

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 *Corporate Social Responsibility***

###### **2.1.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility***

Di Indonesia, isu mengenai tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah konsep yang tengah berkembang secara global dan penerapannya merambah ke semua sektor industri. Meskipun penerapan CSR merambah ke semua sektor industri, namun persepsi terhadap CSR masih belum sama. CSR pada hakikatnya merupakan mekanisme pengintegrasian isu sosial dan isu lingkungan kedalam operasi perusahaan, dan mengkomunikasikannya dengan para *shareholders*, oleh karena itu CSR dianggap sebagai kerangka strategi baru untuk meningkatkan daya saing dan mencapai bisnis berkelanjutan.

Menurut Sukrisno Agoes (2011:32) *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut :

“Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab perusahaan baik terhadap karyawan diperusahaan itu sendiri (*internal*) dan di luar (*eksternal*), karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungannya.”

Jadi dalam menjalankan aktivitasnya perusahaan diharapkan untuk selalu tanggungjawab pada pihak dalam maupun luar perusahaan itu sendiri.

Menurut Nor Hadi (2011:48) *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut :

“Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.”

Bagaimanapun diharapkan adanya suatu pelaporan mengenai sosial dan lingkungan ke dalam laporan keuangan perusahaan secara sukarela sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban mereka kepada para *stakeholders*.

Dari berbagai macam definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggungjawab sosial perusahaan kepada *stakeholders* baik kepada pihak *internal* perusahaan yaitu para karyawannya serta kepada pihak *eksternal* perusahaan yaitu masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Rumus perhitungan pengungkapan CSR adalah sebagai berikut (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,  $n_j \leq 79$

$X_i$  : *Dummy Variable*, 1=jika item diungkapkan, 0=jika item tidak diungkapkan

### 2.1.1.2 Sejarah *Corporate Social Responsibility*

Perkembangan sejarah CSR yang dikutip dari Nor Hadi (2011) adalah sebagai berikut. Tanggungjawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak

yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat, khususnya akibat perkembangan ilmu sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tuntutan tanggungjawab perusahaan. Hal itu karena, peningkatan masyarakat meningkatkan keterbukaan ekpetasi masa depan dan sustainbilitas perusahaan.

Pada saat industri berkembang setelah terjadi revolusi industri, kebanyakan perusahaan masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari keuntungan belaka. Mereka memandang bahwa sumbagan kepada masyarakat cukup dalam bentuk penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui produksi, dan pembayaran pajak pada negara. Seiring dengan berjalanya waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang da jasa yang diperlukannya, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab secara sosial. Karena selain mendapat ketimpangan ekonomi atara pelaku usaha dengan masyarakat disekitarnya, kegiatan operasional perusahaan umumnya juga memberikan dampak negatif misalnya eksploitasi sumber daya alam dan rusaknya lingkungan disekitar operasi perusahaan.

Itulah yang kemudian melatarbelakangi munculnya konsep *Corporate Social Responsibillity* yang paling primitif : kedermawanan yag bersifat gambaran kasar saja. Gema *Corporate Social Responsibillity* semakin terasa pada tahun 1960-an saat dimana secara global masyarakat dunia telah pulih dari Perang Dunia II, dan mulai menapaki jalan menuju kesejahteraan. Pada dekade itu juga diramaikan oleh terbitnya buku legendaris yang berjudul "*Silent Spring*". Didalam buku ini untuk pertamakalinya persoalan lingkungan diwacanakan dalam

tataran global. Sejak saat itu, perhatian terhadap permasalahan lingkungan semakin berkembang dan mendapat perhatian yang semakin luas.

### **2.1.1.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi Perusahaan**

*Corporate Social Responsibility* merupakan konsep perusahaan memutuskan secara rela untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari. Perusahaan harus lebih bijak dalam menyikapi masalah tersebut, karena bagaimanapun juga konsep *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.

Secara garis besar terdapat dua kelompok manfaat yang didapat perusahaan apabila melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (Kartini, 2009) :

1. *Reward Financial* bagi Perusahaan
2. *Reward Non Financial* bagi Perusahaan

Adapun penjelasan masing-masing manfaat *Corporate Social Responsibility* adalah :

1. *Reward Financial* bagi Perusahaan

Meski hubungan incremental capital-output ratio untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk investasi *Corporate Social Responsibility* belum bisa dibuat baku, tetapi keterlibatan perusahaan dalam inisiatif CSR di era sekarang ini tidak akan sia-sia karena *reward financial* yang akan dinikmati, berupa :

- Menurunkan biaya operasional perusahaan
- Meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar

- Menarik calon investor
- Pertumbuhan nilai saham yang signifikan
- Membuat kesejahteraan karyawan lebih baik
- Mencegah resiko dan dampak sosial
- Mencegah resiko dan dampak alam

## 2. *Reward Non Financial* bagi Perusahaan

*Reward Non Financial* bertendensi adanya pergerakan *Corporate Social Responsibility* dari suatu perusahaan yang menghasilkan, tidak berbentuk uang tetapi berbentuk peningkatan kapasitas dan kapabilitas perusahaan itu sendiri. Inti reward dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* bersifat *non financial* bagi perusahaan adalah “memperkuat reputasi perusahaan”.

### 2.1.1.4 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Ranah tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Disamping itu, tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*) juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggarisbawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*).

Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2011:59) menyatakan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) menjadi tiga, yaitu :

1. *Sustainability*
2. *Accountability dan*
3. *Transparency*

Adapun penjelasan masing-masing prinsip-prinsip tanggung jawab sosial adalah:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan memengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas bisa dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaksanaan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan.

#### **2.1.1.5 Klasifikasi *Corporate Social Responsibility***

Di Indonesia program CSR semakin menguat setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU perseroan terbatas No.40 tahun 2007, di mana dalam pasal 74 antara lain diatur bahwa :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana di maksud ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Dalam pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa perseroan (mengacu pada UU No.40/2007 pasal 1 ayat 1 bahwa perseroan diartikan sebagai perseroan terbatas) yang menjalankan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan, namun tidak dijelaskan apakah hal tanggung jawab yang sama juga diwajibkan bagi entitas usaha yang tidak berbentuk badan hukum perseroan terbatas. Sehingga, hal ini dapat menimbulkan penafsiran

bahwa entitas usaha yang tidak berbentuk perseroan terbatas tidak diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (mengacu pada UU No. 40/2007) pasal 1 ayat 3 definisi tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya). Selanjutnya pasal 74 ayat 1 tersebut menimbulkan pertanyaan lain yaitu apakah perseroan terbatas yang tidak menjalankan kegiatan usaha dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam dapat diartikan tidak diwajibkan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR). Selain itu, UU PT tidak menyebutkan secara rinci berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk CSR serta sanksi bagi yang melanggar. Pada ayat 2, 3 dan 4 hanya disebutkan bahwa CSR dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. PT yang tidak melakukan CSR dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan. Ketentuan lebih lanjut mengenai CSR ini baru akan diatur oleh peraturan pemerintah (belum terbit).

Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah UU No.25 tahun 2007 tentang penanaman modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanaman



modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Meskipun UU ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (pasal 34), UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara perihal CSR bagi perusahaan nasional.

Alasan digunakannya pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah untuk memunculkan image atau gambaran yang baik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat sekitar.

Menurut Deegan dalam Chairi (2008), ada beberapa alasan pengungkapan CSR antara lain :

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalisme ekonomi (economic rationality). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dianggap dapat memberikan keuntungan bisnis dan alasan ini dipandang sebagai motivasi utama.
3. Keyakinan dalam akuntabilitas proses pelaporan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak untuk memperoleh informasi.

## **2.1.2 Leverage**

### **2.1.2.1 Pengertian Leverage**

Istilah *leverage* biasanya dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk memperbesar penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. Dengan memperbesar tingkat *leverage* maka hal ini berarti bahwa tingkat ketidakpastian (*uncertainty*) dari return yang akan diperoleh

akan semakin tinggi pula, tetapi pada saat yang sama hal tersebut juga akan memperoleh jumlah *return* yang akan diperoleh. Tingkat *leverage* bisa saja berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya atau dari satu periode ke periode berikutnya. Tetapi yang jelas, semakin tinggi tingkat *leverage* akan semakin tinggi risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat *return* atau penghasilan yang diharapkan. Sudana (2011:20) berpendapat bahwa *leverage* adalah mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan.

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjangnya sehingga lebih menyeluruh.

Fahmi (2012:127) mendefinisikan rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

“Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut”.

Menurut Kasmir (2012:151) rasio *leverage* yaitu:

“Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasinya”.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya yang membandingkan antara hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menilai batasan perusahaan dalam meminjam uang.

### 2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Rasio solvabilitas atau *Leverage Ratio*

Terdapat beberapa tujuan dan manfaat rasio solvabilitas atau *leverage ratio* bagi pihak perusahaan dan pihak di luar perusahaan. Menurut Kasmir (2012:153-154), berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio solvabilitas yakni:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

Sementara itu, manfaat rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai hutang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri; dan
8. Manfaat lainnya.

### 2.1.2.3 Jenis-jenis dan Pengukuran Rasio Solvabilitas atau *Leverage Ratio*

#### *Leverage*

Menurut Kasmir (2012:155-163) terdapat beberapa jenis rasio solvabilitas atau *leverage ratio* yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan yakni sebagai berikut:

1. *Debt to Asset Ratio(Debt Ratio)*
2. *Debt to Equity Ratio*
3. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*
4. *Time Interest Earned*
5. *Fixed Charge Converage (FCC)*

Adapun penjelasan masing-masing jenis pengukuran *leverage ratio* :

#### 1. *Debt to Asset Ratio(Debt Ratio)*

Debt Ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Dari hasil pengukuran, apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasio rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang. Standar pengukuran untuk menilai baik tidaknya rasio perusahaan, digunakan rasio rata-rata industri sejenis.

Rumus untuk mencari *debt ratio* dapat digunakan sebagai berikut (Kasmir, 2012:156)

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total debt}}{\text{Total assets}}$$

## 2. *Debt to Equity Ratio*

*Debt to Equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan pemegang (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Rumus untuk mencari debt to equity ratio dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut (Kasmir, 2012:157)

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

## 3. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

*Long term debt to equity ratio* merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Rumus untuk mencari *longs term debt to equity ratio* adalah dengan menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri (Kasmir, 2012:159), yaitu:

$$LTDtER = \frac{\text{Total Hutanglong term debt}}{\text{Ekuiti}}$$

#### 4. *Time Interest Earned*

Menurut J.Fred Weston dalam Kasmir (2012:160) *Time interest earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan oleh James C.Van Horne juga sebagai kemampuan perusahaan untuk membiayai bunga, sama seperti *average ratio*.

Jumlah kali perolehan bunga atau *times inters earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Apabila perusahaan tidak mampu membayar bunga, dalam jangka panjang menghilangkan kepercayaan dari para kreditor. Bahkan ketidakmampuan menutup biaya tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan adanya tuntutan hukum dari kreditor. Lalu lebih dari itu, kemungkinan perusahaan menuju ke arah pailit semakin besar.

Untuk mengukur rasio ini, digunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang dikeluarkan. Rumus untuk mencari *times interest earned* dapat digunakan dengan dua cara sebagai berikut (Kasmir, 2012:160)

$$Time\ Interest\ Earned = \frac{EBIT}{Biaya\ Bunga\ (inters)}$$

atau

$$Time\ Interest\ Earned = \frac{EBIT+Biaya\ Bunga}{Biaya\ Bunga\ (inters)}$$

#### 5. *Fixed Charge Coverage (FCC)*

*Fixed charge coverage* atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang mempunyai *times interest earned ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

Rumus untuk mencari *fixed charge coverage (FCC)* adalah sebagai berikut (Kasmir, 2012:162)

$$Fixed\ Charge\ Coverage = \frac{EBIT + Kewajiban\ Bunga + Kewajiban\ sewa/lease}{Biaya\ bunga + Kewajiban\ sewa/lease}$$

Menurut Fahmi (2015:12) terdapat beberapa jenis rasio solvabilitas atau *leverage ratio* yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan yakni sebagai berikut:

1. *debt to total assets*
2. *debt to equity ratio*
3. *times interest earned*
4. *cash flow coverage*
5. *long-term debt to total capitalization,*
6. *fixed charge coverage*
7. *cash flow adequacy.*

1. *Debt to Total Assets* Atau *Debt Ratio*

Dimana rasio ini disebut juga sebagai rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan, yaitu diperoleh dari perbandingan total utang dibagi dengan total asset. Adapun rumus *debt to total assets* atau *debt ratio* adalah :

$$\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan :

*Total Liabilities* = Total Utang

*Total Assets* = Total Aset

2. *Debt to Equity Ratio*

Mengenai *debt to equity ratio* ini Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mendefinisikannya sebagai “Ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor”. Mengatakan adapun rumus *debt to equity ratio* adalah :

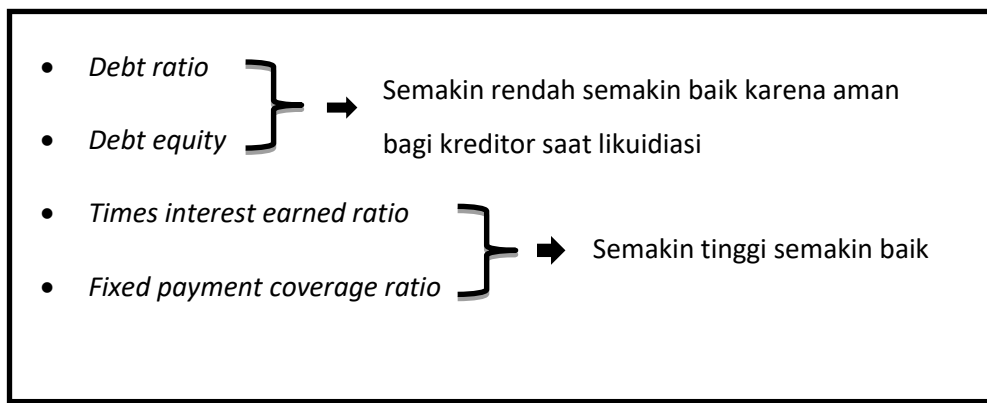
$$\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders' Equity}}$$

Keterangan :

*Total Shareholders' Equity* = Total Modal Sendiri



*Shareholders equity* diperoleh dari total asset dikurangi total hutang. Lebih jauh James C. Van Horne dan John M. Wachowicz “*Alternatively, the book value of a company’s common stock (at par) plus additional paid-in capital and retained earnings*”. Dalam persoalan *debt to equity ratio* ini yang perlu dipahami bahwa, tidak ada batasan *debt to equity ratio* yang aman bagi suatu perusahaan, namun untuk konservatif biasanya *debt to equity ratio* yang lewat 66% atau 2/3 sudah dianggap beresiko ([www.e-samuel.com](http://www.e-samuel.com), 2004).



Gambar : *debt ratio, debt equity, times interest earned ratio, dan fixed charge coverage ratio*

### 3. *Times Interest Earned*

*Times interest earned* disebut juga dengan rasio kelipatan. Adapaun rumus *times interest earned* adalah :

$$\frac{\text{Earning Before Interest and Tax (EBIT)}}{\text{Interest Expense}}$$

Keterangan :

*Earning Before Interest and Tax (EBIT)* = Laba Sebelum Bunga dan pajak

*Interest Expense* = Beban bunga

*Interest expense* adalah biaya dana pinjaman pada periode yang berjalan yang memperlihatkan pengeluaran uang dalam laporan rugi laba. Dalam persoalan rasio ini Lyn M. Fraser dan Aileen Ormiston menjelaskan “Makin tinggi rasio kelipatan pembayaran bunga makin baik, namun jika sebuah perusahaan menghasilkan laba yang tinggi tetapi tidak ada arus kas dari operasi, maka arus kas ini menyesatkan. Membutuhkan uang tunai untuk membayar bunga”. Adapun rumus *Interest expense* menurut Lyn M. Fraser dan Aileen Ormiston adalah :

$$\frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Beban bunga}}$$

#### 4. *Cash Flow Coverage*

Adapun rumus *cash flow coverage* adalah :

$$\text{Fixed Cost} + \frac{\text{Aliran Kas Masuk} + \text{Depreciation}}{(1 - \text{Tax})} + \frac{\text{Dividen Saham Preferen}}{(1 - \text{Tax})}$$

Keterangan :

- *Depreciation* = Depresi atau penyusutan

Penyusutan adalah penurunan nilai secara berangsur-angsur. Penurunan nilai ini terjadi pada berbagai jenis barang, seperti gedung, kendaraan, peralatan kantor dan berbagai inventaris lainnya. Bagi suatu perusahaan penurunan nilai barang dapat diperlambat dengan cara melakukan perawatan secara berkala atau *service* setiap waktunya. Disinilah timbulnya biaya perawatan

tersebut. Secara akuntansi biaya perawatan secara berkala ini juga disebut biaya tetap (*fixed cost*), seperti pada mesin adanya biaya ganti oli, *service* kaburator, pencucian kendaraan, pengecatan gedung, pembersihan kaca, dan lain sebagainya.

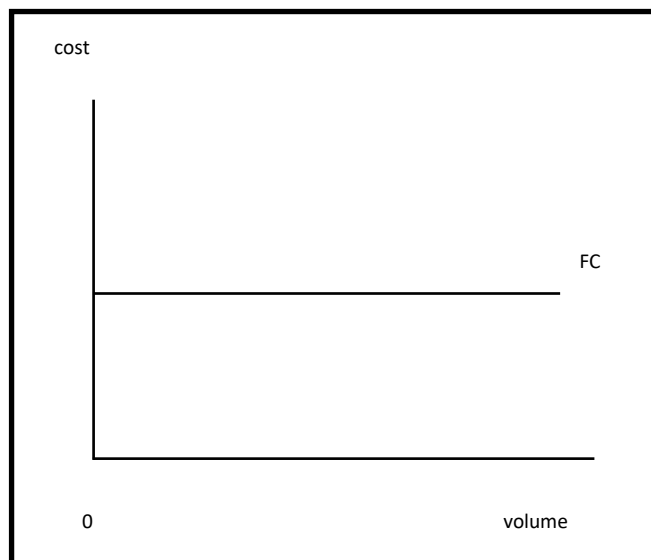
Adapun metode perhitungan penyusutan dalam keuangan dikenal berbagai metode, diantaranya adalah metode garis lurus (*straight line method*), metode jumlah angka tahun (*sum of years digit method*), metode saldo menurun, dan metode unit produksi. Namun bagi lembaga tertentu untuk mempercepat perhitungan dalam menganalisis nilai suatu penyusutan barang seperti gedung, mobil, *mechine*, dan lain sebagainya maka dipergunakan perhitungan penyusutan secara kumulatif.

- *Fixed Cost (FC)* = Beban Tetap

*Fixed cost* adalah biaya yang tetap yang harus dikeluarkan oleh perusahaan selama perusahaan tersebut terus menjalankan aktivitasnya. Contohnya biaya asuransi, biaya pajak, biaya sewa, dan biaya-biaya lainnya. Biaya-biaya seperti tetap harus selalu dikeluarkan oleh perusahaan selama aktivitas perusahaan terus berjalan, dan besar kecilnya *Fixed cost* itu sangat bergantung pada bentuk bisnis yang dijalankan. Jika perusahaan yang bersifat padat modal maka *Fixed cost* juga bertambah besar. Kategori bisnis padat modal seperti industri pesawat terbang, industri baja, industri mobil, industri peralatan alat berat, industri pesawat luar angkasa, dan sebagainya.

Namun ini menjadi berbeda pada bisnis dengan kategori tidak padat modal, seperti bisnis rumah makan, agen penjualan tiket, dan sejenisnya. Artinya perusahaan yang ingin membangun bisnis dengan kategori padat modal jelas memiliki perolehan *return* yang tinggi, namun ia juga akan memperoleh *risk* yang tinggi juga. Dan dari banyak teori *risk and return* memiliki hubungan yang bersifat linear atau searah.

Adapun bentuk grafik *fixed cost (FC)* dapat kita lihat sebagai berikut :



Gambar : Grafik *Fixed Cost*

- *Tax* = Pajak

*Tax* adalah kewajiban perusahaan yang harus selalu dibayar kepada pihak yang berkepentingan, yang mana kemudian pendapatan dari pembayaran pajak tersebut dipakai untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Contohnya PBB (Pajak Bumi Bangunan)/ Pajak barang mewah, pajak barang, pajak penghasilan, dan lain-lain.

### 5. *Long-Term Debt To Total Capitalization*

*Long-term debt to total capitalization* disebut juga dengan utang jangka panjang / total kapitalisasi. *Long-term debt* merupakan sumber dana pinjaman yang bersumber dari utang jangka panjang, seperti obligasi dan sejenisnya.

Adapun rumus *long-term debt to total capitalization* adalah :

$$\frac{\text{Long - term debt}}{\text{Long - term debt} + \text{Ekuitas pemegang saham}}$$

Keterangan :

*Long term debt* = Utang jangka panjang

### 6. *Fixed Charge Coverage*

*Fixed charge coverage* disebut juga dengan rasio menutup beban tetap. Rasio menutup beban tetap adalah ukuran yang lebih luas dari kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetap dibandingkan dengan rasio kelipatan pembayaran bunga karena termasuk pembayaran beban bunga tetap yang berkenaan dengan sewa guna usaha. Adapun rumus *fixed charge coverage* adalah :

$$\frac{\text{Laba usaha} + \text{Beban bunga}}{\text{Beban bunga} + \text{Beban sewa}}$$

### 7. *Cash Flow Adequacy*

*Cash flow adequacy* disebut juga dengan rasio kecukupan arus kas. Kecukupan arus kas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menutup pengeluaran modal, utang jangka panjang, dan pembayaran dividen

setiap tahunnya. Dalam konteks ini suatu perusahaan yang baik adalah memiliki kemampuan yang tinggi dalam menghasilkan arus kas, artinya mampu memberikan arus kas sesuai yang diharapkan. Dan begitu pula sebaliknya jika arus kas yang dihasilkan tidak sesuai harapan maka memungkinkan perusahaan akan mengalami masalah termasuk mencari dana untuk membayar kewajiban-kewajibannya. Adapun rumus *cash flow adequacy* adalah :

$$\frac{\text{Arus kas dari aktivitas operasi}}{\text{Pengeluaran modal} + \text{Pelunasan utang} + \text{Bayar dividen}}$$

Alasan menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER) karena menunjukkan perbandingan antara hutang yang diberikan oleh kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Dengan DER yang tinggi perusahaan menanggung resiko kerugian yang tinggi tetapi untuk memperoleh dampak yang meningkat. Sehingga DER yang tinggi merespon pada peningkatan laba, berarti memberikan efek keuntungan bagi perusahaan (Kuswadi 2005:90).

### 2.1.3 Firm Size

#### 2.1.3.1 Pengertian Firm Size

Ukuran secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar/kecilnya suatu objek. Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, ukuran diartikan sebagai berikut:

- (1) “Alat untuk mengukur (seperti meter, jangka dan sebagainya)
- (2) Sesuatu yang dipakai untuk menentukan
- (3) Pendapatan mengukur
- (4) Panjangnya (lebarnya, luasnya, besarnya) sesuatu”

Menurut Butar dan Sudarsi (2012) pengertian ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar/kecilnya perusahaan.”

Riyanto (2008:313) menyatakan ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva”.

Ketiga definisi di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya *equity*, nilai penjualan, dan aktiva yang berperan sebagai variable konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk yang dihasilkan oleh organisasi.

### **2.1.3.2 Klasifikasi *Firm Size***

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU N0.20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 (satu) adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang

memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008

adalah sebagai berikut:

**Table 2.1**  
**Kriteria Firm Size**

<b>Ukuran Perusahaan</b>	<b>Assets (tidak termasuk tanah &amp; bangunan tempat usaha)</b>	<b>Penjualan Tahunan</b>
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta-500 juta	>300 juta-2,5 M
Usaha Menengah	>10 juta-10 M	2,5 M-50M
Usaha Besar	>10M	>50 M

Kriteria diatas menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki asset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) lebih dari sepuluh milliard rupiah dengan penjualan tahunan lebih dari lima puluh miliar rupiah.



### 2.1.3.3 Metode Pengukuran *Firm Size*

Menurut Prasetyantoko (2008:257) pengukuran ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut semakin besar”.

Menurut Syafri (2007:23) pengukuran ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu”

Menurut Jogiyanto Hartono (2013:282):

“Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.

Menurut Kurniasih (2012:150) ukuran perusahaan diukur melalui:

“Ukuran Perusahaan = Ln Total aktiva”

Uraian diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aktiva. Ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

Alasan menggunakan *Firm Size* menurut Agnes Sawir (2004:101-102) adalah :

1. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal.
2. Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan.
3. Ada pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba.

## 2.1.4 Earnings Response Coefficient

### 2.1.4.1 Pengertian Earnings Response Coefficient

*Earnings Response coefficient* (ERC) merupakan koefisien yang mengukur respon abnormal returns sekuritas terhadap *unexpected accounting earnings* perusahaan-perusahaan yang menerbitkan sekuritas. ERC merupakan pengaruh laba kejutan (*unexpected accounting earnings*) terhadap *cumulative abnormal return*(CAR), yang ditunjukkan melalui *slope coefficient* dalam regresi abnormal return saham dengan *unexpected accounting earnings*(Cho dan Jung, 1991 dalam Antasari, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa ERC adalah reaksi CAR terhadap laba yang diumumkan oleh perusahaan. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Tinggi rendahnya ERC tergantung dari “*good news*” atau “*bad news*” yang terkandung dalam laba.

Pengertian Koefisien Respon Laba (Earnings Response Coefficient) menurut Cho dan Jung (1991) dalam Murwaningsari (2008) adalah sebagai berikut :

“Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi abnormal returns saham dan *unexpected earning*”.

Jogiyanto (2010:579) mendefinisikan *abnormal return* atau *excess return* sebagai kelebihan dari return yang sesungguhnya terjadi terhadap *return normal*. *Return normal* merupakan *return*ekspektasi atau *return* yang diharapkan oleh investor.*Cummulative Abnormal Return* merupakan penjumlahan *return* tidak normal di hari sebelumnya didalam periode peristiwa. Penelitian ini menggunakan

model sesuaian pasar (*market-adjusted model*), yang menganggap bahwa penduga terbaik untuk mengestimasi *return* suatu sekuritas adalah *return* indeks pasar pada saat itu. Model ini tidak membutuhkan periode estimasi untuk membentuk model estimasi karena *return* sekuritas yang diestimasi sama dengan *return* pasar (Jogiyanto,2010:591). Menurut Suwardjono (2008:493)ERC adalah kepekaan *return* saham terhadap setiap rupiah atau laba kejutan.

Sedangkan, *unexpected earnings* (laba kejutan) menurut Suwardjono (2014:490) adalah selisih antara laba harapan dan laba laporan atau aktual (*reported* atau *actual earning*). Laba kejutan mempresentasi informasi yang belum terungkap oleh pasar sehingga pasar akan bereaksi saat pengumuman. Laba dalam analisis seperti ini biasanya laba per saham (*earning per share*) untuk perusahaan tertentu.

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

#### **2.1.4.2 Metode Pengukuran *Earning Response Coefficient***

Menurut Jogiyanto (2008:584), *Earnings Response Coefficient* digunakan untuk mengindikasikan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan. *Earnings Response Coefficient*

merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan adalah *Cummulative Abnormal Return* (CAR), sedangkan proksi laba akuntansi adalah *Unexpected Earnings* (UE). Regresi model tersebut akan menghasilkan *Earnings Response Coefficient* masing-masing populasi sasaran yang akan digunakan untuk analisis berikutnya. Indikator yang digunakan untuk menguku ERC adalah indikator yang digunakan juga dalam penelitian Made Dewi Ayu dkk (2014). Besarnya *Earnings Response Coefficient* diperoleh dengan melakukan beberapa tahap perhitungan, yaitu :

1. Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

CAR pada saat laba akuntansi dipublikasikan dihitung dalam jendela selama 7 hari peristiwa tanggal publikasi laporan keuangan (3 hari sebelum peristiwa tanggal publikasi laporan keuangan, 1 hari peristiwa tanggal publikasi laporan keuangan, dan 3 hari setelah peristiwa tanggal publikasi laporan keuangan). CAR dirumuskan sebagai berikut :

$$CAR_i = CAR_{it} \sum_{t=-3}^{+3} AR_{it}$$

Keterangan :

CAR<sub>it</sub> : *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i pada tahun t

- CARit(-3,+3) : Abnormal Return kumulatif perusahaan i selama periode jendela  $\pm 3$  hari dari tanggal publikasi laporan keuangan
- ARit : *Abnormal Return* untuk saham perusahaan i pada hari t

Untuk menghitung *Abnormal Return* (ARit) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$ARit = Rit - Rmt$$

Keterangan :

- ARit : *Abnormal Return* perusahaan i pada hari ke-t
- Rit : Return perusahaan i pada hari ke-t
- Rmt : Return indeks pasar pada hari ke-t
- Sumber : Suwardjono (2008:492)

Untuk mendapatka nilai *Abnormal Return* (ARit), maka terlebih dahulu dicari *actual return* (return sesungguhnya) perusahaan i pada periode t, dengan cara sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Rit : Return perusahaan i pada hari ke-t
- Pit : Harga penutupan saham perusahaan i pada waktu t
- P<sub>it-1</sub> : Harga penutupan saham perusahaan i pada waktu t-1
- Sumber : Suwardjono (2008:492)

Untuk return pasar, dapat diwakili dengan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia. IHSG dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

$R_{mt}$  : Return Indeks Pasar pada hari ke t

$IHSG_t$  : Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t

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

## 2. Menghitung Nilai *Unexpected Earnings* (UE)

*Unexpected Earnings* (UE) atau laba kejutan adalah selisih antara laba persaham sesungguhnya dengan laba persaham ekpektasinya. UE dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$UE = \frac{E_{it} - E_{it-1}}{E_{it-1}}$$

Keterangan :

UE : *Unexpected Earnings* perusahaan pada periode t

$E_{it}$  : Laba akuntansi perusahaan i pada periode t

$E_{it-1}$  : Laba akuntansi perusahaan i pada periode t-1

Setelah nilai CAR dan UE diperoleh maka model regresi linier yang digunakan untuk menentukan *Earnings Response Coefficient* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\beta = \frac{CAR_{it} - \alpha}{UE_{it}}$$

Keterangan :

CAR<sub>it</sub> : Akumulasi Abnormal Return dari perusahaan i

UE<sub>it</sub> : Laba kejutan untuk perusahaan i pada tahun t

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien respon laba

#### 2.1.4.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*

Nilai *Earnings Response Coefficient (ERC)* dipredikisi lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persisten dimasa depan. Demikian juga jika kualitas laba semakin naik, maka dipredikisi *Earnings Response Coefficient (ERC)* akan semakin tinggi. Beta mencerminkan risiko sistematis. Investor akan menilai laba sekarang untuk memprediksi laba dan *return* dimasa yang akan datang. Jika *future return* tersebut semakin berisiko, maka reaksi investor terhadap *unexpected earning* perusahaan juga semakin rendah. Dengan kata lain, jika beta semakin tinggi, maka *Earnings Response Coefficient (ERC)* semakin rendah. Struktur permodalan perusahaan juga berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*. Peningkatan laba (saham bunga) bagi perusahaan yang *high levered* berarti bahwa perusahaan semakin baik bagi pemberi pinjaman dibandingkan bagi pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan yang *high levered* memiliki

*Earnings Response Coefficient (ERC)* yang lebih rendah dibandingkan perusahaan yang *low leverage*.

Perusahaan yang memiliki *Growth Opportunities* diharapkan laba lebih persisten. Dengan demikian *Earnings Response coefficient (ERC)* akan lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki *Growth Opportunities*. Faktor lain juga mempengaruhi respon pasar terhadap laba adalah *informativeness* dari harga pasar itu sendiri. Biasanya *informativeness* harga pasar tersebut diproksi dengan ukuran perusahaan, karena semakin besar perusahaan semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut relatif terhadap perusahaan kecil. Semakin tinggi *informativeness* harga saham, maka kandungan dari laba akuntansi semakin berkurang. Oleh karena itu, *Earnings Response Coefficient (ERC)* akan semakin rendah jika *informativeness* harga saham meningkat (atau jika ukuran perusahaan semakin meningkat).

Scout (2009) dalam Delvira (2013) menyatakan bahwa :

“Faktor-faktor yang mempengaruhi *Earnings Response Coefficient (ERC)* antara satu perusahaan dengan perusahaan lain adalah resiko sistematis yang diukur dengan menggunakan beta, struktur modal atau *leverage*, persistensi laba (*earning quality*) yang digunakan sebagai indikator kualitas laba, kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*), *the similarity of investor expectations* dan *the informativeness of price* yang biasanya diproduksi dengan menggunakan ukuran perusahaan (*firm size*).”

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Earnings Response Coefficient (ERC)* di atas adalah sebagai berikut :

- a. Risiko saham
- b. Struktur modal
- c. Persistensi laba



d. Kesempatan tumbuh (*growth opportunities*)

e. Tingkat keinformatifan harga

Adapun penjelasan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Earnings Response Coefficient (ERC)* diatas adalah sebagai berikut :

a. Risiko saham (beta)

Beta merupakan ukuran tingkat risiko suatu sekuritas yang lazim digunakan. Makin besar risiko return perusahaan yang diperkirakan dimasa depan, maka makin rendah nilai perusahaan dimata investor. Investor melihat laba masa sekarang sebagai indikator kekuatan laba dan return masa depan. Maka makin berisiko return masa depan akan menyebabkan reaksi investor makin rendah terhadap laba kejutan.

b. Struktur modal

Bagi perusahaan yang memiliki komposisi hutang yang besar, suatu penambahan misalnya dalam laba (sebelum bunga) akan menambah kekuatan dan keamanan untuk obligasi dan hutang yang beredar lain yang dimiliki perusahaan, sehingga sebagian besar berita baik (*good news*), peroleha laba tersebut banyak yang jatuh ke pemegang hutang daripada pemegang saham. Dengan demikian, *Earnings Response Coefficient (ERC)* untuk perusahaan yang memiliki komposisi hutang yang besar aka lebih rendah dari pada perusahaan yang memiliki sedikit atau tidak sama sekali hutang.

c. Persistensi laba

*Earnings Response Coefficient (ERC)* akan lebih besar bila berita baik atau berita buruk dalam laba sekarang diharapkan terjadi lagi (*persistence*) dimasa

depan. Jadi jika berita baik dimasa sekarang berasal dari pengenalan produk baru yang sukses atau pemotongan biaya oleh manajemen secara ketat maka respon pasar akan lebih besar daripada jika berita baik tersebut disebabkan oleh laba atau keuntngan akibat penjuala tanah atau peralatan, karena tidak ada jamina bahwa laba tersebut akan terulag kembali dimasa depan.

d. Kesempatan tumbuh (*growth opportunities*)

Sehubungan dengan persistensi diatas, berita baik atau buruk dalam laba sekarang dapat mengindikasika prospek pertumbuha perusahaan dimasa depan, yang mengakibatkan *Earnings Response Coefficient (ERC)* lebih besar. Memang laba yang diukur berdasarka nilai historis tidak dapat mengungkapkan kemampuan pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Namun misalka laba sekarang mengungkapka profitabilitas yang tinggi untk beberapa proyek investasi perusahaan maka hal itu dapat mengindikasikan pasar bahwa perusahaan akan memperoleh pertumbuha yang pesat dimasa depan. Pertumbuhan itu diperoleh dari tingkat profitabilitas yang terus terjadi yang akan menaikkan jumlah aset perusahaan. Jadi, makin besar laba perusahaan dimasa sekarang yang mengungkapkan adaya pertumbuhan, maka makin besar *Earnings Response Coefficient (ERC)* perusahaan itu.

e. Tingkat keinformatifan harga

Harga saham perusahaan mencerminka semua informasi yang diketahui publik mengenai perusahaan bersangkutan. Jadi, makin informatif harga maka makin sedikit nilai infromasi yang diperoleh dari laba yang dilaporkan sekarang yang mengakibatkan makin rendahnya *Earnings Response*

*Coefficient (ERC)*. Salah satu proksi yang digunakan untuk mengukur tingkat informasi harga adalah ukuran perusahaan. Makin besar ukuran perusahaan maka makin banyak sorotan media terhadap perusahaan tersebut.

Alasan menggunakan karena CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respon pasar terhadap informasi akuntansi yang dipublikasikan yang dihitung dengan menggunakan model pasar yang disesuaikan karena yang dianggap sebagai penduga terbaik adalah model pasar yang disesuaikan.

### 2.1.5 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa peneliti terdahulu mengenai *Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Firm size* terhadap *Earning Response Coefficient* dapat dilihat pada tabel 2.2 berikut ini:

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

NO	PENULIS	TAHUN	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1	MI Mitha Dwi Restuti	2012	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Leverage</i> terhadap <i>Earning Response Coefficient</i>	Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh positif terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .
2	Rulfah M Daud dan Nur Afni Syarifuddin	2008	Pengaruh <i>Debt Equity Ratio, Timelines</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Earning Response</i>	Variabel <i>Debt Equity Ratio</i> tidak berpengaruh positif sedangkan <i>Timelines</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i>

			<i>Coefficient</i>	berpengaruh positif terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .
3	Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya	2014	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Leverage</i> terhadap <i>Earning Response Coefficient</i>	Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .
4	Ratna Wijayanti DP	2013	Pengaruh <i>Voluntary Disclosure, Leverage</i> dan <i>Firm Size</i> terhadap <i>Earning Response Coefficient</i>	Variabel <i>Voluntary Disclosure, Firm Size</i> dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .
5	I Putu Sudarma dan Ni Made Dwi Ratnadi	2015	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Voluntary Disclosure</i> terhadap <i>Earning Response Coefficient</i>	Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh positif sedangkan <i>Voluntary Disclosure</i> berpengaruh positif terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .
6	Tri Wahyu	2007	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Earning Response Coefficient</i>	Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .
7	Yosefa Seyekti Ludovicus Sensi Wondabio	2007	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Firm Size</i> terhadap <i>Earning Response Coefficient</i>	Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif sedangkan <i>Firm Size</i> tidak berpengaruh positif terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Laporan keuangan merupakan sarana untuk mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan manager atas sumber daya pemilik. Salah satu indikator penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen adalah laba. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksir rentabilitas perusahaan dimasa yang akan datang (Belkaoui, 1993 dalam Kurniasih dan srisurdasih,2012).

### 2.2.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient*

Hubungan antara tingkat informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat beragam. Terdapat hubungan positif antara pengungkapan termasuk pengungkapan sukarela, pengungkapan sosial dan pengungkapan lingkungan. Media yang digunakan oleh para investor untuk dapat berkomunikasi dengan perusahaan adalah laporan tahunan. Informasi laba dianggap dapat menggambarkan kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan selama satu periode terakhir. Informasi yang terkandung dalam laba saat ini sangat penting karena akan direspon investor. Informasi laba dalam hal ini diukur dengan *Earnings Response Coefficient*.

Pradipta dan Purwaningsih (2011) menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial, meningkatkan nilai perusahaan, memaksimalkan kekuatan keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, adanya

pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan diharapkan bisa menjadi nilai tambah serta bahan pertimbangan investor dalam menilai perusahaan dan mengambil investasi selain melihat pada informasi laba perusahaan saja”.

Menurut MI Mitha Dwi Restuti (2012) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient* baik ketika tidak menggunakan variabel kontrol maupun ketika menggunakan variabel kontrol yaitu BETA dan PBV. Secara garis besar penelitian ini membuktikan bahwa informasi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan masih kurang dipercaya oleh investor untuk dapat meningkatkan saham perusahaan pemegangnya sehingga informasi pengungkapan CSR ini tidak direspon oleh perusahaan dan tidak digunakan oleh investor dalam proses pengambilan keputusan dalam berinvestasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rulfah M Daud dan Nur Afni Syarifuddin (2008) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient*.

### **2.2.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Earnings Response Coefficient***

*Leverage* merupakan ukuran besarnya hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai total aset. Semakin besar hutang yang digunakan, semakin besar pula risiko yang akan dihadapi perusahaan dalam memenuhi kewajiban kontraktual dengan para kreditur .

Murwaningsari (2008) menyatakan terdapat pengaruh antara *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)*. Hasil penelitiannya sejalan dengan

Dhaliwal, Lee dan Farger (1991) yang membuktikan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap koefisien respon laba yaitu *Earning Response Coefficient (ERC)*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratna Wijayanti DP (2013) menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient*.

### **2.2.3 Pengaruh *Firm Size* Terhadap *Earnings Response Coefficient***

Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Perusahaan besar Suatu ukuran perusahaan (*firm size*) dapat menentukan baik tidaknya kinerja perusahaan. Investor biasanya lebih memiliki kepercayaan pada perusahaan besar, karena perusahaan besar dianggap mampu terus meningkatkan kinerja perusahaannya dengan berupaya meningkatkan labanya. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan yang dilihat dari total asetnya, akan membuat investor semakin merespon laba yang diumumkan. Dengan kata lain laba yang diumumkan oleh perusahaan yang berukuran lebih besar memiliki relevansi nilai yang lebih tinggi. (Jalil, 2013).

Dianggap memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Konsekuensinya semakin informatif harga saham maka semakin kecil pula muatan informasi *earnings* sekarang. (Mulyani *et.al*,2007).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara. Perusahaan besar akan lebih menarik para investor untuk

berinvestasi, karena dari laba perusahaan yang berkembang akan mempengaruhi besarnya respon pasar kaitannya dengan return saham. Semakin luas informasi yang tersedia mengenai perusahaan besar memberikan bentuk yang konsekuensi yang lebih baik mengenai laba ekonomis, sehingga besarnya ukuran berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient*.

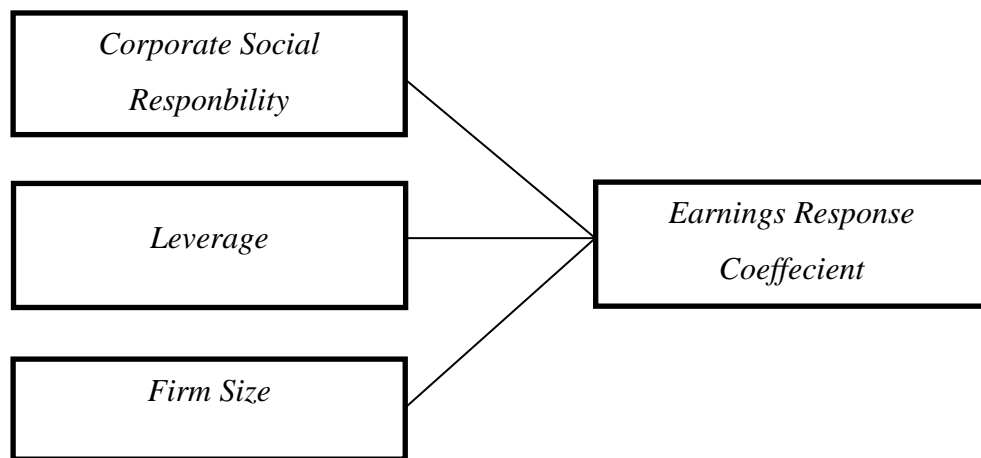
Murwaningsari (2008) mengungkapkan Ukuran perusahaan (*firm size*) dalam isu *Earning Response Coefficient (ERC)* digunakan sebagai proksi keinformatifan harga saham. Penelitian memasukkan variabel *size* sebagai variabel kontrol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratna Wijayanti DP (2013) menunjukkan bahwa *Firm size* berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient*.

### **2.3 Paradigma Penelitian**

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran maka dapat digambarkan Paradigma penelitian sebagai berikut:





**Gambar 2.1.**  
**Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, dan *Firm Size* Terhadap *Earning Response Coefficient***

#### **2.4 Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.
2. *Leverage* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.
3. *Firm Size* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.