

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Teori**

##### 2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling theory*)

Teori sinyal (*Signaling theory*) menekankan bahwa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap setiap keputusan investasi yang dilakukan oleh pihak di luar perusahaan. Informasi tersebut merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena informasi tersebut menyajikan keterangan, catatan untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan yang berkualitas bagus tentu saja memiliki insentif untuk meyakinkan investor luar bahwa perusahaannya memang benar-benar bagus, dengan memberikan sinyal yang membutuhkan biaya yang relative mahal yang tidak memungkinkan perusahaan berkualitas rendah Informasi yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dapat menjadi sinyal yang baik bagi investor melalui laporan tahunan (Kusumo, 2008).

##### 2.1.2 Teori Stakeholder

Teori yang menyatakan bahwa kesuksesan suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuan menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *skateholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan, menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba (Wicaksono, 2018). Kesuksesan dalam perusahaan tetap harus menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan (Ratnasari & Prastiwi, 2011). Teori *stakeholder* ini memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program CSR. Program CSR pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan, dan masyarakat lokal. Sehingga

diharapkan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

### 2.1.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan teori yang paling sering digunakan terutama ketika berkaitan dengan wilayah sosial dan akuntansi lingkungan. Meskipun masih terdapat pesimisme yang kuat yang dikemukakan oleh banyak peneliti, teori ini telah dapat menawarkan sudut pandang yang nyata mengenai pengakuan sebuah perusahaan secara sukarela oleh masyarakat (Muid, 2011). Menurut (Nurdiawansyah, 2014) sebagai dasar dari teori legitimasi adalah kontak sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Selain itu juga dijelaskan bahwa dalam masyarakat yang dinamis, tidak ada sumber kekuatan institusional dan kebutuhan terhadap pelayanan yang bersifat permanen. Suatu institusi harus lolos uji legitimasi dan relevansi dengan cara menunjukkan bahwa masyarakat memerlukan jasa perusahaan dan kelompok tertentu yang memperoleh manfaat dari penghargaan yang diterimanya betul-betul mendapat persetujuan masyarakat.

### 2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah masalah yang penting bagi para pemilik perusahaan yang menjadi perhatian baru untuk semua aspek dari aktivitas perusahaan dan hubungan mereka dengan *stakeholders*, dengan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara melembaga dan berkelanjutan (Wicaksono, 2018).

CSR yang perusahaan lakukan menunjukkan bahwa perusahaan turut dengan lingkungan dan juga kesejahteraan masyarakat sekitar dan juga kesejahteraan dari para karyawan perusahaan. Dengan begitu, manfaat dari operasional yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya dirasakan ataupun dinikmati oleh pihak internal perusahaan, namun juga masyarakat luas.

### 2.1.5 Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan yang cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan selain menerapkan CSR juga perlu melakukan pengungkapan (*disclosure*) atas aktivitas CSR yang dilakukan kepada pemangku kepentingan (Restuti, 2012), dapat diartikan sebagai komitmen industri untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidup, yang berarti mengidentifikasi bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh pelaku pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Restuti (2012) menguji tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC dengan 150 perusahaan sebagai sampel menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC. Penelitian lain yang dilakukan oleh Awuy (2016) yang menguji pengungkapan CSR terhadap ERC dengan 123 sampel perusahaan menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC. Oleh sebab itu, dari hasil penelitian yang menyebutkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengkaji ulang bahwa pengungkapan CSR dapat berpengaruh terhadap ERC dengan menggunakan 3 variabel pemoderasi *growth*, *leverage*, dan *profitabilitas*.

### 2.1.6 Earning Response Coefficient

ERC adalah koefisien yang mengukur respon abnormal return sekuritas terhadap laba perusahaan yang menerbitkan sekuritas, ERC bermanfaat dalam analisis fundamental oleh investor, dalam model penilaian untuk menentukan reaksi pasar atas informasi laba perusahaan. ERC merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin pada tingginya ERC. Sebaliknya, lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin pada rendahnya ERC. Hal itu menunjukkan bahwa laba yang dilaporkan kurang berkualitas (Inayah, 2015).

ERC mengukur seberapa besar return saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan, dengan kata lain terdapat variasi hubungan antara laba perusahaan dengan return saham. Laba didefinisikan sebagai perubahan atau kenaikan ekuitas atau aset bersih atau kemakmuran bersih pemilik (pemegang saham) dalam suatu periode yang berasal dari transaksi operasi dan bukan transaksi modal (Ibrahim, 2014).

Laba mempunyai kandungan informasi yang penting bagi pasar modal. Sementara itu, investor berusaha untuk mencari informasi untuk memprediksi laba yang akan diumumkan atas dasar data yang tersedia secara publik dengan Informasi laba memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan investor, sehingga tentunya laba akan memperoleh perhatian dari para investor. Laba yang dipublikasikan dapat memberikan respon yang bervariasi, yang menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba secara bertumbuh pada setiap periode, atau dapat dikatakan bahwa laba yang dilaporkan memiliki reaksi pasar (*earnings response*) (Inayah, 2015).

#### 2.1.7. Pertumbuhan (*Growth*)

Masing-masing perusahaan mempunyai tingkat kesempatan bertumbuh yang berbeda, tergantung pada struktur modal yang dimiliki perusahaan tersebut. Kesempatan bertumbuh dapat diartikan sebagai pengkaitan sumber-sumber dalam jangka panjang untuk menghasilkan laba dimasa yang akan datang dimana *Market to Book Ratio* atau biasa disebut *price to book value* merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dan membuat perbandingan dengan perusahaan pesaing yang mencerminkan posisi harga pasar saham terhadap nilai bukunya (Inayah, 2015).

Apabila perusahaan berada pada posisi dibawah maka perusahaan berada pada posisi kesempatan bertumbuh yang baik, dan permintaan terhadap dana pun akan meningkat, apabila permintaan tersebut melebihi dana internal maka perusahaan akan menggunakan dana eksternal, khususnya hutang untuk mengoptimalkan kondisi kesempatan bertumbuh perusahaan, karena pada posisi dibawah tekanan perusahaan dihadapkan pada masalah asimetrik informasi yang

tinggi dan tidak mungkin untuk menerbitkan saham (Inayah, 2015). Oleh sebab itu, PBV adalah indikator penting dalam investasi dan merupakan rasio yang sudah secara luas dipakai di berbagai analisis sekuritas dunia.

Perusahaan dengan PBV yang tinggi memungkinkan perusahaan mendapatkan atau menambah laba sehingga PBV sehingga perlu dipertimbangan oleh investor. PBV perusahaan yang tinggi mendakan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan keuntungan serta resiko yang akan dialami akan dapat diatasi sesuai dengan apa yang telah dipersiapkan perusahaan, karena pertumbuhan perusahaan tidak lepas dari resiko – resiko yang besar dalam setiap kenaikan (*leverage*) untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Oleh sebab itu, *growth* (pertumbuhan) dapat menjadi variabel pemoderasi dari pengungkapan CSR terhadap ERC dimana dapat menunjang berpengaruhnya pengungkapan CSR terhadap ERC.

#### 2.1.8. Leverage

Leverage adalah penggunaan asset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan pemegang saham sehingga perusahaan yang menggunakan leverage dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari biaya tetap (beban tetap) (Marsito, 2016). Pada dasarnya leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva yang dimiliki perusahaan bersal dari hutang atau modal (Inayah, 2015), sehingga dengan rasio ini dapat diketahui posisi perusahaan dan kewajibannya yang bersifat tetap kepada pihak lain serta keseimbangan nilai aktiva tetap dengan modal yang ada.

Para pemilik perusahaan seperti investor perlu memperhatikan tingkat leverage perusahaan karena dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan sehingga investor dapat melihat tingkat resiko tinggi (Inayah, 2015). Keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan, perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh skateholder terhadap aktivitas perusahaan.

Aktivitas perusahaan yang memiliki manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya tidak menjadi sorotan stakeholders. Semakin tinggi tingkat resiko perusahaan maka semakin besar tingkat return atau penghasilan suatu perusahaan yang akan berdampak positif bagi ERC perusahaan tersebut.

#### 2.1.9 Profitabilitas

Profitabilitas mengatur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri. Hubungan kinerja keuangan dengan tanggungjawab sosial perusahaan paling baik diekspresikan dengan profitabilitas, oleh karena itu, pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Selain itu tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan (Nurdiawansyah, 2014). Rasio umum yang digunakan dalam melakukan analisis profitabilitas adalah sebagai berikut :

1. *Net Profit Margin* (NPM)
2. *Gross Profit Margin* (GPM)
3. *Return On Assets* (ROA)
4. *Return On Equity* (ROE)

Penelitian ini menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE). Menurut Suhardjono (2006) rasio ini adalah perhitungan dari laba bersih yang besarnya keuntungan yang telah dihitung sudah mempertimbangkan biaya sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan. Apabila profitabilitas ini dihubungkan dengan ERC maka dapat dikatakan bahwa jika profitabilitas perusahaan tinggi, laba yang dihasilkan perusahaan meingkat, selanjutnya akan mempengaruhi para investor untuk menanamkan modelnya. Oleh sebab itu profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi pengungkapan CSR terhadap ERC.

#### 2.1.10 Hubungan antara pengungkapan CSR terhadap ERC

Informasi laba merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang banyak mendapat perhatian investor. Informasi ini dapat menggambarkan kinerja perusahaan dalam melakukan dan mengelola sumber daya yang dimiliki selama satu periode tertentu dengan meningkatkan kegiatan perdagangan saham dan variabilitas return saham pada waktu pengumuman laporan keuangan. Penelitian ini menunjukkan bahwa laba memiliki kandungan informasi yang tercermin dalam harga saham (Inayah, 2015).

Perubahan pergerakan harga saham sesuai dengan ekspektasi para investor akan laba di masa yang akan datang, sehingga informasi yang diungkapkan mengenai pengumuman angka laba akan mempengaruhi tingkah laku investor dalam mengambil sebuah keputusan. Informasi yang diungkapkan tersebut salah satunya adalah pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, sedangkan tingkah laku investor merupakan respon investor terhadap pengumuman laporan tahunan perusahaan (Wondabio, 2007).

Pengungkapan CSR merupakan salah satu faktor yang pernah diteliti sebelumnya. Dari beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya telah ditemukan ketidak konsistensian dalam pengungkapan CSR terhadap ERC. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Mitha dan Cecilia (2012) menggunakan pengungkapan CSR terhadap ERC. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC, Investor masih menganggap informasi laba lebih bermanfaat dalam menilai perusahaan dan dianggap lebih mampu memberikan informasi untuk mendapatkan return saham yang diharapkan oleh investor dibandingkan dengan informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan. Hasil penelitian lain yang dilakukan Awuy dan Sayekti (2016) menggunakan pengungkapan CSR terhadap ERC. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC karena tidak mempengaruhi keputusan para investor. Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wicaksono (2018), dalam penelitiannya

pengungkapan CSR berpengaruh terhadap ERC karena investor menilai informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan mereka untuk keputusan investasi yang akan dilakukan.

Dari beberapa penelitian yang sudah diuraikan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan CSR tidak selalu berpengaruh terhadap ERC dan para investor masih mengutamakan melihat dari sudut pandang laba dalam menaruh saham dan investasi mereka. Karena hasil penelitian terdahulu tidak konsisten, maka diperkirakan ada variabel lainnya yang memoderasi. Sehingga pada penelitian ini peneliti menggunakan *growth* (pertumbuhan), *leverage*, dan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

## **2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan diantaranya : Penelitian yang dilakukan Jayanti (2011) menguji tentang pengaruh pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap ERC, menggunakan sampel sebanyak 36 perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI). Variabel yang digunakan adalah CSR, ERC, *growth*, dan leverage. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan baik sebelum menggunakan maupun sudah menggunakan variabel moderaror dan secara individu mampu mempengaruhi informasi laba perusahaan.

Dalam penelitian sebelumnya. Restuti (2012) menguji tentang pengaruh negatif pengungkapan CSR *disclosure* terhadap ERC menggunakan sampel 150 perusahaan yang terdaftar di BEI. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah ERC, CSR *diclosure*, dan Sosial Informasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC. Hal ini dapat dikatakan bahwa investor belum memperhatikan informasi-informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan sebagai informasi yang dapat mempengaruhi investor dalam melakukan keputusan investasi. Investor masih menganggap informasi laba lebih bermanfaat dalam menilai perusahaan dan dianggap lebih mampu memberikan informasi untuk mendapatkan return saham

yang diharapkan oleh investor dibandingkan dengan informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan Wulandari & Wirajaya (2014) menguji tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC menggunakan sampel 82 perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah CSR, CAR, ERC, *unexpected earnings*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ERC. Hal ini disebabkan oleh rendahnya keyakinan investor terhadap informasi CSR yang diungkapkan perusahaan dan jumlah informasi CSR yang diungkapkan perusahaan relatif sedikit.

Penelitian lain yang dilakukan yang dilakukan Inaya (2015) menguji tentang peran variabel pemoderasi pada pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan sektor pertambangan. Menggunakan 40 sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah CSR, ERC, *growth*, leverage, dan profitabilitas. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa peran variabel pemoderasi tidak dapat mempengaruhi pengungkapan CSR terhadap ERC.

Penelitian Sintya Aryanti & Sisdyani (2016) menguji tentang pengaruh profitabilitas pada ERC sebagai variabel pemoderasi menggunakan sampel sebanyak 54 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah profitabilitas, pengungkapan CSR, ERC. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada ERC, namun pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada ERC. Hasil ini mengindikasikan bahwa investor pada perusahaan pertambangan dalam mengambil keputusan investasi lebih memperhatikan profitabilitas dibandingkan dengan pengungkapan CSR.

Penelitian lain yang dilakukan Awuy (2016) menguji tentang pengaruh dari pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan terhadap respon pasar terhadap laba perusahaan (ERC) menggunakan sampel 123 perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah pengungkapan CSR, ERC, GRI-G3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak

berpengaruh terhadap ERC perusahaan tersebut. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR perusahaan tidak mempengaruhi keputusan investasi oleh para investor.

Penelitian lain yang dilakukan Wicaksono (2018) menguji tentang pengungkapan tanggung jawab sosial pada koefisien respon laba, menggunakan 51 perusahaan tahun 2015. Variabel yang digunakan CSR dan ERC. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengungkapan tanggungjawab sosial berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

**Tabel 2.1**  
**Tinjauan Penelitian Terdahulu**

NO	PENELITI	JUDUL	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	SAMPEL	METODE PENELITIAN	HASIL
1.	Erny Dwi Jayanti (2011)	Pengaruh pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap ERC	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan terhadap nilai <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC)	Variabel independen : <i>Corporate social responsibility</i> (CSR)  Variabel dependen : <i>earning response coefficient</i> (ERC)  Variabel moderasi : <i>Growth, Leverage</i>	Sampel yang digunakan sebanyak 24 perusahaan bertampan dari 36 jumlah proporsi perusahaan yang terdaftar di BEI	Studi kasus pada perusahaan pertambangan	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan baik sebelum menggunakan maupun sudah menggunakan variabel moderaror dan secara individu mampu mempengaruhi informasi
2.	Mitha Dwi Resturi (2012)	Pengaruh pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap <i>earning response coefficient</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh negatif <i>earning response coefficient</i> (ERC)	Variabel independen : pengungkapan tanggungjawab sosial  Varibel dependen : ERC	Sampel yang digunakan sebanyak 150 perusahaan yang terdaftar di BEI	Studi kasus pada perusahaan pertambangan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC. Hal ini dapat dikatakan bahwa investor belum memperhatikan informasi-informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan sebagai informasi yang dapat mempengaruhi investor dalam melakukan keputusan investasi.

3	Kadek Trisna Wulandari dan i gede ary wirajaya (2014)	Pengaruh pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap <i>earning response coefficient</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC	Variabel Independen : Pengungkapan CSR  Variabel dependen : ERC  Variabel kontrol : CAR dan UE	Sampel yang digunakan sebanyak 82 perusahaan yang terdaftar di BEI	Studi kasus pada perusahaan pertambangan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ERC. Hal ini disebabkan oleh rendahnya keyakinan investor terhadap informasi CSR yang diungkapkan perusahaan dan jumlah informasi CSR yang diungkapkan perusahaan relatif sedikit
4.	Inayah Rakmaniah (2015)	Peran variabel pemoderasi pada pengaruh <i>earning response coefficient</i>	Penelitian ini menguji tentang peran variabel pemoderasi pada pengaruh pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> terhadap <i>earning response coefficient</i> pada perusahaan sektor pertambangan	Variabel independen: <i>Corporate social responsibility</i>  Variabel dependen: <i>Earning response coefficient</i>  Variabel moderasi: <i>Growth, Leverage, Profitabilitas</i>	Sampel yang digunakan sebanyak 40 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI	Studi kasus pada perusahaan pertambangan.	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa peran variabel pemoderasi tidak dapat mempengaruhi pengungkapan CSR terhadap ERC.
5.	Gusti ayu putu sintya aryanti dan Eka ardhani sisdyani (2016)	Profitabilitas pada <i>earning response coefficient</i> dengan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas pada <i>earning response coefficient</i> dengan menambahkan pengungkapan	Variabel Independen: Profitabilitas.  Variabel Dependen: <i>earning response coefficient</i> .	Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 54 perusahaan yang terdaftar di BEI.	Studi kasus pada perusahaan pertambangan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada ERC, namun pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada ERC. Hasil

		sebagai variabel pemoderasi	<i>corporate social responsibility</i> sebagai variabel pemoderasi.	Variabel moderasi: <i>corporate social responsibility</i>			ini mengindikasikan bahwa investor pada perusahaan pertambangan dalam mengambil keputusan investasi lebih memperhatikan profitabilitas dibandingkan dengan pengungkapan CSR
6.	Vinta paulinda Awuy, Yosefa Sayekti, dan Indah Purnamawati (2016)	Pengaruh pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> terhadap <i>earning respomse coefficient</i> (ERC) (suatu studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2013)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan informasi <i>corporate social responsibility</i> dalam laporan tahunan perusahaan terhadap respon pasar terhadap laba perusahaan ( <i>earning respomse coefficient</i> )	Variabel Independen: <i>corporate social responsibility</i>  Variabel dependen: <i>earning respomse coefficient</i>	Jumlah sampel sebanyak 123 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI	Studi kasus pada perusahaan pertambangan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak berpengaruh terhadap ERC perusahaan tersebut. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR perusahaan tidak mempengaruhi keputusan investasi oleh para investor.
7.	Agung prasetyo nugroho wicaksono (2018)	CSR <i>disclousure</i> dan <i>Earning Response Coefficient</i>	Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh informasi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan terhadap respon laba.	Variabel independen; CSR <i>disclousure</i>  Variabel dependen: <i>Earning Response Coefficient</i>	Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 51 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI	Metode yang digunakan adalah regresi linier	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR berpengaruh terhadap ERC. Hal tersebut mengindikasikan bahwa investor menilai informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan mereka untuk keputusan investasi yang akan dilakukan

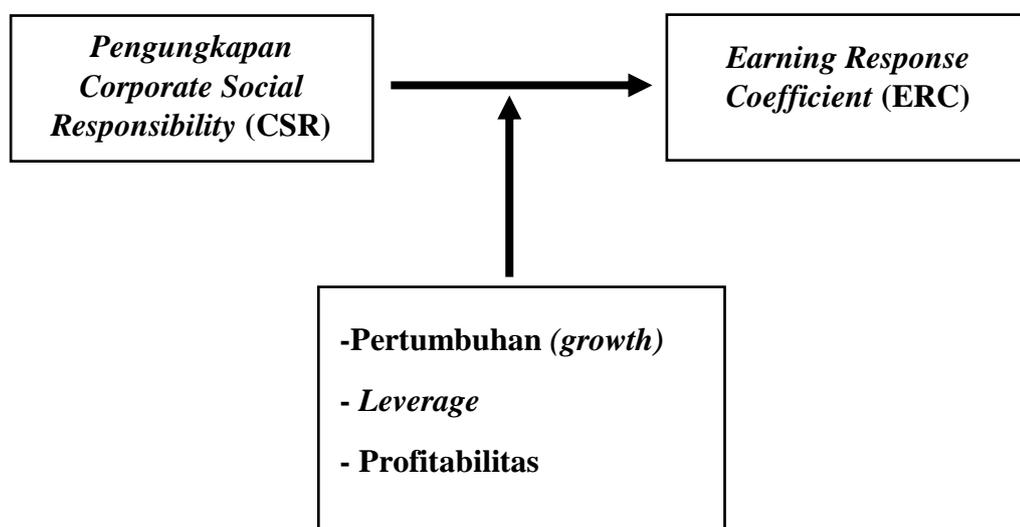
### 2.3 Model Konseptual Penelitian

Sebuah perusahaan dapat menarik minat para investor untuk berinvestasi diperusahaan dengan melihat tingkat keberhasilan perusahaan. Tingkat keberhasilan perusahaan tentu adanya dukungan dari masyarakat sekitar demi meningkatkan kualitas perusahaan supaya rasa percaya dan menarik bagi para investor.

Dukungan dari masyarakat tercipta oleh hasil kerjasama perusahaan dengan masyarakat melihat banyaknya aktivitas perusahaan yang mungkin berdampak bagi masyarakat sekitar. Dengan melihat hasil pertumbuhan (*growth*) dari perusahaan maka masyarakat akan mendapatkan hasil yang positif serta dengan melihat tingkat rasio keuntungan bagi perusahaan maka perusahaan akan semakin tinggi tingkat kesuksesan serta banyaknya para investor untuk berinvestasi dengan melihat hasil dari laba perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dibuat suatu kerangka pemikiran teoritis yang menggambarkan variabel-variabel yang mempengaruhi pengungkapan CSR terhadap ERC. Faktor – faktor tersebut antara lain *growth*, leverage dan profitabilitas sebagai pemoderasi. Kerangka pemikiran dijelaskan pada gambar 2.1 sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Model Konseptual Penelitian**



## 2.4 Pengembangan Hipotesis

### 2.4.1 Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap ERC

Pengungkapan CSR terhadap ERC merupakan sebuah sinyal kepada pasar untuk memotivasi dari manajer mengenai perusahaannya berguna menyampaikan sinyal baik kepada *stakeholder* (Harmanta & Yadnyana, 2017). Pengungkapan CSR merupakan suatu informasi yang merupakan sinyal – sinyal dari perusahaan dimasa depan, karena pengungkapan ini berkaitan dengan laba perusahaan dimasa yang akan datang . Sejalan dengan penelitian Wicaksono (2018) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap ERC. Berdasarkan uraian di atas, dapat disusun hipotesis :

**H<sub>1</sub> : Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap ERC**

### 2.4.2 *Growth* merupakan variabel pemoderasi pada pengungkapan CSR terhadap ERC

*Growth* adalah kemampuan perusahaan menjalankan bidang usahanya untuk lebih dalam mendapatkan kesempatan memperoleh laba dari perusahaan lainnuya yang setara dalam suatu kelompok industri. Pertumbuhan perusahaan diukur dari *market to book ratio* masing-masing perusahaan pada akhir periode laporan keuangan (Harmanta & Yadnyana, 2017). Oleh sebab itu, perusahaan dituntut untuk meningkatkan laba demi untuk mendapatkan para investor untuk bekerja sama. Dalam penelitian Inayah (2015) menyebutkan bahwa salah satu variabel moderasi yaitu *growth* berpengaruh dalam pengungkapan CSR terhadap ERC sebagai variabel moderasi. Berdasarkan uraian di atas, dapat disusun hipotesis :

**H<sub>2</sub> : *Growth* memoderasi pengungkapan CSR terhadap ERC**

### 2.4.3 *Leverage* merupakan variabel pemoderasi pada pengungkapan CSR terhadap ERC

Suatu perusahaan memiliki struktur modal dengan tingkat leverage tinggi berarti hutang yang dimiliki perusahaan lebih tinggi dari pada modal perusahaan. Jika perusahaan mendapatkan laba maka yang akan diuntungkan adalah pihak kreditur, sehingga respon pemegang saham semakin negatif terhadap laba yang diperoleh perusahaan, karena pemegang saham menganggap bahwa laba yang

diperoleh perusahaan menguntungkan pihak kreditur (Harmanta & Yadnyana, 2017). Dalam penelitian Awuy (2016) menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap ERC, hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat leverage akan semakin tinggi resiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat return atau penghasilan yang diharapkan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disusun hipotesis :

**H3 : *Leverage* memoderasi pengungkapan CSR terhadap ERC**

2.3.4 Profitabilitas merupakan variabel pemoderasi pada pengungkapan CSR terhadap ERC

keuntungan perusahaan dalam mendapatkan para investor merupakan salah satu keuntungan bagi masyarakat sekitar perusahaan serta berdampak positif bagi kelangsungan hidup masyarakat yang bergantung pada perusahaan dengan saling kerjasama dalam pengelolaan lingkungan yang dapat meningkatkan perusahaan dan memberikan sinyal berupa informasi mengenai prospek perusahaan dimasa mendatang kepada investor yang akan tertarik untuk berinvestasi yang selanjutnya akan meningkatkan ERC. Seperti hasil penelitian Inayah (2015) yang menyebutkan bahwa semakin tinggi laba maka akan semakin menarik para investor untuk menanamkan sahamnya, oleh sebab itu profitabilitas berpengaruh positif terhadap ERC sebagai variabel moderasi. Berdasarkan uraian diatas, dapat disusun hipotesis:

**H4 : Profitabilitas memoderasi pengungkapan CSR terhadap ERC**