

ABSTRAK

Laporan keuangan dan laporan tahunan merupakan salah satu informasi yang wajib dipublikasikan oleh suatu perusahaan. Informasi keuangan yang disajikan oleh perusahaan harus relevan sehingga dapat bermanfaat bagi para pemakai laporan keuangan. Informasi dikatakan relevan adalah adanya reaksi pemodal pada saat diumumkan laba yang dapat diamati dari pergerakan saham.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris besarnya reaksi pasar terhadap kandungan informasi laba atau *Earnings Response Coefficient* (ERC). Penelitian ini dilakukan dengan menguji pengaruh *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampel. Berdasarkan kriteria *purposive sampling*, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 22 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t, uji f, analisis korelasi, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Kata kunci: *Growth Opportunity*, *Corporate Social Responsibility* dan *Earnings Response Coefficient* (ERC).

ABSTRACT

Financial reports and annual reports are one of the information that must be published by a company. Financial information presented by the company must be relevant so that it can be useful for users of financial statements. Information is said to be relevant is the reaction of investors when the announcement of profit can be observed from the movement of shares.

The purpose of this study is to analyze and empirically test the magnitude of market reactions to earnings information content (ERC). This research was conducted by examining the effect of growth opportunity and corporate social responsibility on Earnings Response Coefficient (ERC).

This study uses a purposive sampling method for sampling. Based on the criteria of purposive sampling, the sample used in this study amounted to 22 basic industrial and chemical manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2013-2017. The research approach used in this study is descriptive analysis and verification analysis. The statistical analysis used in this study is multiple regression analysis and hypothesis testing using t test, f test, correlation analysis, and coefficient of determination.

The results showed that growth opportunity and corporate social responsibility variables had a significant influence on ERC.

Keywords: Growth Opportunity, Corporate Social Responsibility and Earnings Response Coefficient (ERC).