	-0,438	-0,438	-0,438

Lampiran 2

			DER			DAR		
NO.	Indeks		2010	2011	Profitabilitas	2010	2011	2012
1	ADES		225%	151%	86%	69%	60%	46%
2	ALMI		178%	217%	220%	64%	68%	69%
3	ARNA		110%	72%	55%	52%	32%	35%
4	AFMG		29%	25%	27%	22%	20%	21%
5	ASII		90%	80%	100%	50%	40%	50%
6	AUTO		40%	50%	60%	30%	30%	40%
7	BRNA		146%	153%	155%	59%	60%	61%
8	CPIN		40%	40%	50%	30%	30%	30%
9	CTBN		144%	70%	88%	59%	41%	47%
10	DLTA		20%	22%	25%	16%	18%	20%
11	ETWA		23%	44%	81%	43%	39%	54%
12	FASW		1%	1%	1%	0%	0%	0%
13	GDYR		45%	28%	11%	16%	10%	5%
14	HMSP		1%	1%	18%	50%	47%	49%
15	INTP		17%	15%	17%	15%	13%	15%
16	INDF		90%	70%	70%	50%	40%	40%
17	ICBP		40%	40%	50%	30%	30%	32%
18	IMAS		403%	154%	208%	80%	61%	68%
19	INDS		240%	80%	46%	71%	44%	32%
20	JPFA		110%	140%	140%	50%	50%	60%
21	JPRS		37%	30%	15%	27%	23%	13%
22	KBLM		77%	161%	173%	44%	62%	63%
23	KLBF		0%	2%	3%	0%	2%	2%
24	KDSI		80%	118%	110%	80%	54%	52%
25	LMPI		52%	68%	99%	34%	41%	50%
26	LION		17%	21%	17%	14%	17%	14%
27	LMSH		67%	71%	32%	40%	42%	24%
28	TCID		10%	11%	15%	9%	10%	13%
29	MASA		77%	156%	68%	43%	61%	40%
30	PBRX		429%	121%	143%	82%	55%	59%
31	PICO		2%	2%	2%	1%	1%	1%
32	PSDN		115%	104%	67%	53%	51%	40%
33	SMSM		88%	70%	76%	47%	41%	43%
34	UNIC		86%	99%	78%	46%	50%	44%
35	UNVR		115%	185%	202%	53%	65%	67%

Lampiran 3

		GPM			NPM			ROE			ROA		
		2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
1	ADES	37%	38%	57%	15%	7%	17%	32%	21%	40%	10%	8%	21%
2	ALMI	6%	5%	4%	1%	1%	1%	8%	9%	2%	3%	3%	1%
3	ARNA	32%	31%	34%	10%	10%	14%	19%	20%	26%	9%	11%	17%
4	AFMG	27%	26%	25%	14%	13%	12%	18%	16%	14%	14%	12%	11%
5	ASII	20%	23%	22%	13%	13%	12%	29%	25%	28%	15%	14%	12%
6	AUTO	18%	17%	16%	22%	16%	14%	30%	23%	21%	22%	16%	13%
7	BRNA	22%	22%	21%	6%	6%	6%	16%	16%	16%	6%	6%	6%
8	CPIN	25%	22%	21%	15%	13%	12%	50%	40%	30%	30%	30%	20%
9	CTBN	27%	40%	37%	9%	25%	17%	17%	35%	24%	7%	20%	13%
10	DLTA	55%	70%	725%	39%	26%	29%	24%	26%	35%	18%	21%	28%
11	ETWA	8%	11%	13%	5%	8%	4%	7%	9%	9%	4%	5%	4%
12	FASW	19%	15%	12%	8%	3%	0%	16%	7%	0%	6%	3%	0%
13	GDYR	10%	7%	11%	4%	1%	3%	16%	5%	13%	6%	2%	5%
14	HMSF	29%	29%	28%	15%	15%	15%	63%	78%	75%	41%	42%	38%
15	INTP	50%	46%	48%	29%	26%	27%	27%	25%	27%	23%	22%	23%
16	INDF	32%	28%	27%	8%	7%	6%	19%	17%	14%	9%	10%	85%
17	ICBP	28%	26%	27%	9%	10%	10%	23%	21%	20%	15%	14%	14%
18	IMAS	13%	13%	12%	5%	6%	4%	36%	17%	15%	6%	6%	4%
19	INDS	20%	22%	20%	7%	10%	9%	31%	19%	12%	9%	11%	8%
20	JPFA	22%	16%	18%	7%	4%	6%	31%	17%	23%	14%	7%	9%
21	JPRS	13%	9%	6%	7%	6%	2%	9%	11%	3%	7%	9%	2%
22	KBLM	6%	8%	9%	1%	2%	2%	2%	8%	9%	1%	3%	3%
23	KLBF	50%	51%	48%	13%	14%	13%	22%	23%	24%	18%	18%	18%
24	KDSI	45%	12%	12%	12%	1%	2%	73%	8%	12%	3%	4%	6%
25	LMPI	18%	18%	17%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	0%
26	LION	45%	42%	40%	15%	19%	25%	15%	17%	23%	13%	14%	20%
27	LMSH	11%	11%	10%	4%	5%	18%	16%	19%	42%	9%	11%	32%
28	TCID	37%	36%	37%	9%	8%	8%	14%	14%	14%	13%	12%	12%
29	MASA	20%	17%	15%	7%	2%	0%	7%	3%	0%	4%	1%	0%
30	PBRX	11%	11%	12%	2%	3%	3%	21%	10%	17%	4%	5%	7%
31	PICO	14%	13%	13%	2%	2%	2%	7%	5%	6%	2%	2%	2%
32	PSDN	11%	10%	12%	3%	2%	2%	13%	12%	6%	6%	6%	4%
33	SMSM	24%	24%	25%	10%	10%	7%	29%	27%	17%	15%	18%	19%
34	UNIC	8%	8%	9%	1%	1%	0%	3%	4%	1%	1%	2%	1%
35	UNVR	52%	51%	51%	17%	18%	18%	84%	113%	122%	39%	40%	40%

Lampiran 5

NO.	Indeks	Ukuran Perusahaan
-----	--------	-------------------

		In total aktiva		
		2010	2011	2012
1	ADES	27	26	27
2	ALMI	28	28	28
3	ARNA	27	27	28
4	AFMG	28	29	29
5	ASII	32	33	33
6	AUTO	29	30	30
7	BRNA	27	27	27
8	CPIN	30	30	30
9	CTBN	29	29	29
10	DLTA	27	27	27
11	ETWA	27	27	28
12	FASW	29	29	29
13	GDYR	32	33	32
14	HMSP	31	31	31
15	INTP	30	31	31
16	INDF	31	32	32
17	ICBP	30	30	31
18	IMAS	30	30	30
19	INDS	27	28	28
20	JPFA	30	30	30
21	JPRS	27	27	27
22	KBLM	27	27	27
23	KLBF	30	30	30
24	KDSI	27	27	27
25	LMPI	27	27	27
26	LION	26	27	27
27	LMSH	25	25	26
28	TCID	28	28	28
29	MASA	29	29	30
30	PBRX	34	35	35
31	PICO	27	27	27
32	PSDN	27	27	27
33	SMSM	28	28	28
34	UNIC	29	29	29
35	UNVR	30	30	30

Lampiran 6

No.	Indeks	CSRI
-----	--------	------

		2010	2011	2012
1	ADES	0	0	0
2	ALMI	0	0	0,0641
3	ARNA	0,205	0,38462	0,33333
4	AFMG	0,256	0,30769	0,76923
5	ASII	0,385	0,5	0,41026
6	AUTO	0,154	0,57692	0,15385
7	BRNA	0,026	0,07692	0,16667
8	CPIN	0	0,11538	0,11538
9	CTBN	0,141	0,29487	0,48718
10	DLTA	0	0	0,08974
11	ETWA	0,128	0,11538	0,48718
12	FASW	0,218	0,21795	0,21795
13	GDYR	0,282	0,26923	0,34615
14	HMSP	0,256	0,19231	0,33333
15	INTP	0,218	0,16667	0,19231
16	INDF	0,192	0,34615	0,51282
17	ICBP	0,103	0,20513	0,51282
18	IMAS	0,064	0,08974	0,07692
19	INDS	0,038	0,07692	0,10256
20	JPFA	0,128	0,07692	0,29487
21	JPRS	0	0	0
22	KBLM	0	0	0,17949
23	KLBF	0,397	0,5	0,66667
24	KDSI	0	0	0,08974
25	LMPI	0	0	0,03846
26	LION	0	0	0
27	LMSH	0	0	0,0641
28	TCID	0	0,07692	0,32051
29	MASA	0	0,07692	0,19231
30	PBRX	0	0	0
31	PICO	0	0	0
32	PSDN	0,026	0,0641	0,07692
33	SMSM	0,128	0,12821	0,08974
34	UNIC	0,115	0,15385	0,17949
35	UNVR	0,244	0,26923	0,37179

Lampiran 7

Indeks	TIME (dummy)		
	2010	2011	2012
ADES	1	0	0
ALMI	1	1	1
ARNA	1	1	1
AFMG	1	1	1
ASII	1	1	1
AUTO	1	0	1
BRNA	0	0	1
CPIN	1	1	1
CTBN	1	1	1
DLTA	1	1	0
ETWA	1	1	0
FASW	1	1	1
GDYR	1	1	1
HMSP	1	1	1
INTP	1	1	1
INDF	1	1	1
ICBP	1	1	1
IMAS	1	1	1
INDS	0	0	1
JPFA	1	1	1
JPRS	0	1	0
KBLM	0	1	1
KLBF	1	1	1
KDSI	1	1	1
LMPI	1	0	1
LION	0	1	1
LMSH	0	0	0
TCID	1	1	1
MASA	1	1	1
PBRX	1	1	1
PICO	1	1	1
PSDN	1	0	0
SMSM	1	1	0
UNIC	1	1	1
UNVR	1	1	1

Lampiran 8

no	Indeks	reputasi auditor		
		2010	2011	2012
1	ADES	0	0	0
2	ALMI	0	0	0
3	ARNA	1	1	1
4	AFMG	1	1	1
5	ASII	1	1	1
6	AUTO	1	1	1
7	BRNA	0	0	0
8	CPIN	1	1	1
9	CTBN	1	1	1
10	DLTA	1	1	1
11	ETWA	0	0	0
12	FASW	1	1	1
13	GDYR	1	1	1
14	HMSP	1	1	1
15	INTP	1	1	1
16	INDF	1	1	1
17	ICBP	1	1	1
18	IMAS	1	1	1
19	INDS	0	0	0
20	JPFA	0	0	0
21	JPRS	0	0	0
22	KBLM	0	0	0
23	KLBF	1	1	1
24	KDSI	0	0	0
25	LMPI	0	0	0
26	LION	0	0	0
27	LMSH	0	0	0
28	TCID	1	1	1
29	MASA	0	0	0
30	PBRX	0	0	0
31	PICO	1	1	1
32	PSDN	1	1	1
33	SMSM	0	0	0
34	UNIC	1	1	1
35	UNVR	1	1	1

Lampiran 9

No.	Indeks	OPINI AUDIT		
		2010	2011	2012
1	ADES	4	4	3
2	ALMI	3	3	3
3	ARNA	3	3	4
4	AFMG	3	4	4
5	ASII	3	3	3
6	AUTO	3	3	3
7	BRNA	3	3	4
8	CPIN	4	3	3
9	CTBN	3	3	3
10	DLTA	3	3	4
11	ETWA	4	3	4
12	FASW	4	4	4
13	GDYR	3	4	3
14	HMSP	4	4	4
15	INTP	4	3	4
16	INDF	3	3	3
17	ICBP	3	3	3
18	IMAS	3	3	3
19	INDS	3	3	3
20	JPFA	4	3	4
21	JPRS	4	4	3
22	KBLM	3	3	3
23	KLBF	3	3	3
24	KDSI	3	4	4
25	LMPI	3	3	3
26	LION	3	4	3
27	LMSH	3	4	3
28	TCID	3	4	4
29	MASA	3	3	3
30	PBRX	4	3	3
31	PICO	3	3	4
32	PSDN	3	3	3
33	SMSM	4	3	3
34	UNIC	3	3	3
35	UNVR	4	3	4

Lampiran 10

No.	Indeks	persistensi laba		
		2010	2011	2012
1	ADES	1,94	0,82	3,22
2	ALMI	1,67	1,25	0,25
3	ARNA	1,24	1,20	1,65
4	AFMG	4,92	1,02	1,03
5	ASII	1,37	1,24	1,08
6	AUTO	1,49	0,90	1,03
7	BRNA	1,72	1,15	1,24
8	CPIN	1,37	1,06	1,13
9	CTBN	1,30	2,72	0,68
10	DLTA	1,10	1,04	1,43
11	ETWA	3,65	1,91	0,53
12	FASW	1,02	0,47	0,04
13	GDYR	0,64	0,29	3,09
14	HMSP	1,26	1,26	1,23
15	INTP	1,17	1,12	1,32
16	INDF	1,42	1,24	0,98
17	ICBP	0,00	1,13	1,10
18	IMAS	3,81	1,91	0,93
19	INDS	1,19	1,72	1,11
20	JPFA	1,51	0,64	1,61
21	JPRS	14,84	1,32	0,26
22	KBLM	2,29	4,84	1,25
23	KLBF	1,28	1,13	1,17
24	KDSI	1,61	1,40	1,56
25	LMPI	0,47	1,94	0,43
26	LION	1,15	1,36	1,63
27	LMSH	3,06	1,48	3,79
28	TCID	1,05	1,07	1,07
29	MASA	1,01	0,47	0,05
30	PBRX	1,07	2,02	1,25
31	PICO	0,95	1,05	0,88
32	PSDN	0,40	0,93	1,07
33	SMSM	1,15	1,46	1,12
34	UNIC	1,61	1,50	0,28
35	UNVR	1,08	1,23	1,17

Lampiran 11

No.	Indeks	pertumbuhan laba								
		eps growth			eat growth			sales growth		
		2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
1	ADES	93%	-19%	220%	94%	-18%	159%	63%	37%	59%
2	ALMI	67%	25%	-75%	67%	25%	-75%	72%	19%	-11%
3	ARNA	23%	21%	63%	12%	20%	65%	16%	11%	21%
4	AFMG	392%	2%	3%	392%	2%	3%	27%	7%	10%
5	ASII	43%	24%	9%	36%	24%	5%	31%	26%	16%
6	AUTO	36%	-82%	5%	49%	-10%	3%	19%	18%	12%
7	BRNA	72%	16%	24%	72%	15%	24%	6%	20%	23%
8	CPIN	38%	7%	14%	37%	6%	13%	3%	19%	19%
9	CTBN	30%	173%	-32%	30%	4%	-32%	-10%	-5%	-2%
10	DLTA	4%	4%	43%	10%	4%	41%	-5%	16%	23%
11	ETWA	255%	91%	-47%	266%	91%	-47%	6%	12%	11%
12	FASW	2%	-53%	-96%	2%	-53%	-96%	24%	22%	-3%
13	GDYR	-36%	-72%	220%	-36%	-71%	209%	53%	5%	-2%
14	HMSP	26%	26%	23%	26%	26%	23%	11%	22%	26%
15	INTP	17%	31%	32%	17%	12%	32%	5%	25%	29%
16	INDF	42%	4%	6%	42%	24%	-2%	3%	18%	10%
17	ICBP	0%	-1%	10%	58%	13%	10%	10%	8%	11%
18	IMAS	281%	-23%	-16%	281%	91%	-7%	58%	45%	24%
19	INDS	19%	-59%	77%	19%	72%	11%	43%	20%	20%
20	JPFA	18%	-36%	58%	51%	-40%	66%	-3%	12%	14%
21	JPRS	1382%	32%	-74%	1384%	32%	-74%	41%	50%	-28%
22	KBLM	50%	467%	24%	129%	389%	25%	80%	59%	18%
23	KLBF	41%	15%	-77%	28%	13%	17%	13%	7%	25%
24	KDSI	62%	38%	57%	61%	40%	56%	17%	5%	10%
25	LMPI	50%	67%	-60%	-53%	94%	-57%	5%	25%	19%
26	LION	15%	36%	62%	15%	36%	63%	5%	29%	24%
27	LMSH	206%	48%	279%	206%	48%	279%	29%	29%	7%
28	TCID	5%	6%	7%	5%	7%	7%	6%	13%	12%
29	MASA	1%	-53%	-97%	1%	-53%	-95%	19%	47%	-2%
30	PBRX	5%	-70%	0%	0%	102%	25%	-10%	52%	24%
31	PICO	-5%	3%	-9%	-5%	5%	-12%	-3%	6%	-5%
32	PSDN	-61%	-14%	11%	-60%	-7%	7%	57%	34%	5%
33	SMSM	13%	41%	10%	-55%	46%	12%	14%	33%	4%
34	UNIC	-9%	58%	-58%	61%	50%	-72%	28%	25%	0%
35	UNVR	11%	23%	16%	11%	23%	16%	8%	19%	16%

Lampiran 12

No.	Keterangan	Jumlah
1	perusahaan manufaktur yang selama 3 tahun berturut-turut (2010-2012) tidak pernah di-delist	76
2	perusahaan yang memiliki laba negatif selama periode pengamatan	-27
3	perusahaan yang datanya tidak lengkap selama periode pengamatan	-14
jumlah sampel		35
jumlah sampel selama 3 tahun		105

Lampiran 13

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ERC	105	-1.78	1.23	.0424	.46703
DER	105	.00	4.29	.8118	.76077
DAR	105	.00	.82	.3844	.21021
GPM	105	.04	7.25	.3035	.69913
NPM	105	.00	.39	.0931	.07771
ROE	105	.00	1.22	.2181	.20888
ROA	105	.00	.85	.1247	.12398
SIZE	105	25.08	35.23	28.7974	2.03625
CSRD	105	.00	.77	.1612	.17036
TIME	105	.00	1.00	.8095	.39456
RA	105	.00	1.00	.5714	.49725
OA	105	3.00	4.00	3.3238	.47017
EP	105	.00	14.84	1.4835	1.57136
GEPS	105	-.97	13.82	.4382	1.59395
GEAT	105	-.96	13.84	.4682	1.55979
GSALES	105	-.28	.80	.1878	.18601
Valid N (listwise)	105				

Lampiran 15

AVE

	AVE
CSRD	1.000000
ERC	1.000000
Growth	0.306498
Leverage	0.914070
Op_Auditor	1.000000
Pers_Laba	1.000000
Profit	0.557295
Rep_Auditor	1.000000
Size	1.000000
Timelines	1.000000

Lampiran 16

COMPOSITE RELIABILITY

	Composite Reliability
CSRD	1.000000
KOEFISIEN RESPON LABA	1.000000
Growth	0.284204
Leverage	0.955100
Op_Auditor	1.000000
Pers_Laba	1.000000
Profit	0.822218
Rep_Auditor	1.000000
Size	1.000000
Timelines	1.000000

Lampiran 17

OUTER WEIGHT

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
CSRD <- CSRD	1.000000	1.000000	0.000000		
DAR <- Leverage	0.967359	0.954440	0.088497	0.088497	10.930996
DER <- Leverage	0.944647	0.939320	0.047139	0.047139	20.039621
EP <- Pers_Laba	1.000000	1.000000	0.000000		
ERC <- ERC	1.000000	1.000000	0.000000		
GEAT <- Growth	0.008759	0.498557	0.426826	0.426826	0.020521
GEPS <- Growth	-0.057047	0.451592	0.458545	0.458545	0.124409
GPM <- Profit	0.277972	0.455632	0.250766	0.250766	1.108493
GSALES <- Growth	0.957164	0.662353	0.417486	0.417486	2.292687
NPM <- Profit	0.766643	0.773347	0.083532	0.083532	9.177794
OA <- Op_Auditor	1.000000	0.990000	0.141067	0.141067	7.088812
RA <- Rep_Auditor	1.000000	1.000000	0.000000		
ROA <- Profit	0.920525	0.916026	0.040862	0.040862	22.527898
ROE <- Profit	0.846643	0.844069	0.056728	0.056728	14.924470
SIZE <- Size	1.000000	1.000000	0.000000		
TIME <- Timelines	1.000000	1.000000	0.000000		

R-SQUARE

	R Square
CSRD	0.276100
ERC	0.133510
Growth	
Leverage	
Op_Auditor	
Pers_Laba	
Profit	
Rep_Auditor	
Size	
Timelines	0.206905

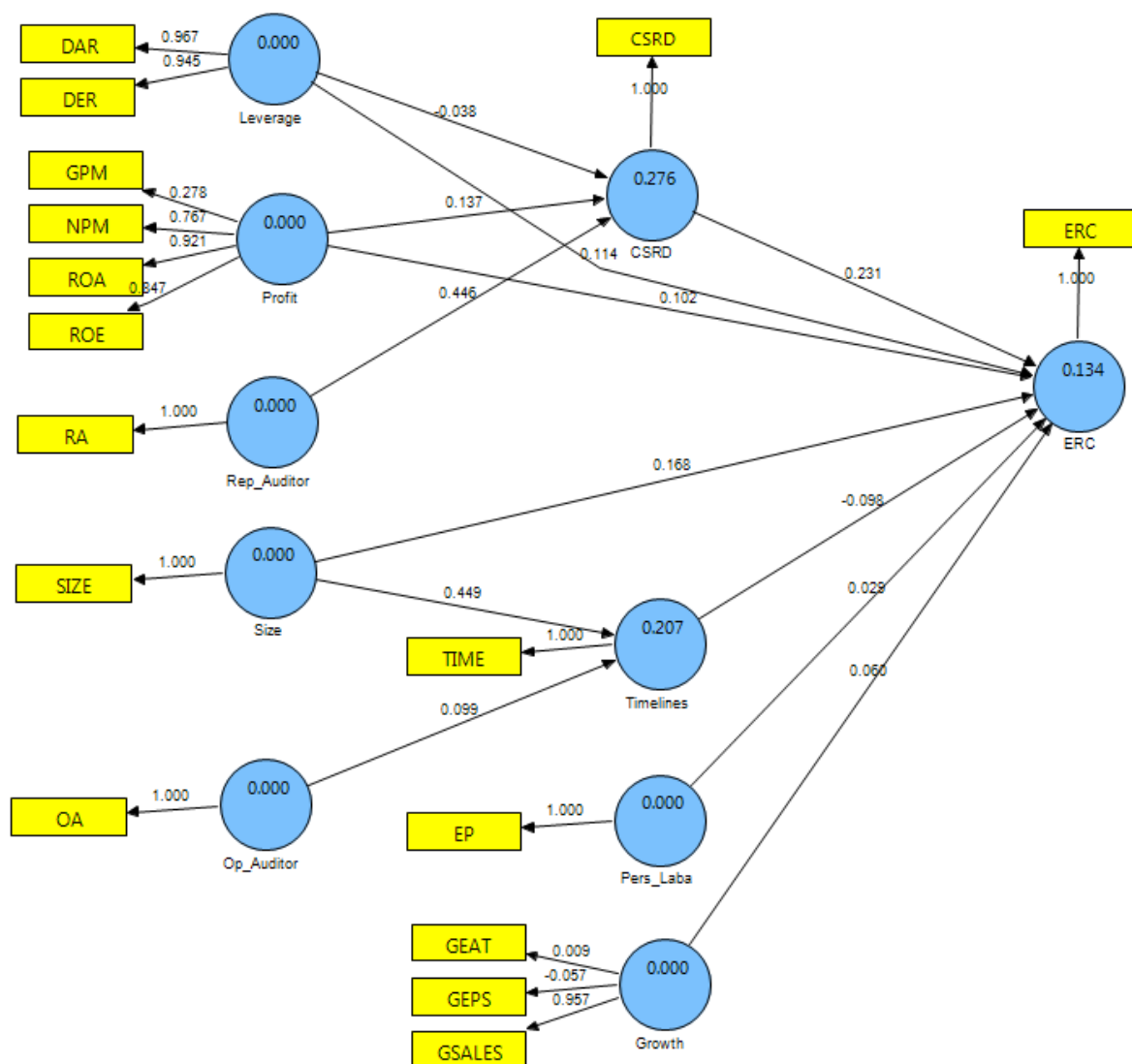
Lampiran 19

PATH COEFFICIENT

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
CSRD -> ERC	0.231162	0.244835	0.120655	0.120655	1.915891
Growth -> ERC	0.060372	0.068798	0.179180	0.179180	0.336933
Leverage -> CSRD	-0.037551	-0.030879	0.083783	0.083783	0.448189
Leverage -> ERC	0.113659	0.106524	0.142809	0.142809	0.795882
Op_Auditor -> Timelines	0.099019	0.098313	0.078860	0.078860	1.255631
Pers_Laba -> ERC	0.029075	-0.003058	0.175580	0.175580	0.165596
Profit -> CSRD	0.137192	0.141508	0.073571	0.073571	1.864761
Profit -> ERC	0.101985	0.076477	0.144733	0.144733	0.704644
Rep_Auditor -> CSRD	0.445823	0.459173	0.067474	0.067474	6.607335
Size -> ERC	0.167536	0.170102	0.084616	0.084616	1.979947
Size -> Timelines	0.448951	0.452346	0.065292	0.065292	6.875999
Timelines -> ERC	-0.097842	-0.091199	0.079836	0.079836	1.225546

Lampiran 20

INNER MODEL



Lampiran 21

Tabel Checklist Item Pengungkapan Informasi CSR

No.	KATEGORI (Total 78)
	LINGKUNGAN
1	Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluran riset & pengembangan untuk pengurangan polusi
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya, reklamasi daratan atau reboisasi
5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi , minyak, air dan kertas
6	Penggunaan material daur ulang
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11	Pengolahan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13	Perlindungan lingkungan hidup
	ENERGI
1	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
2	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi
3	Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
4	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
5	Peningkatan efisiensi energi dari produk
6	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk

7	Kebijakan energi perusahaan
	KESEHATAN DAN KESELAMATAN TENAGA KERJA
1	Mengurangi polusi, iritasi, atau risik dalam lingkungan kerja
2	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
3	Statistik kecelakaan kerja
4	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
5	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
6	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
8	Pelayanan kesehatan tenaga kerja
	LAIN-LAIN TENAGA KERJA
1	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
2	Persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial
3	Tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
4	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
5	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
6	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
7	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
8	Bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
9	Perencanaan kepemilikan rumah karyawan
10	Fasilitas untuk aktivitas rekreasi
11	Presentase gaji untuk pensiun
12	Kebijakan penggajian dalam perusahaan
13	Jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
14	Tingkatan managerial yang ada
15	Disposisi staff – dimana staff ditempatkan

16	Jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
17	Statistik tenaga kerja, misal: penjualan per tenaga kerja
18	Kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
19	Rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
20	Rencana pembagian keuntungan lain
21	Informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan & motivasi kerja
22	Informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja & masa depan perusahaan
23	Laporan tenaga kerja yang terpisah
24	Hubungan perusahaan dengan serikat buruh
25	Gangguan dan aksi tenaga kerja
26	Informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
27	Kondisi kerja secara umum
28	Re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
29	Statistik perputaran tenaga kerja
	PRODUK
1	Pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
3	Informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
4	Produk memenuhi standar keselamatan
5	Membuat produk lebih aman untuk konsumen
6	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
7	Peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk
8	Informasi atas keselamatan produk perusahaan
9	Informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
10	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya ISO 9000)
	KETERLIBATAN MASYARAKAT

1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan & seni
2	Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar
3	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
4	Membantu riset medis
5	Sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
6	Membiayai program beasiswa
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
8	Sponsor kampanye nasional
9	Mendukung pengembangan industri lokal
	UMUM
1	Tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
2	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas
	TOTAL ITEM 78