BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Islamic Social Reporting*

2.1.1.1 Pengertian *Islamic Social Reporting*

Islamic Social Reporting adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dan dikembangkan dengan dasar standar pelaporan berdasarkan *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan (Fitria dan Hartati, 2010). Gray. et al (1987) dalam Haniffa (2002) menerangkan hubungan pengungkapan dalam laporan keuangan dengan tanggung jawab sosial sebagai berikut:

> *"Islamic Social Reporting is a process of communicating the social and environmental effects of organization is economic actions to particular interest groups within society and to society at large. As such, it involves extending the accountability of organisations (particularly companies), beyond the traditional role of providing a financial account to owners of capital, in particular, shareholder. Such an extension is predicated upon the assumption that companies do have wider responsibilities than simply to make money for their shareholders.* (Laporan tanggung jawab sosial adalah suatu engungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan merupakan proses komunikasi antara perusahaan dengan lingkungan

> masyarakat secara luas. Melalui perluasan tersebut, menjadikan asumsi bahwa perusahaan harus melakukan tanggung jawab secara luas dibandingkan hanya mencetak uang bagi *shareholder*).

Ismail Solihin (2009:2) mendefinisikan *Corporate social responsibility* adalah salah satu dari bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*). Sedangkan Muhammad Yasir (2017:43) mendefinisikan *Corporate social responsibility* dalam perspektif islam adalah:

> "*Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial dalam islam bukanlah merupakan perkara asing. Tanggung jawab sosial sudah mulai ada dan dipraktekan sejak abad 14 yang silam. Pembahasan mengenai tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Quran selalu menghubungkan antara kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh moral para pengusahanya dalam menjalankan bisnis".

Muhammad Yasir (2017:52) mendefinisikan konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* adalah:

> "Didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar. Sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah SWT dan khalifah yang adil. Hubungan antara dua tugas utama ini adalah seiring dan tidak boleh diabaikan antara satu dengan yang lainnya".

Menurut Dani Usmar (2014) menyatakan bahwa: CSR dalam pandangan islam merupakan wujud akuntabilitas vertikal dan horizontal dari akuntansi syariah yaitu pemenuhan kewajiban kepada Allah, lingkungan sosial, dan individu.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa pengertian *Islamic Social Reporting* adalah bentuk pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan yang memuat informasi berdasarkan aturan islam atau sesuai dengan syariah di dalam laporan keuangan.

2.1.1.2 Indikator *Islamic Social Reporting*

Indikator dalam *Islamic Social Reporting* menggunakan indeks *Islamic Social Reporting*. Indeks *Islamic Social Reporting* adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Indeks *Islamic Social Reporting* dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1
Islamic Social Reporting* (ISR) *Index

No.	*Islamic Social Reporting (ISR) Theme*	*Islamic Social Reporting (ISR) Items*
A.	***Finance and investment theme* (Pendanaan dan Investasi)**	1) Kegiatan yang mengandung Riba (beban bunga dan pendapatan bunga). 2) Kegiatan yang mengandung ketidakjelasan (*gharar*) (*hedging, future non delivery trading/margin trading, arbitrage* baik seperti *spot* ataupun *forward, short selling, pure swap, warrant,* dan lain-lain). 3) Zakat. 4) Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan ketidakmampuan klien untuk membayar piutang/penghapusan hutang tak tertagih. 5) Pernyataan nilai tambah *Value Added Statement* (VAS).

B.	***Product and Service Theme*** **(Produk dan Jasa)**	6) Produk yang ramah lingkungan. 7) Status kehalalan produk. 8) Kualitas dan keamanan suatu produk. 9) Pelayanan atas keluhan konsumen.
C.	***Employees Theme*** **(Karyawan)**	10) Jam kerja karyawan. 11) Hari libur dan cuti. 12) Manfaat lainnya yang diterima karyawan (tunjangan karyawan). 13) Remunerasi/Gaji/Upah karyawan. 14) Pendidikan dan pelatihan karyawan (pengembangan Sumber Daya Manusia). 15) Kesetaraan hak antara karyawan. 16) Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen, pengambilan keputusan, dan kegiatan operasional perusahaan. 17) Kesehatan dan keselamatan kerja karyawan. 18) Lingkungan kerja. 19) Karyawan dari kelompok khusus lainnya (cacat fisik, mantan narapidana, atau mantan pengguna narkoba). 20) Pejabat tinggi/karyawan tingkat atas di perusahaan melaksanakan ibadah bersama-sama dengan manajer/karyawan tingkat menengah dan rendah. 21) Karyawan muslim diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu-waktu shalat dan berpuasa di bulan Ramadhan pada hari kerja mereka. 22) Tempat beribadah yang memadai bagi karyawan.
D.	***Society Theme*** **(Masyarakat)**	23) *Shadaqah*/pemberian donasi/sumbangan atas kegiatan amal atau kegiatan sosial (sumbangan bencana alam). 24) Waqaf. 25) Pinjaman untuk kebaikan (Qardhul hasan). 26) Kegiatan sukarela karyawan. 27) Pemberian beasiswa sekolah. 28) Perekrutan para lulusan sekolah/kuliah. 29) Pengembangan/pembangunan tunas

		muda. 30) Peningkatan kualitas hidup masyarakat. 31) Kepedulian terhadap anak-anak. 32) Mensponsori kegiatan kesehatan masyarakat/proyek/rekreasi/olahraga atau budaya.
E.	***Environment Theme* (Lingkungan)**	33) Konservasi lingkungan hidup. 34) Kegiatan yang tidak membuat polusi lingkungan hidup (pengelolaan limbah,pengurangan emisi, dan lain-lain). 35) Pendidikan mengenai lingkungan hidup. 36) Audit lingkungan/pernyataan verifikasi independen atau penghargaan/sertifikasi dari lembaga. 37) Sistem manajemen lingkungan.
F.	***Corporate Governance Theme* (Tata Kelola Perusahaan)**	38) Status kepatuhan syariah. 39) Tujuan perusahaan untuk mencapai barakah. 40) Rincian nama dan profil dewan direksi. 41) Struktur kepemilikan saham. 42) Aktivitas yang dilarang: praktik monopoli, penimbunan barang, manipulasi harga, praktik kecurangan bisnis, dan perjudian. 43) Kebijakan anti korupsi.

Sumber: Othman *et al*. (2009) dalam Nurfaizah (2017)

2.1.1.3 Metode Pengukuran *Islamic Social Reporting*

Dani Usmar (2014) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa indeks ISR ditentukan dengan metode *content analysis* pada laporan tahunan perusahaan dengan memberikan *score* 1 pada setiap item yang diungkapkan dan jika tidak mendapatkan *score* 0. *Score* tersebut kemudian dijumlahkan baik menurut masing-masing tema maupun secara keseluruhan. Sehingga *score* terbesar adalah 43 dan yang terkecil adalah 0 untuk masing-masing perusahaan dalam setiap

tahun. Setelah melakukan *scoring* pada indeks ISR maka besarnya *disclosure level* dapat ditentukan dengan rumus:

$$\textbf{\textit{Disclosure Level}} = \frac{\textbf{Jumlah skor } \textbf{\textit{disclosure}} \textbf{ yang dipenuhi}}{\textbf{Jumlah skor maksimum}}$$

Sumber: Dani Usmar (2014)

Penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* diukur menggunakan *Disclosure Level*. Dipilihnya *Disclosure Level* sebagai indikator *Islamic Social Reporting* karena untuk mengetahui indeks ISR yang diungkapkan pada laporan keuangan perusahaan (Dani Usmar, 2014).

2.1.2 *Leverage*

2.1.2.1 Pengertian *Leverage*

Leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas. Setiap penggunaan utang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap rasio dan pengembalian. Rasio ini dapat digunakan untuk melihat seberapa risiko keuangan perusahaan (Harahap, 2015:306).

Definisi lain dikemukakan oleh Gibson (1990) dalam Oktiyatun (2012) bahwa: *Leverage is the use of debt, called leverage, can greatly affect the level and degree of change is the common earnings*. Artinya penggunaan utang, disebut pengungkit, sangat dapat mempengaruhi tingkat derajat dan tingkat perubahan pendapatan saham.

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".

Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* menurut Kasmir (2015:151) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana modal perusahaan dibiayai dengan hutang.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa pengertian *leverage* adalah rasio yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang.

2.1.2.2 Jenis-jenis dan Pengukuran Rasio *Leverage*

Menurut Kasmir (2015:152) ada 5 (lima) rasio *leverage* yang bisa digunakan 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. *Times Interest Earned Ratio*.
5. *Fixed Charge Coverage (FCC)*."

Adapun penjelasan mengenai jenis-jenis rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

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.

$$\textbf{\textit{Debt Ratio}} = \frac{\textbf{Total Utang}}{\textbf{Total Aktiva}}$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan 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 peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

$$\textbf{\textit{Debt to Equity Ratio}} = \frac{\textbf{Total Utang}}{\textbf{Total Ekuitas}}$$

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

Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER) 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.

$$\textbf{LTDtER} = \frac{\textbf{Total Utang Jangka Panjang}}{\textbf{Total Ekuitas}}$$

4. *Times Interest Earned Ratio*

Times Interest Earned yang sering disebut sebagai *coverage ratio* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga.

$$\textbf{TIER} = \frac{\textbf{Laba Sebelum Bunga \&Pajak (EBIT)}}{\textbf{Biaya Bunga}}$$

5. *Fixed Charge Coverage (FCC)*

Fixed Charge Coverage (FCC) atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa *(lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

$$\textbf{FCC} = \frac{\textbf{Laba sebelum pajak} + \textbf{Biaya bunga} + \textbf{Kewajiban sewa}}{\textbf{Biaya Bunga} + \textbf{Kewajiban}\,\frac{\textbf{sewa}}{\textit{lease}}}$$

Penelitian ini menghitung *leverage* menggunakan *Debt to Equity Ratio*. Dipilihnya *Debt to Equity Ratio* sebagai indikator *leverage* karena *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang mampu menganalisis laporan keuangan yang hasilnya akan memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor (Irham Fahmi, 2012:128). Apabila modal yang dimilikinya lebih sedikit dibandingkan dengan total utang yang dimiliki maka perusahaan tersebut akan kesulitan untuk melunasi utangnya dengan menggunakan modal yang dimiliki. Hal tersebut dapat berbahaya bagi kondisi perusahaan.

Debt to Equity Ratio menurut Kasmir (2015:152) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. *Debt to Equity Ratio* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\textbf{\textit{Debt to Equity Ratio}} = \frac{\textbf{Total Utang}}{\textbf{Total Ekuitas}}$$

Mengenai kriteria standar umum *leverage* (DER) Kasmir (2008:159) menyatakan bahwa: Semakin tinggi rasio ini akan menunjukkan kinerja yang buruk bagi perusahaan. Maka perusahaan harus berusaha agar DER bernilai rendah atau berada di bawah standar industri, yaitu di bawah 80%.

Berikut terdapat kriteria standar umum *leverage* (DER) menurut Kasmir (2008:159):

Tabel 2.2
Kriteria Penilaian *Leverage*

Interval	Kriteria
0,00 – 20,00	Sangat Rendah
20,01 – 40,00	Rendah
40,01 – 60,00	Sedang
60,01 – 80,00	Tinggi
80,01 – 100	Tinggi Sangat

Sumber: Kasmir (2008:159)

2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat Rasio *Leverage*

Penggunaan rasio *leverage* yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi, namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* menurut Kasmir (2013:153) adalah:

1. "Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditur).
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 dan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang akan segera ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki".

Sementara itu, manfaat dari rasio *leverage* ini menurut Kasmir (2013:154) adalah sebagai berikut:

1. "Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam mematuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, ada terdapat sekian kalinya modal sendiri".

2.1.3 *Earnings Response Coefficient* (ERC)

2.1.3.1 Pengertian *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Scott (2012:163) menyatakan bahwa *earnings response coefficient* sebagai ukuran *abnormal return* sekuritas sebagai respon dari adanya komponen yang tidak terduga dari laba yang dilaporkan oleh perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut.

Menurut Indra (2011) menyatakan bahwa:

> "Koefisien respon laba merupakan besaran yang menunjukkan hubungan antara laba dan *return* saham. Koefisien respon laba ini merupakan besarnya koefisien slop dalam regresi yang menghubungkan laba sebagai salah satu variabel bebas dan *return* saham sebagai variabel terikat."

Menurut Suwardjono, 2014:491 koefisien respon laba didefinisikan sebagai berikut:

> "Reaksi pasar ditunjukan dengan adanya *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."

Mulyani dalam Brian dan Etna (2012) menyatakan bahwa reaksi pasar terjadi apabila terdapat suatu pengumuman yang mengandung informasi lalu informasi tersebut diteruskan dengan adanya perubahan harga sekuritas yang bersangkutan. Selain itu, Chudri et al (2013) menyatakan bahwa koefisien respon laba merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara pengukuran harga saham dan laba akuntansi.

Scott dalam Eka Kristin (2014) juga menyatakan bahwa:

> "*The extent of security's abnormal return in response to the unexpected component of reported earnings of the firm issuing that security*. Artinya koefisien respon laba adalah ukuran besaran *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *Earnings Response Coefficient* (ERC) merupakan suatu koefisien yang berhubungan dengan informasi yang terdapat pada laba akuntansi dan menjadi ukuran sensitivitas perubahan harga saham terhadap laba akuntansi.

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Earnings response coefficient dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya, persistensi laba, beta (risiko), profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, struktur modal, kualitas audit, konservatisme, dan *accrual accounting* (Sandi, 2013). Sedangkan menurut Scoot (2009) dalam Delvira (2013) menyatakan bahwa:

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

Earnings response coefficient dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya, *Islamic Social Reporting*, *leverage* dan profitabilitas (Nurfaizah, 2017). 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. Profitabilitas

Profitabilitas mencerminkan efektivitas perusahaan yang mempengaruhi respon investor terhadap informasi laba dalam pengambilan keputusan. Apabila profitabilitas ini dihubungkan dengan *earnings response coefficient* maka dapat dikatakan bahwa jika profitabilitas tinggi maka laba yang dihasilkan perusahaan juga meningkat, sehingga hal tersebut dapat menarik para investor untuk berinvestasi.

c. Struktur modal

Bagi perusahaan yang memiliki komposisi hutang yang besar, 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 keuntungan akibat penjualan tanah atau peralatan, karena tidak ada jaminan bahwa laba tersebut akan terulang kembali dimasa depan.

d. Kesempatan tumbuh (*growth opportunities*)

Sehubungan dengan persistensi diatas, berita baik atau buruk dalam laba sekarang dapat mengindikasikan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan yang mengakibatkan *Earnings Response Coefficient* (ERC) lebih besar. Memang laba yang diukur berdasarkan nilai historis tidak dapat mengungkapkan kemampuan pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Namun misalkan laba sekarang mengungkapkan profitabilitas yang tinggi untuk beberapa

proyek investasi perusahaan maka hal itu dapat mengindikasikan pasar bahwa perusahaan akan memperoleh pertumbuhan yang pesat dimasa depan. 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 mencerminkan 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 prokasi yang digunakan untuk mengukur tingkat informasi harga adalah ukuran perusahaan. Makin besar ukuran perusahaan maka makin banyak sorotan media terhadap perusahaan tersebut.

f. *Islamic Social Reporting*

Pengungkapan ISR merupakan salah satu cara komunikasi tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Pengungkapan ISR diharapkan meningkatkan respon laba karena memberikan nilai tambah informasi kepada investor. Perusahaan yang mempunyai tingkat pengungkapan ISR baik cenderung memiliki nilai tambah informasi yang baik pula.

2.1.3.3 Indikator *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Menurut Suwardjono (2014:491) *Earnings Response Coefficient* (ERC) dapat diukur dengan beberapa kali tahapan perhitungan. Tahap pertama melakukan perhitungan *Cummulative Abnormal Return* (CAR) masing-masing sampel dan tahap yang kedua menghitung *Unexpected Earnings* (UE). Indra (2011) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa untuk menghitung tingkat koefisien respon laba dapat dihitung menggunakan CAR. Cara menghitung *Earnings Response Coefficient* (ERC) menurut Indra (2011) dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

1) *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

$$\mathbf{CAR_{it} = \alpha + \beta_1 UE_{it} + e_{it}}$$

Dimana:

CAR_{it} = *Cummulative Abnormal Retrun* perusahaan i pada tahun t

α = Konstanta

β_1 = Koefisien respon laba (ERC)

UE_{it} = *Unexpected Earnings* perusahaan

e_{it} = Komponen eror dalam model atas perusahaan i pada periode t

2) *Unexpected Earnings* (UE)

Selisih antara laba harapan dan laba laporan atau aktual disebut *Unexpected Earnings* diukur dengan rumus:

$$UE_{i,t} = \frac{E_{it} - E_{it-1}}{E_{it-1}}$$

Dimana:

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

E_{it} = Laba akuntansi setelah pajak perusahaan i pada periode t

E_{it-1} = Laba akuntansi setelah pajak perusahaan i pada periode t-1

Penelitian ini menggunakan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai indikator *Earnings Response Coefficient* (ERC). Dipilihnya *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai indikator *Earnings Response Coefficient* (ERC) karena CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukan 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 (Gama, 2017).

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ratna Wijayanti Daniar Paramita (2012)	Pengaruh *Leverage, Firm Size* dan *Voluntary Disclousure* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).	**Independen:** *Leverage, Firm Size* dan *Voluntary Disclossure*. **Dependen:** *Earnings Response Coefficient*.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) yang tidak signifikan. Sedangkan *voluntary disclousure* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) diperoleh hasil pengujian yang positif signifikan dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Size* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).
2.	Ely Imroatussolihah (2013)	Pengaruh Risiko, *Leverage*, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap *Earnings Response*	**Independen:** Risiko, *Leverage*, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba, Kualitas Tanggung Jawab Sosial. **Dependen:** *Earnings Response Coefficient* (ERC).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial risiko, *leverage* dan kualitas CSR berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Disisi lain peluang pertumbuhan dan

		*Coefficient p*ada Perusahaan *High Profile*.		persistensi laba tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*.
3.	Ihsanul Lukman (2014)	Pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage* terhadap *earnings response coefficient*.	**Independen:** perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage* **Dependen:** *Earnings Response Coefficient* (ERC).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keresponan laba, kesempatan bertumbuh berpengaruh signifikan negatif terhadap keresponan laba, *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap keresponan laba.
4.	Ivan Kurnia dan Sufiyati (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Risiko Sistematik, dan *Investment Opportunity Set* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012-2014.	**Independen:** Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Risiko Sistematik dan *Investment Opportunity Set*. **Dependen:** *Earnings Response Coefficient* (ERC).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan *investment opportunity set* tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan risiko sistematik memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*.
5.	L.P. Agustina Kartika Rahayu dan I.G.N Agung Suaryana (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Risiko Gagal Bayar Pada Koefisien	**Independen:** Ukuran Perusahaan dan Risiko Gagal Bayar. **Dependen:**	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada koefisien

		Respon Laba.	Koefisien Respon Laba.	respon laba dan risiko gagal bayar berpengaruh negatif pada koefisien respon laba.
6.	Ari Sita Nastiti (2016)	Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia).	**Independen:** Pengungkapan *Islamic Social Reporting*. **Dependen:** *Earnings Response Coefficient.*	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengungkapan *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient.*
7.	Anak Agung Puteri Kusuma dan Dewi I Made Pande Dwiana Putra (2017)	Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Pada *Earnings Response Coefficient* (ERC).	**Independen:** *Leverage* dan Ukuran Perusahaan. **Dependen:** *Earnings Response Coefficient.*	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).
8.	Nurfaizah Divia Maharani (2017)	Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap *Earnings Response Coefficient* dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating.	**Independen:** Profitabilitas, *Leverage* dan *Islamic Social Reporting* (ISR). **Dependen:** *Earnings Response Coefficient.*	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *earnings response coefficient*. *Leverage, Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *earnings response coefficient*.
9.	Merlin Mayang Sari, Ratna Wijayanti Daniar	Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas	**Independen:** *Leverage*, Profitabilitas dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage*

	Paramita dan Muchamad Taufiq (2018)	dan *Voluntary Disclosure* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2016.	*Voluntary Disclosure.* **Dependen:** *Earnings Response Coefficient* (ERC).	berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan Profitabilitas dan *Voluntary Disclosure* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.
10.	Melinda dan Hj. Euis Nurhayati Indri Yuliafitri (2018)	Pengaruh *Islamic Social Reporting*, *Leverage* dan Likuiditas, Terhadap *Earnings Response Coefficient*.	**Independen:** *Islamic Social Reporting*, *Leverage* dan Likuiditas. **Dependen:** *Earnings Response Coefficient.*	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient.* *Leverage* dan Likuiditas secara parsial memiliki pengaruh signif-ikan terhadap ERC.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Islamic Social Reporting* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan bentuk laporan non akuntansi yang diterbitkan oleh perusahaan selain laporan keuangan. *Islamic Social Reporting* ini merupakan sebuah bentuk legitimasi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. *Islamic social reporting* merupakan indikator yang masih dibilang asing bagi perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia karena pada saat ini perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia masih menggunakan pedoman

Global Reporting Index (GRI) dalam mengungkapkan tanggung jawab lingkungannya. Hal ini terbukti dengan rendahnya hasil perhitungan pengungkapan tanggung jawab lingkungan perusahaan bila diukur dengan *Islamic Social Reporting*.

Raharjo (2009:253) menjelaskan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan. Dengan adanya pengungkapan sosial yang lebih tinggi pada laporan keuangan tahunan maka potensi dari informasi CSR *disclosure* untuk dapat mempengaruhi keputusan investor dalam mengambil keputusan investasi akan lebih tinggi pula. Nurfaizah (2017) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *earnings response coefficient.* Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Melinda, dkk (2018) membuktikan bahwa *Islamic Social Reporting* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*. Hal ini menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* semakin besar tingkat *Islamic Social Reporting* suatu perusahaan maka nilai *earnings response coefficient* akan semakin menurun. Investor menganggap informasi dalam *Islamic Social Reporting* tidak dapat memberikan gambaran mengenai *future earning* perusahaan, sedangkan investor memiliki tipikal untuk memperjualbelikan saham dan tidak menahannya dalam jangka waktu yang lama. Oleh karena itu informasi *Islamic Social Reporting* tidak dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam memprediksi laba masa depan.

Perusahaan yang mengungkapan ISR memiliki nilai tambah dimata investor. Hasil penelitian Nastiti (2016) mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki ketidakpastian prospek masa depan yang besar memiliki *informativeness of earnings* yang besar sehingga untuk mengurangi ketidakpastian prospek usaha tersebut maka perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih banyak, sehingga dapat meningkatkan nilai ERC. Penelitian lain yang dilakukan oleh Anggraini (2015) menunjukkan hasil berbeda dimana CSR *disclosure* berpengaruh positif signifikan terhadap ERC yang berarti bahwa dengan adanya peningkatan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan akan meningkatkan reaksi investor terhadap laba. Investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan sehingga tidak terlalu menaruh perhatian pada informasi laba perusahaan. Investor cenderung lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan dibandingkan jumlah perolehan laba perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan dari *Islamic Social Reporting* akan menaikkan tingkat *Earnings Response Coefficient* dari perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *Islamic Social Reporting* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)

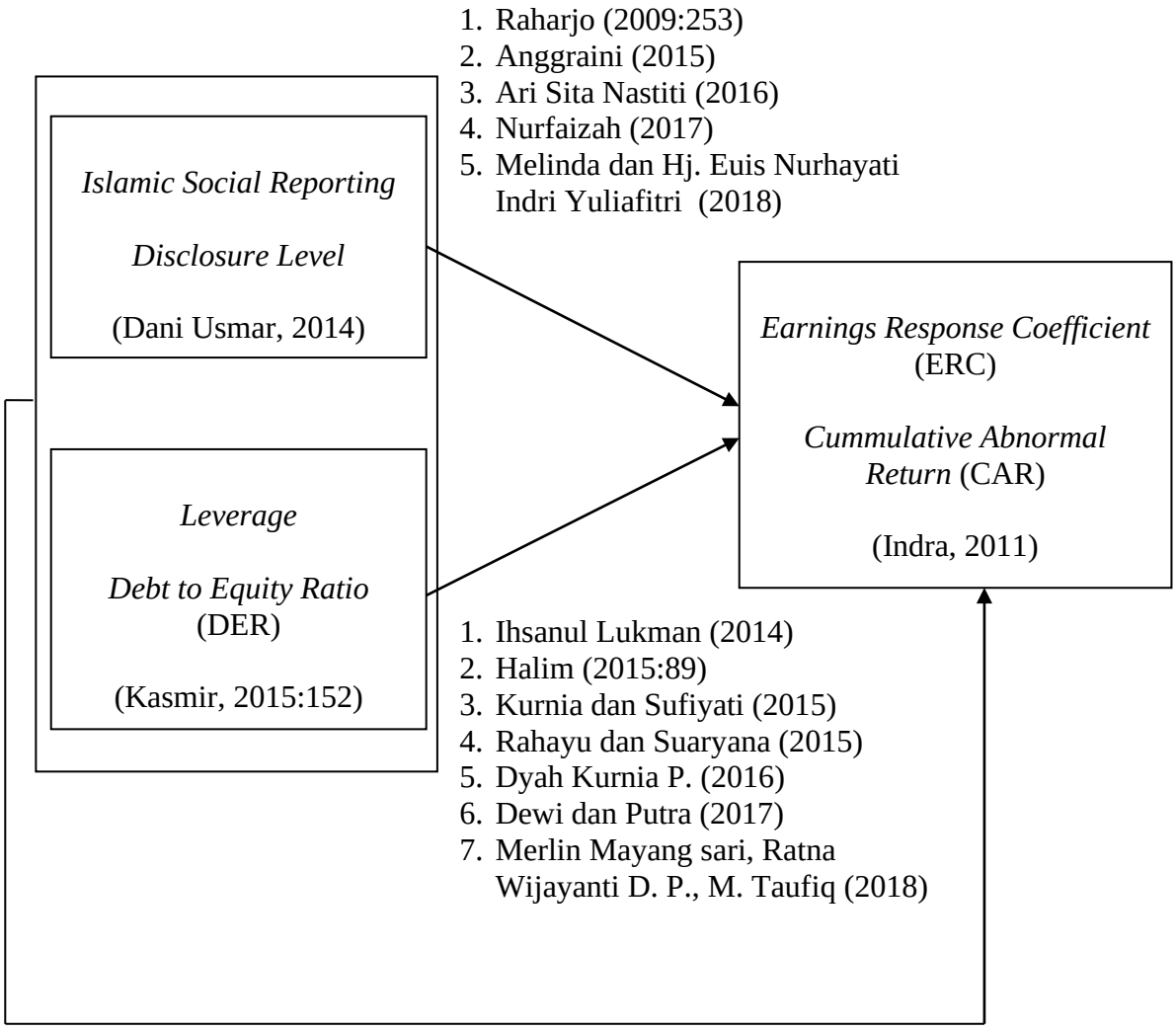
Leverage perusahaan menunjukkan sejauh mana perusahaan bergantung pada pembiayaan utang. Cara untuk menghitung *leverage* pada penelitian ini adalah menggunakan rasio perbandingan utang dengan modal sendiri. *Leverage*

adalah dimana keadaan perusahaan diwajibkan menanggung beban tetap seperti bunga maupun penyusutan yang disebabkan dari pengolahan dana atau aset perusahaan (Halim, 2015:89). Kurnia dan Sufiyati (2015) perusahaan dengan *leverage* yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan lebih banyak hutang dalam struktur modalnya. Selain itu apabila perusahaan memiliki total hutang yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut akan menghasilkan kualitas laba yang buruk dan dapat mempengaruhi respon pasar yang lemah (Merlin, dkk., 2018). Oleh karena itu ketika pengumuman laba dilakukan oleh perusahaan maka yang paling diuntungkan adalah pihak kreditor karena laba yang diperoleh akan lebih banyak dialokasikan untuk membayar hutang perusahaan. Akibatnya respon investor terhadap laba menjadi lemah.

Hal ini merupakan *bad news* bagi investor dan akan mengundang respon yang negatif atau rendah atas informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan. Investor akan cenderung memilih perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* lebih rendah, karena memiliki risiko yang lebih kecil. Respon investor pada perusahaan dengan tingkat *leverage* akan menjadi baik dan mendorong peningkatan ERC perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Putra (2017) dan Rahayu dan Suaryana (2015) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient.* Sehingga semakin tinggi *leverage* perusahaan maka semakin rendah *earnings response coefficient*nya.

Penelitian lain dilakukan oleh Dyah (2016) memperoleh hasil bahwa *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap koefisien respon laba. Hal ini

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ihsanul Lukman (2014) yang menyatakan bahwa laba yang dihasilkan dari tingkat hutang yang tinggi akan menguntungkan bagi *debtholders* dan bukan bagi *stakeholders.* Oleh karena itu, berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *earnings response coefficient*.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2013:96). Kendati demikian dari model penelitian diatas, maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).