

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earning Response Coefficient (Erc) Dengan Profitabilitas Sebagai Prediktor

Delvina Hartanto dan Henryanto Wijaya
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Tarumanagara, Jakarta
*E-mail: delvina.hartanto@yahoo.co.id

Abstract: *Earnings information is the most responded information by investors because it provides a description of the company's performance, but the information alone is sometimes not enough profit to serve as the basis of decision making for investors. The level of profit can be measure by using Earning Response Coefficient (ERC). The strong market reaction to earnings information reflected in the high earnings response coefficients. The purpose of this study is to analyze the effects of Firm Size and Growth with Profitability as predictor to Earning Response Coefficient. Population in this study are mining companies listed in Indonesia Stock Exchange 2014-2017. Sampling technique that used in this study is purposive sampling and obtained 14 mining companies with four years study period and give 56 sample unit. Data analysis method in this study is panel data regression using software Eviews version 10. The result showed that Firm Size and Growth has no significant effect to Earning Response Coefficient, while Profitability has negative significant effect to Earning Response Coefficient, and also Profitability strengthen the relationships of Firm Size and Growth to Earning Response Coefficient.*

Keywords: *Firm Size, Growth, Profitability, Earning Response Coefficient.*

Abstrak: Informasi laba adalah informasi yang paling ditanggapi oleh investor karena menyediakan deskripsi mengenai kinerja perusahaan, tetapi informasi itu sendiri terkadang tidak cukup untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan bagi investor. Tingkat laba dapat diukur dengan menggunakan Koefisien Respon Laba. Reaksi pasar yang kuat terhadap informasi laba tercermin dalam koefisien respon laba yang tinggi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan dengan Profitabilitas sebagai prediktor terhadap Koefisien Respon Laba. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan diperoleh 14 perusahaan pertambangan dengan periode empat tahun dan memberikan 56 unit sampel. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi data panel dengan menggunakan perangkat lunak *Eviews* versi 10. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Koefisien Respon Laba, sedangkan Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap Koefisien Respon Laba, dan juga Profitabilitas memperkuat hubungan Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan terhadap Koefisien Respon Laba.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan, Profitabilitas, Koefisien Respon Laba.

LATAR BELAKANG

Menurut (PSAK, 2015) fungsi laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi pada posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas dari perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan yang diterbitkan suatu perusahaan harus dapat mengungkapkan kondisi perusahaan yang sebenarnya, sehingga bermanfaat bagi masyarakat umum. Salah satu indikator bahwa suatu informasi akuntansi relevan untuk pengambilan keputusan adalah adanya reaksi pemodal pada saat diumumkannya suatu informasi yang dapat diamati. Reaksi pasar dipicu oleh berbagai hal, seperti pengumuman yang berhubungan dengan laba (*earnings related announcements*). Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mengukur laba, yaitu dengan menggunakan variabel *Earning Response Coefficient (ERC)*. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tingginya *ERC*. Jika laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*), maka menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. Penelitian tentang *ERC* selalu dikaitkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *ERC*, yaitu risiko sistematis, pertumbuhan, persistensi laba, dan ukuran perusahaan.

Semakin besar perusahaan maka semakin banyak informasi tentang perusahaan yang tersedia sehingga investor lebih mudah untuk menafsirkan informasi yang dapat mengurangi ketidakpastian arus kas masa depan perusahaan dan menyimpulkan bahwa lebih besar ukuran perusahaan maka lebih tinggi *ERC*. Tetapi, beberapa penelitian seperti (Paramita, 2012; Fitri, 2013; Prastowo, 2017) menyatakan bahwa *Firm Size* tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap *ERC*. mengatakan ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *ERC* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena sebagian besar adalah perusahaan besar, sehingga ukuran perusahaan tidak dipertimbangkan oleh investor.

Pemegang saham juga akan memberikan respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi dikarenakan akan memberikan manfaat yang tinggi di masa depan bagi investor. Namun hasil penelitian (Palupi, 2006) dalam (Azizi, Pramuka, dan Hidayat, 2016) mengatakan bahwa terdapat hubungan negatif karena dugaan motivasi investor dalam investasi bukan untuk keuntungan jangka panjang melainkan untuk keuntungan dalam bentuk uang.

Dalam penelitian lain seperti dalam (Setiawati, Nursiam, dan Apriliana, 2014), profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba. Hasil penelitian menyatakan bahwa probabilitas perusahaan mempengaruhi *ERC*. Tetapi, terdapat hasil yang berbeda dari penelitian (Arfan dan Antasari, 2008; Susanto, 2012) dimana memperlihatkan bahwa profitabilitas perusahaan tidak mempengaruhi *ERC*. Ini mungkin terjadi karena perbedaan pada pengukuran nilai profitabilitas perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian (Irawati, 2018) profitabilitas tidak memoderasi hubungan *firm size* terhadap *ERC* dan *Profitability* tidak memoderasi hubungan *Growth* terhadap *ERC*.

Banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai *ERC* pada perusahaan yang terdaftar di BEI, namun masih terdapat *research gap*. Ini dapat disebabkan karena perbedaan sifat variabel-variabel yang diteliti sampai perbedaan periode pengamatan dan lain sebagainya. Penelitian ini mencoba melakukan perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya dengan memperluas penelitian dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi prediktor dan variabel independen yakni *firm size* dan *growth*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh *firm Size*, *growth*, profitabilitas terhadap *earning response coefficient* dan untuk mengetahui apakah profitabilitas memperkuat hubungan *firm size* dan *growth* terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan, investor, peneliti berikutnya, serta para pembaca.

KAJIAN TEORI

Penelitian dengan topik *earning response coefficient* ini didasari dengan beberapa teori, yaitu *signalling theory* dan *agency theory*.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*). (Brigham dan Houston, 2011) mendefinisikan sinyal sebagai suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberikan petunjuk bagi investor mengenai bagaimana manajemen melihat prospek perusahaan. Sinyal yang disebutkan merupakan informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan mengenai apa yang telah dilakukan manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik berupa keterangan, catatan atau gambaran dari masa lalu hingga masa yang akan datang, yang penting bagi investor dan pelaku bisnis untuk kelangsungan hidup perusahaan serta untuk keputusan investasi pihak luar perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar sehingga pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Paramita, 2012).

Teori Keagenan (*Agency Theory*). Menurut (Jensen dan Meckling dalam Godfrey, *et al.*, 2010), hubungan agensi timbul ketika terdapat sebuah kontrak dimana satu pihak (*principal*) melibatkan pihak yang lain (*agency*) untuk melakukan atau memberikan tindakan atas nama *principal*. Dibawah kontrak tersebut, *principal* mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada *agency*. Hubungan agensi dapat terjadi karena pemilik perusahaan (*principal*) tidak memiliki kemampuan untuk mengelola perusahaannya sendiri, maka dari itu, pemilik harus mempekerjakan orang lain sebagai perwakilan dari perusahaan yang disebut sebagai agen. Konflik kepentingan (*agency problem*) dapat timbul jika kepentingan manajemen tidak selaras dengan kepentingan pemegang saham. Perusahaan mengeluarkan *agency cost* untuk menangani *agency problem* dalam suatu perusahaan. *Agency cost* merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan pengawasan manajemen agar meyakinkan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan perjanjian dalam kontrak perusahaan (Paramita, 2012).

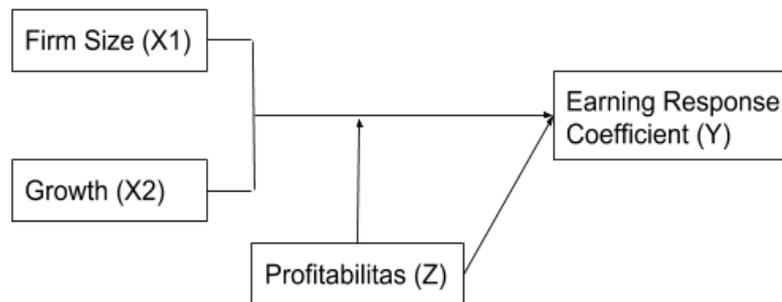
Earning Response Coefficient (ERC). Reaksi pasar terjadi karena adanya kandungan informasi dari suatu peristiwa yang dapat dilihat dengan adanya perubahan harga saham dan *return* saham. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi yang terkandung dalam laba dapat dilihat pada tingginya *earnings response coefficient (ERC)* yang menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. *ERC* adalah salah satu proksi yang digunakan untuk mengukur kualitas laba (Paramita, 2012). Menurut (Suwarno, Tumirin, dan Zamzami, 2017) *ERC* adalah efek dari *unexpected earnings shock* pada *cumulative abnormal return*, yang ditunjukkan melalui slopa koefisien dalam regresi *abnormal return* saham dengan *unexpected earnings*. Jadi dapat disimpulkan bahwa *ERC* digunakan untuk menjelaskan reaksi pasar atau respon atas perubahan harga saham terhadap informasi laba yang dihasilkan perusahaan yang diperoleh dari regresi antara *cumulative abnormal return* dan *unexpected earnings*.

Ukuran Perusahaan (*Firm Size*). Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dihitung menggunakan beberapa cara seperti total aset, penjualan bersih, kapitalisasi pasar dan lain-lain. Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kategori jika dilihat dari total aset perusahaan yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar cenderung memberikan informasi yang lebih banyak dan lengkap dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan dengan ukuran yang besar juga cenderung memiliki aktiva yang besar dimana berpengaruh pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Investor akan lebih merespon perusahaan yang memiliki laba besar yang dapat dilihat dari *ERC* yang tinggi.

Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*). Pertumbuhan perusahaan merupakan peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat dihitung dari persentase perubahan aset pada tahun tertentu dengan tahun sebelumnya. Menurut (Brigham dan

Houston, 2011) perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi pada umumnya lebih bergantung pada modal eksternal. Pertumbuhan perusahaan dapat menjadi indikator dari profitabilitas dan keberhasilan perusahaan karena jika perusahaan dapat memperoleh laba maka tersedia dana internal yang cukup untuk kebutuhan investasi. Perusahaan yang bertumbuh lebih besar cenderung memiliki *ERC* lebih tinggi.

Profitabilitas. Kemampuan perusahaan untuk mencapai keuntungan dan menjadi ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan, dimana ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan dari hasil penjualan dan pendapatan investasi disebut sebagai profitabilitas (Kasmir, 2011). Profitabilitas juga menunjukkan perbandingan antara laba yang diperoleh perusahaan dengan penjualan, aktiva atau modal yang menghasilkan laba. Profitabilitas dapat mempengaruhi reaksi pasar atas laba perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka *ERC* semakin besar. Profitabilitas merupakan variabel yang mungkin mempengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dan pertumbuhan dengan *ERC*. Rasio profitabilitas yang tinggi cenderung terdapat pada perusahaan dengan ukuran yang besar dan pertumbuhan yang tinggi. Rasio profitabilitas yang tinggi dapat menghasilkan laba lebih besar dan reaksi pasar yang tinggi. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.Kerangka Pemikiran

Hipotesis dari model yang dibangun di atas adalah sebagai berikut:

- Ha1 : *Firm Size* berpengaruh positif signifikan terhadap *ERC*.
- Ha2 : *Growth* berpengaruh positif signifikan terhadap *ERC*.
- Ha3 : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *ERC*.
- Ha4 : Profitabilitas memperkuat hubungan antara *Firm Size* terhadap *ERC*.
- Ha5 : Profitabilitas memperkuat hubungan antara *Growth* terhadap *ERC*.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal untuk menguji pengaruh variabel perlakuan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan hubungan kausal antara *Firm Size* dan *Growth* terhadap *Earning Response Coefficient* dengan variabel moderasi Profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017.

Objek penelitian pada penelitian ini terdiri dari *firm size*, *growth*, *earning response coefficient*, dan profitabilitas dengan 14 perusahaan pertambangan yang diobservasi selama 4 tahun, dari tahun 2014 hingga tahun 2017. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *earning response coefficient*. Variabel independen pada penelitian ini adalah *firm size* dan *growth*. Serta variabel moderasi pada penelitian ini adalah profitabilitas.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Dari populasi tersebut akan dilakukan penarikan sampel untuk penelitian ini. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut: a. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017; b. Perusahaan pertambangan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)*, *delisting* dan *relisting* pada tahun 2014-2017; c. Perusahaan pertambangan yang tidak menyajikan laporan keuangan per tanggal 31 Desember; dan d. Perusahaan pertambangan yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan mata uang Rupiah.

Jumlah sampel yang memenuhi kriteria sampel di atas adalah sebanyak 14 perusahaan dan tahun penelitian adalah 4 tahun, maka jumlah sampel dikalikan 4 menjadi 56 data untuk periode 2014-2017.

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dari logaritma natural total aset perusahaan dengan tujuan mengurangi fluktuasi data berlebih.

$$\text{Firm Size} = \text{Ln} (\text{Total Assets})$$

Sumber: (Murhadi, 2013)

Pertumbuhan aset perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio *Asset Growth* (AG) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{AG} = \frac{\text{Total Assets } t - \text{Total Assets } t-1}{\text{Total Assets } t-1}$$

Sumber: (Jogiyanto, 2010) as cited in (Chairiyah, 2013)

ERC adalah koefisien yang didapatkan dari *unexpected earnings* dengan *abnormal return* (Sari, Paramita dan Taufiq, 2018). Perhitungan *ERC* dilakukan dengan beberapa tahap menurut (Sari et al., 2018):

- 1) Menghitung *return* harian saham perusahaan dan indeks pasar.

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

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

Keterangan:

R_{it} = Return harian saham perusahaan i pada hari ke t

P_{it} = Harga saham perusahaan i pada hari ke t

P_{it-1} = Harga saham perusahaan i pada hari ke t-1

R_{mt} = Return indeks pasar pada hari ke t

$IHSG_t$ = Indeks Harga Saham Gabungan pada hari ke t

$IHSG_{t-1}$ = Indeks Harga Saham Gabungan pada hari ke t-1

- 2) Menghitung *Abnormal Return* (AR) dengan rumus:

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

Keterangan:

AR_{it} = *Abnormal Return* untuk perusahaan i pada hari ke t

3) Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR)

$$CAR_{i(t-3,t+3)} = \sum_{t=-3}^{+3} AR_{it}$$

Keterangan:

$CAR_{i(t-3,t+3)}$ = *Cumulative Abnormal Return* perusahaan i pada hari ke t-3 hingga t+3

4) Menghitung *Unexpected Earnings* (UE) dengan rumus:

$$UE_{it} = \frac{(EAT_{it} - EAT_{it-1})}{EAT_{it-1}}$$

Keterangan:

UE_{it} = *Unexpected Earning* perusahaan i pada periode t

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

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

5) Menghitung ERC dengan rumus:

$$CAR_{i(t-3,t+3)} = \alpha + \beta UE_{i,t} + \varepsilon$$

Keterangan:

α = Konstanta

β = Nilai ERC

ε = Error

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE) yang dapat dihitung dengan menggunakan cara sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Equity}}$$

Sumber: (Wild, Subramanyam, dan Halsey, 2009)

Dalam penelitian ini pertama-tama dilakukan analisis regresi data panel dengan menentukan teknik analisis data panel yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), *Random Effect Model* (REM). Untuk menentukan teknik analisis data panel yang sesuai dan terbaik untuk digunakan dalam penelitian ini, maka dilakukan Uji Chow dan Uji Lagrange Multiplier. Selanjutnya melakukan *Moderate Regression Analysis* (MRA) untuk mengetahui apakah variabel *moderating* akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Hipotesis pada penelitian ini diuji menggunakan uji t (*t-test*), uji F (ANOVA), dan uji koefisien determinasi (R^2). Kemudian, metode yang digunakan adalah metode regresi berganda untuk menguji pengaruh *firm size* dan *growth* terhadap *earning response coefficient* dengan *profitabilitas* sebagai prediktor.

Persamaan model regresi untuk penelitian ini sebagai berikut:

Regresi 1

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1i,t} + \beta_2 X_{2i,t} + \beta_3 Z_{i,t} + e$$

Regresi 2

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1i,t} + \beta_2 X_{2i,t} + \beta_3 Z_{i,t} + \beta_4 X_{1i,t} Z_{i,t} + \beta_5 X_{2i,t} Z_{i,t} + e$$

Keterangan:

Y	= <i>Earning Response Coefficient</i>
α	= Konstanta
$\beta_1\beta_2\beta_3\beta_4\beta_5$	= Koefisien regresi
X ₁	= <i>Firm Size</i>
X ₂	= <i>Growth</i>
Z	= Profitabilitas
e	= Error

HASIL UJI STATISTIK

Uji *chow* atau *likelihood* adalah tahap pengujian pertama yang dilakukan untuk memilih model estimasi data panel yang terbaik antara *common effect model* atau *fixed effect model*.

Hasil uji Chow, untuk regresi pertama, nilai probabilitas pada *cross-section chi-square* sebesar 0,1156 dan untuk regresi kedua, nilai probabilitas pada *cross-section chi-square* sebesar 0,4813. Nilai probabilitas pada *cross-section chi-square* lebih besar daripada tingkat signifikansi sebesar 0,05 artinya H₀ diterima, maka model estimasi yang dipilih dari hasil uji *chow* atau *likelihood* untuk kedua regresi adalah *common effect model*. Pengujian selanjutnya yang perlu dilakukan adalah uji *lagrange multiplier* (LM) yang digunakan untuk memilih model estimasi data panel yang tepat antara *random effect model* atau *common effect model*.

Hasil uji LM untuk regresi pertama dapat dilihat pada Breusch-Pagan nilai *cross-section P value* sebesar 0,4230 dan untuk regresi kedua dilihat pada Breusch-Pagan nilai *cross-section P value* sebesar 0,1496. Nilai *cross-section P value* lebih besar daripada tingkat signifikansi sebesar 0,05 artinya H₀ diterima, maka model estimasi yang dipilih dari hasil uji *lagrange multiplier* adalah *common effect model*. Dapat disimpulkan bahwa model yang paling tepat digunakan untuk kedua regresi dalam penelitian ini adalah *common effect model*.

Selanjutnya analisis regresi data panel yang dilakukan dengan menggunakan *common effect model* untuk menguji pengaruh antara variabel independen yaitu *firm size* dan *growth* terhadap variabel dependen yaitu *earning response coefficient* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi prediktor.

Berikut hasil pengolahan regresi data panel sebelum dan sesudah adanya moderasi:

Tabel 1
Analisis Regresi Berganda Regresi Pertama

Dependent Variable: ERC				
Method: Panel Least Squares				
Date: 01/07/19 Time: 14:22				
Sample: 2014 2017				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 14				
Total panel (balanced) observations: 56				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
SIZE	-0.497483	0.339669	-1.464611	0.1490
GROWTH	-0.065390	1.879254	-0.034796	0.9724
PROFITABILITAS	-0.450005	1.844117	-0.244022	0.8082
C	14.04506	9.673857	1.451858	0.1525
R-squared	0.060361	Mean dependent var	0.023751	
Adjusted R-squared	0.006152	S.D. dependent var	3.262960	
S.E. of regression	3.252909	Akaike info criterion	5.265725	
Sum squared resid	550.2335	Schwarz criterion	5.410393	
Log likelihood	-143.4403	Hannan-Quinn criter.	5.321813	
F-statistic	1.113477	Durbin-Watson stat	1.420791	
Prob(F-statistic)	0.352087			

Tabel 2
Analisis Regresi Berganda Regresi Kedua

Dependent Variable: ERC				
Method: Panel Least Squares				
Date: 01/06/19 Time: 16:50				
Sample: 2014 2017				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 14				
Total panel (balanced) observations: 56				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
SIZE	-0.258820	0.326241	-0.793340	0.4313
GROWTH	-0.091630	1.751321	-0.052320	0.9585
PROFITABILITAS	-98.02075	47.88551	-2.046981	0.0459
C	7.395412	9.274012	0.797434	0.4290
SIZE*PROFITABILITAS	3.227361	1.684505	1.915910	0.0611
GROWTH*PROFITABILITAS	-39.26500	12.63046	-3.108756	0.0031
R-squared	0.215348	Mean dependent var	0.023751	
Adjusted R-squared	0.136883	S.D. dependent var	3.262960	
S.E. of regression	3.031424	Akaike info criterion	5.156899	
Sum squared resid	459.4764	Schwarz criterion	5.373901	
Log likelihood	-138.3932	Hannan-Quinn criter.	5.241030	
F-statistic	2.744505	Durbin-Watson stat	1.815469	
Prob(F-statistic)	0.028793			

Sumber: Data diolah menggunakan *Eviews 10*

Setelah dilakukan analisis regresi berganda, model persamaan regresi berganda yang pertama yaitu sebelum adanya moderasi adalah sebagai berikut:

$$Y = 14.04506 - 0.497483 X_1 - 0.065390 X_2 - 0.450005 Z + e$$

Dari persamaan regresi diatas, dapat diartikan bahwa jika nilai *firm size*, *growth* dan *profitabilitas* sama dengan nol, maka nilai *earning response coefficient* sebesar 14.04506 satuan. Jika nilai *firm size* naik satu satuan, nilai *growth* dan *profitabilitas* adalah konstan, maka nilai *earning response coefficient* menurun sebesar 0.497483 satuan. Jika nilai *growth* naik satu satuan, nilai *firm size* dan *profitabilitas* adalah konstan, maka nilai *earning response coefficient* menurun sebesar 0.065390 satuan. Jika nilai *profitabilitas* naik satu satuan, nilai *firm size* dan *growth* adalah konstan, maka nilai *earning response coefficient* menurun sebesar 0.45005 satuan.

Model persamaan regresi berganda yang kedua yaitu setelah adanya moderasi adalah sebagai berikut:

$$Y = 7.395412 - 0.258820 X_1 - 0.091630 X_2 - 98.02075 Z + 3.227361 X_1Z - 39.26500 X_2Z + e$$

Dari persamaan regresi diatas, dapat diartikan bahwa jika nilai *firm size*, *growth*, *profitabilitas*, *firm size* dengan moderasi *profitabilitas*, dan *growth* dengan moderasi *profitabilitas* sama dengan nol, maka nilai *earning response coefficient* sebesar 7.395412. Jika nilai *firm size* naik satu satuan dan nilai *growth*, *profitabilitas*, *firm size* dengan moderasi *profitabilitas*, *growth* dengan moderasi *profitabilitas* adalah konstan, maka nilai *earning response coefficient* menurun sebesar 0.258820 satuan. Jika nilai *growth* naik satu satuan dan nilai *firm size*, *profitabilitas*, *firm size* dengan moderasi *profitabilitas*, *growth* dengan moderasi *profitabilitas* adalah konstan, maka nilai *earning response coefficient* menurun sebesar 0.091630 satuan. Jika nilai *profitabilitas* naik satu satuan dan nilai *firm size*, *growth*,

firm size dengan moderasi profitabilitas, *growth* dengan moderasi profitabilitas adalah konstan, maka nilai *earning response coefficient* menurun sebesar 98.02075 satuan. Jika nilai *firm size* dengan moderasi profitabilitas naik satu satuan dan nilai *firm size*, *growth*, profitabilitas, *growth* dengan moderasi profitabilitas adalah konstan, maka nilai *earning response coefficient* meningkat sebesar 3.227361 satuan. Jika nilai *growth* dengan moderasi profitabilitas naik satu satuan dan nilai *firm size*, *growth*, profitabilitas, *firm size* dengan moderasi profitabilitas adalah konstan, maka nilai *earning response coefficient* menurun sebesar 39.26500 satuan.

Uji F juga digunakan untuk menguji apakah penelitian model regresi layak/signifikan atau tidak layak/non-signifikan dilakukan penelitian. Jika $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dan jika $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji F dari penelitian ini untuk regresi pertama sebesar 0.352087. Nilai *Prob (F-statistic)* > 0.05 artinya H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pertama tidak layak untuk diteliti dan variabel *firm size*, *growth* dan profitabilitas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hasil uji F dari penelitian ini untuk regresi pertama sebesar 0.028793. Nilai *Prob (F-statistic)* < 0.05 artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi 2 layak untuk diteliti dan variabel *firm size*, *growth*, profitabilitas, *firm size* dengan moderasi profitabilitas, dan *growth* dengan moderasi profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individu atau parsial terhadap variabel dependen. Apabila tingkat signifikansi (α) kurang dari 0,05 artinya H_0 diterima, berarti secara parsial, variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Selanjutnya, tentukan arah variabel independen terhadap variabel dependen, jika nilai *coefficient* variabel independen menunjukkan nilai positif, maka variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen dan sebaliknya. Hasil uji t nilai *coefficient* untuk variabel *firm size* menunjukkan arah negatif. Lalu, nilai probabilitas variabel *firm size* sebesar 0.4313 dimana nilai probabilitas lebih besar daripada tingkat signifikansi sebesar 0.05 ($0.4313 > 0.05$). Secara statistik, *Firm size* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *earning response coefficient*. Nilai *coefficient* untuk variabel *growth* pada tabel diatas menunjukkan arah negatif. Nilai probabilitas variabel *growth* sebesar 0.9585 dimana nilai probabilitas lebih besar daripada tingkat signifikansi sebesar 0.05 ($0.9585 > 0.05$). Secara statistik, *growth* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *earning response coefficient*. Nilai *coefficient* untuk variabel profitabilitas pada tabel diatas menunjukkan arah negatif. Kemudian, nilai probabilitas untuk variabel profitabilitas sebesar 0.0459 dimana nilai probabilitas lebih kecil daripada tingkat signifikansi sebesar 0.05 ($0.0459 < 0.05$). Maka secara statistik, profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap *earning response coefficient*. Pada tabel diatas, nilai *coefficient* untuk variabel *firm size* dengan moderasi profitabilitas menunjukkan arah positif. Nilai probabilitas variabel *firm size* dengan moderasi profitabilitas adalah 0.0611 sehingga nilai probabilitas lebih besar daripada tingkat signifikansi sebesar 0.05 ($0.0611 > 0.05$). Secara statistik, *firm size* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* dengan Profitabilitas sebagai moderasi. Nilai *coefficient* untuk variabel *growth* dengan moderasi profitabilitas menunjukkan arah negatif. Nilai probabilitas variabel *growth* dengan moderasi profitabilitas adalah 0.0031 sehingga nilai probabilitas lebih kecil daripada tingkat signifikansi sebesar 0.05 ($0.0031 < 0.05$). Maka secara statistik, *growth* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* dengan Profitabilitas sebagai moderasi.

Uji koefisien determinasi atau R^2 dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen yaitu *firm size*, *growth* dan profitabilitas dalam menerangkan varian variabel dependen yaitu *earning response coefficient*. *Adjusted R Square* digunakan untuk menentukan nilai koefisien determinasi. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah diantara nol (0) dan satu (1), yaitu $0 < R^2 < 1$. Jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati 1 maka semakin tinggi kemampuan variabel-variabel independen yaitu *firm size*, *growth*, profitabilitas, *firm size* dengan moderasi profitabilitas dan *growth* dengan moderasi profitabilitas untuk menjelaskan varian variabel *earning response coefficient*. Uji koefisien determinasi juga dapat menunjukkan apakah variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil Uji R^2 untuk regresi pertama yaitu *firm size*, *growth*, profitabilitas, dalam model regresi pertama hanya mampu menjelaskan variabel *earning response coefficient* sebesar 0.006152 atau 0.6152%, sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Hasil Uji R^2 untuk regresi kedua yaitu *firm size*, *growth*, profitabilitas, *firm size* dengan moderasi profitabilitas dan *growth* dengan moderasi profitabilitas dalam model regresi kedua mampu menjelaskan variabel *earning response coefficient* sebesar 0.136883 atau 13.6883%, sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Nilai koefisien determinasi pada regresi pertama sebesar 0.006152 atau 0.6152% sedangkan setelah adanya persamaan regresi kedua, nilai koefisien determinasi naik menjadi sebesar 0.136883 atau 13.6883% sehingga disimpulkan bahwa dengan adanya Profitabilitas sebagai variabel *moderating* akan dapat memperkuat hubungan *firm size* terhadap *earning response coefficient* dan hubungan *growth* terhadap *earning response coefficient*.

DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan H_{a1} dan H_{a2} ditolak, artinya *firm size* dan *growth* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *earning response coefficient*. Lalu, hasil penelitian ini menunjukkan H_{a3} ditolak, profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian ini menunjukkan H_{a4} dan H_{a5} diterima, artinya profitabilitas sebagai variabel *moderating* akan dapat memperkuat hubungan *firm size* terhadap *earning response coefficient* dan hubungan *growth* terhadap *earning response coefficient*.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian data dalam penelitian ini menunjukkan *earning response coefficient* tidak dipengaruhi oleh *firm size* dan *growth*, namun dipengaruhi oleh profitabilitas walaupun arahnya negatif. Profitabilitas juga memperkuat hubungan *firm size* dan *growth* terhadap *earning response coefficient*.

Keterbatasan dalam penelitian ini dikarenakan sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan-perusahaan pertambangan sehingga hasil penelitian kurang dapat digeneralisasi untuk objek penelitian diluar perusahaan pertambangan dan periode pengamatan yang kurang panjang dalam penelitian ini yaitu hanya 4 tahun.

Saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu menambah variabel yang akan digunakan sehingga dapat memperkaya pembahasan mengenai *earning response coefficient*, memperluas wilayah sampel, menggunakan data yang lebih banyak supaya hasil yang didapatkan lebih akurat dan terpercaya dan menambah periode pengamatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfan, Muhammad dan Ira Antasari. (2008). Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba Pada Emiten Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 1 (1), 50-64.
- Azizi, Pramuka dan Hidayat. (2016). The Factors That Affect Earnings Response Coefficient On Miscellaneous Industry Manufacturing Sectors Company On The Indonesia Stock Exchange. *Artikel Ilmiah*. Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 11, Penerjemah Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat.
- Chairiyah, Mir'atul. (2013). Pengaruh Asset Growth, Return On Equity, Total Asset Turnover, dan Earning Per Share Terhadap Beta Saham. *Artikel Ilmiah*. Universitas Negeri Padang, Padang.
- Fitri, Laila. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient. *Artikel Ilmiah*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Padang.
- Godfrey, J., Hodgson, A., Tarca, A., Hamilton, J., and Holmes, S. (2010). *Accounting Theory, Seventh Edition*. Australia: Wiley & Sons.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2015). *Standar Akuntansi Keuangan, PSAK No.1: Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Irawati, Wiwit. (2018). The Effect of Free Cash Flow, Size, and Growth with Profitability as Moderating Variable on Earning Response Coefficient in Property Sector. *Economics and Accounting Journal*, 1 (1), 76-86.
- Kasmir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Murhadi, Werner R. (2013). *Analisis Laporan Keuangan Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Paramita, R. W. D. (2012). Pengaruh Firm Size Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) Dengan Voluntary Disclosure Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal WIGA*, 2 (1), 64-78.
- Prastowo, Rizqy Dwi. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Leverage Terhadap Earning Response Coefficient. *Artikel Ilmiah*. STIE Perbanas Surabaya, Surabaya.
- Sari, Paramita dan Taufiq. (2018). Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2016. *Progress Conference*, 1 (1), pp. 167-177.
- Setiawati, Erma, Nursiam dan Fitri Apriliana. (2014). Analisis Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba. *Seminar Nasional dan Call for Paper*, 175-188.
- Susanto, Yulius Kurnia. (2012). Determinan Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, 23 (3), 153-163.
- Suwarno, Tumirin and Zamzani. (2017). Influence of Size, Growth and Profitability of Company To Earnings Response Coefficient. *International Journal of Advanced Research*, 5 (12), 1463-1472.