

Pengaruh Kesempatan Bertumbuh, Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient* (Studi Empiris pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)

Dita Qusna Pratiwi^{1*}, Noer Sasongko²
^{1,2}Universitas Muhammadiyah Surakarta.

*Dqusna77@gmail.com

Abstrak

Maksud dilakukannya penelitian ini yaitu agar dapat melihat pengaruhnya kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan data sekunder yang didapatkan dari www.idx.co.id. Populasinya yaitu perusahaan *consumer goods* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Untuk pengambilan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling* dan mendapatkan 81 sampel memenuhi kriteria yang ditetapkan. Metode analisisnya yakni analisis regresi linier berganda. Hasil penelitiannya memperlihatkan struktur modal dan ukuran perusahaan mempengaruhi *earning response coefficient*. Sedangkan kesempatan bertumbuh dan profitabilitas tidak mempengaruhi *earning response coefficient*.

Kata Kunci: kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, *earning response coefficient*.

Abstract

The purpose of conducting this research is to see the effect of growth opportunities, profitability, capital structure and company size on the earning response coefficient. This research uses quantitative research with secondary data obtained from www.idx.co.id. The population is consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. For sampling using purposive sampling method and get 81 samples that meet the specified criteria. The method of analysis is multiple linear regression analysis. The results of his research show that the capital structure and company size affect the earning response coefficient. Meanwhile, growth opportunities and profitability do not affect the earning response coefficient.

Keywords: *growth opportunities, profitability, capital structure, company size, earning response coefficient.*

PENDAHULUAN

Umumnya semua perusahaan diwajibkan membuat laporan keuangan yang menyampaikan informasi berisi posisi keuangan perusahaan dan juga kinerjanya yang bermanfaat untuk pihak yang berkepentingan (*Stakeholder*). Laporan keuangan sendiri merupakan ringkasan mengenai keuangan meliputi laporan laba-rugi, laporan perubahan modal, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan disusun sesuai prinsip-prinsip yang berterima umum secara periodik. Dengan adanya laporan keuangan bisa dipakai sebagai acuan pengambilan keputusan oleh manajemen yang nantinya dapat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan kedepannya. Laporan keuangan juga dipakai sebagai acuan pengambilan keputusan oleh investor.

Bagi investor informasi yang sangat menarik dalam laporan keuangan adalah informasi laba karena dianggap sebagai hasil akhir yang mampu menggambarkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Meskipun demikian, informasi yang didapatkan dari laporan laba rugi saja belum cukup dijadikan acuan pengambilan keputusan oleh investor. Dimana informasi yang

disampaikan dalam laporan laba rugi belum tentu sesuai kenyataan yang ada pada perusahaan. Biasanya keputusan investor itu tercermin pada reaksi pasar. Dimana dari lajunya *return* saham perusahaan pada saat pengumuman laba maka dapat menunjukkan reaksi pasar. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan antara *actual return* (*return* yang terjadi) terhadap *expected return* (*return* harapan) yang begitu besar.

Untuk memenuhi konsep dan prinsip dasar dalam menyusun laporan keuangan, perusahaan harus memperhatikan respon investor maupun respon pasar yang terjadi akibat laporan keuangan yang diumumkan (Angela dan Iskak, 2020). Dengan pengaruh laba yang sangat besar terhadap respon pasar maka tidak menutup kemungkinan manajemen melakukan kecurangan sehingga untuk menilai *return* saham perlu adanya informasi lain selain laba yaitu digunakannya *Earnings Response Coefficient* (ERC). ERC dipakai dalam menghitung mengenai *abnormal return* yaitu besarnya jarak yang timbul dari *realized return* terhadap *expected return* pada selisih antara laba yang terjadi dengan laba harapan yang disebut dengan *unexpected earnings* (Sasongko et al, 2020).

Earnings Response Coefficient (ERC) merupakan suatu alat ukur mengenai kualitas laba yang ditunjukkan dengan tinggi rendahnya reaksi pasar ketika merespon informasi laba yang dilaporkan perusahaan. Dengan menggunakan ERC maka investor akan lebih mudah dalam mengambil keputusan karena kemungkinan resiko yang akan terjadi lebih kecil dibandingkan ketika hanya mengandalkan informasi laba pada perusahaan saja. Seperti yang kita ketahui informasi laba pada perusahaan tidak menutup kemungkinan ada manipulasi didalamnya dari manajemen perusahaan.

Penelitian ini berfokus pada respon investor yang timbul akibat pengumuman laba dari perusahaan melalui indikator harga saham dengan didukungnya faktor-faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC). Adapun ERC dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu: kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan. Kesempatan bertumbuh memperlihatkan besar kecilnya peluang bertumbuh yang dimiliki perusahaan dikemudian hari. Profitabilitas memperlihatkan keahlian perusahaan dalam memperoleh profit sebagai keuntungan yang dapat meningkatkan kesejahteraan pihak yang bersangkutan dan tentunya mampu mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi. Struktur modal menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham berkaitan pada penggunaan aset dan hutang atau saham sebagai dana yang mempunyai beban tetap (Rahmawati dan Asyik, 2020). Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar perusahaan memiliki aset.

Penelitian dilakukan sebagai pengembangan terhadap penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sulistyawati dan Putra (2019), yang berjudul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Earning Response Coefficient (ERC). Perbedaan antara penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini ada pada objek dan periode pengamatan, yakni perusahaan *property* dan *real estate* tahun 2018 sedangkan dalam penelitian ini objek yang digunakan yakni perusahaan *customer goods* dan menambah tahun pengamatan selama 2017-2019. Disisi lain penelitian ini dilakukan dengan ditambahkannya satu variabel independen yakni kesempatan bertumbuh dimana diasumsikan kesempatan bertumbuh merupakan faktor yang mempengaruhi *earning response coefficient*. Maksud melakukan penelitian ini yakni untuk menganalisis pengaruh kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan *customer goods* yang terdaftar di BEI 2017-2019.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Signaling

Michael Spence merupakan pelopor pertama mengenai teori sinyal pada penelitiannya dengan judul *Job Market Signalling* tahun 1973. Perusahaan memiliki tanggungjawab menyampaikan informasi yang relevan kepada pemakai laporan keuangan. Informasi yang disampaikan perusahaan biasanya berupa informasi yang baik terhadap keadaan perusahaan, informasi inilah yang disebut dengan sinyal terhadap pihak eksternal perusahaan. asumsi yang ada dalam teori ini yaitu ketika pihak internal memiliki informasi yang berbeda dengan pihak eksternal yang disebut asimetri informasi. Untuk mengurangi asimetri informasi yang terjadi maka diperlukan sesuatu yang dapat mengarahkan perusahaan bagaimana seharusnya sinyal diberikan kepada pengguna laporan keuangan yang disebut dengan teori sinyal (Stephanie dan Wisiyasari, 2020).

Menurut (Pangidoan dan Chusnah, 2020) menyatakan bahwa konsekuensi logis dari teori sinyal berpengaruh insentif bagi manajer untuk menandakan ekspektasi laba di masa depan. Agar pemegang saham mendapatkan keuntungan yang disertai dengan naiknya harga saham maka investor harus percaya terhadap sinyal. Keuntungan yang diperoleh berupa pengaruh peningkatan harga saham di pasar yang disebabkan oleh banyaknya investor yang memiliki ekspektasi positif dan memilih saham entitas tersebut.

Earnings Response Coefficient

Earnings Response Coefficient (ERC) sendiri ialah sebuah pengukuran besarnya abnormal return pada unexpected earnings (laba kejutan) yang dilaporkan dari perusahaan bersangkutan (Sasongko et al, 2020). Dengan kata lain ERC adalah suatu bentuk pengukuran mengenai berapa besarnya reaksi pasar yang timbul karena munculnya informasi perusahaan dari laporan keuangan yang dikeluarkan, terutama mengenai informasi laba (Sholihah et al, 2019).

ERC dapat digunakan untuk mengetahui tingginya kualitas laba yang ditunjukkan dengan tingginya reaksi pasar dalam melakukan respon mengenai informasi laba yang dikeluarkan perusahaan melalui laporan keuangan. ketika ERC tinggi maka menghasilkan laba yang memiliki kualitas tinggi sehingga *return* saham harapan juga semakin tinggi. Pengguna laporan keuangan mengambil keputusan ekonomi dipengaruhi oleh laba karena memiliki kandungan informasi. Tidak menutup kemungkinan, keterbatasan yang dimiliki laba yaitu dalam hal asumsi perhitungan dan manipulasi oleh perusahaan. Sehingga diperlukan adanya ERC karena tidak berfokus pada informasi laba saja dalam memprediksi *return* saham. Tinggi rendahnya ERC dapat memperlihatkan informatif atau tidaknya informasi yang ada pada laba bagi investor dalam mengambil keputusan ekonomi (Lucyanda dan Nahomy, 2011).

Kesempatan Berkembang

Kesempatan bertumbuh menunjukkan peluang bertumbuhnya perusahaan di masa mendatang. Penilaian pasar mengenai kemungkinan prospek kemajuan perusahaan dapat dilihat dari tumbuh dan berkembang tidaknya suatu perusahaan melalui harga saham sebagai nilai ekspektasian di masa depan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan bertumbuh maka kesempatan bertumbuh yang dapat dicapai di masa depan oleh perusahaan juga semakin tinggi (Groho, 2019).

Ketika perusahaan memiliki kemungkinan bertumbuh di masa depan yang tinggi, maka respon yang diberikan pemegang saham lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh di masa depan dibawahnya. Dimana perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang lebih tinggi maka keuntungan yang didapatkan investor juga lebih tinggi.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu elemen pengukur kinerja perusahaan untuk mendapatkan profit. Setiap perusahaan berharap investor tertarik menanam modal pada perusahaan dengan cara mendapatkan laba yang maksimal. Profitabilitas juga dapat dijadikan sebagai bentuk pengukuran terhadap efektivitas manajemen yang dibuktikan dari laba yang dihasilkan melalui pendapatan investasi dan penjualan. Profitabilitas perusahaan dapat dikatakan baik apabila perusahaan dapat menunjukkan efisiensi dalam penggunaan aset atau modal yang dimilikinya dalam mencapai target laba yang maksimal.

Menurut Pitria (2017), perbandingannya antara laporan posisi keuangan dengan laporan laba rugi dapat menunjukkan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas memiliki manfaat dan tujuan terhadap pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan terutama kepada pihak yang mempunyai kepentingan dan hubungan kepada perusahaan.

Struktur Modal

Struktur modal ialah perbandingan antara likuiditas sebagai modal asing dengan asset atau modal yang dimiliki perusahaan (Rahmawati dan Asyik, 2020). Struktur modal merupakan suatu faktor yang dapat dipertimbangkan saat berinvestasi karena berhubungan dengan risiko dan pendapatan yang nantinya diterima investor di masa mendatang. Risiko investasi dapat berupa pendapatan yang diterima tidak sesuai yang diperkirakan sebelumnya.

Pengambilan keputusan yang terkait dengan pendanaan, manajer harus penuh pertimbangan dalam mengambil keputusan. Hasil akhir dari keputusan ini akan mempengaruhi nilai perusahaan selanjutnya mempengaruhi harga saham perusahaan tersebut. Keputusan pendanaan berkaitan dengan menentukan proporsi yang paling tepat antara total modal asing dan total modal sendiri secara efektif dan efisien yang memaksimalkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang memiliki modal asing terlalu tinggi dibandingkan dengan modal sendiri maka dapat memberikan beban kepada perusahaan. Dengan hal ini investor cenderung tidak menanam dananya karena berpikir keuangan perusahaan mengalami kondisi yang lemah dan tidak sehat. Perusahaan yang tidak mampu mengelola struktur modalnya dengan baik maka dapat menyebabkan perolehan keuntungan nantinya semakin rendah dari biaya modal maka dapat menyebabkan turunnya keuntungan pemegang saham.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat mengukur luasnya perusahaan menggunakan total asset dan jumlah penjualan perusahaan. Lucyanda dan Nahomy (2011), menyatakan dimana ukuran perusahaan menggambarkan keahlian perusahaan bertumbuh dan total pengalaman yang mengidentifikasi keahlian serta tingkat risiko dalam mengelola investasi untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Umumnya kegiatan operasi, keuangan, sistem informasi serta dalam menerapkan aturan, perusahaan besar cenderung semakin ketat dibandingkan dari perusahaan dibawahnya. Maka pada perusahaan besar secara umum dinilai kinerjanya semakin baik dan juga dianggap mampu menghadapi risiko yang lebih besar.

Pengembangan Hipotesis

Indriaty dan Tania (2018) mengungkapkan bahwa ketika kesempatan bertumbuh semakin tinggi maka peluang manfaat yang didapatkan di masa mendatang juga semakin tinggi yang dapat menarik investor dan ERC juga akan semakin tinggi maka dapat ditarik hipotesis di bawah ini:

H₁ : Kesempatan Bertumbuh Berpengaruh pada *Earnings Response Coefficient*.

Cahyowati dan Maslichah (2017) mengungkapkan bahwa profitabilitas yang tinggi maka laba yang diperoleh juga semakin tinggi yang dapat menarik investor melakukan investasi begitu pula ERC juga akan semakin tinggi maka dapat ditarik hipotesis di bawah ini:

H₂ : Profitabilitas Berpengaruh pada *Earnings Response Coefficient*.

Yulistini, et al (2017) mengungkapkan bahwa ketika struktur modal semakin tinggi maka utang perusahaan semakin tinggi pula sehingga dapat menurunkan minat investor sehingga ERC akan semakin menurun maka dapat ditarik hipotesis di bawah ini:

H₃ : Struktur Modal Berpengaruh pada *Earnings Response Coefficient*.

Angela dan Iskak (2020) mengungkapkan bahwa ketika ukuran perusahaan semakin besar maka semakin tinggi minat investor karena merasa kinerja perusahaan semakin baik sehingga ERC juga akan semakin tinggi maka dapat ditarik hipotesis di bawah ini:

H₄ : Ukuran Perusahaan Berpengaruh pada *Earnings Response Coefficient*.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian tergolong dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder dengan memperolehnya dari laporan keuangan (www.idx.co.id) serta data harga saham (www.yahoo.finance.com). Sampel didapatkan dari teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan beberapa kriteria. Ditetapkannya beberapa kriteria sebagai berikut: (1) Perusahaan customer goods yang tercatat di BEI periode 2017-2019. (2) Perusahaan mengeluarkan laporan tahunan (annual report) dari tahun 2017-2019. (3) Menerbitkan laporan tahunan maupun laporan keuangan dengan Rupiah sebagai mata uangnya. (4) Selama tahun 2017-2019 kerugian tidak terjadi pada perusahaan. (5) Perusahaan mempunyai informasi lengkap sesuai yang dibutuhkan mengenai variabelnya.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Earnings Response Coefficient

Sholihah, et al (2019) mendefinisikan ERC mengukur bagaimana pasar merespon informasi perusahaan, sejalan terhadap rilisnya laporan keuangan, khususnya informasi laba. ERC dapat diperoleh dari pengaruh *abnormal return* (laba tak terduga) sebagai proksi laba akuntansi pada proksi harga saham yaitu *cumulative abnormal return* (CAR) berdasarkan koefisien kemiringan pada regresi *abnormal return* saham terhadap laba tak terduga. Sehingga

dapat disimpulkan dimana ERC merupakan reaksi CAR pada pengumuman laba dari perusahaan. Perhitungan earnings response coefficient sebagai berikut:

- a. Cummulative Abnormal Return (CAR) dihitung dengan rumus:

$$CAR_{it(-5,+5)} = \sum_{t=-5}^{t=+5} AR_{it}$$

Keterangan:

$CAR_{it(-5,+5)}$ = Akumulasi retrun tidak normal perusahaan i sebelum sampai sesudah laporan keuangan dipublikasi, dengan periode jendela yaitu t-5 hingga t+5

AR_{it} = Return tidak normal perusahaan i saat hari ke t

Abnormal return (AR) dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Rahmawati dan Asyik, 2020):

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

Keterangan:

AR_{it} = Return tidak normal perusahaan i saat periode t

R_{it} = Return saham perusahaan saat periode t

R_{mt} = Market Return saat periode t

Return perusahaan tahunan dan Market return tahunan harus dihitung sebelum menghitung abnormal. Untuk menghitung return perusahaan dapat menggunakan rumus (Rahmawati dan Asyik, 2020):

$$R_{i,t} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

Keterangan:

$R_{i,t}$ = Return saham perusahaan i periode t

P_{it} = Harga penutupan saham pada periode t

P_{it-1} = Harga penutupan saham pada periode t-1

Untuk menghitung market return dapat menggunakan rumus (Rahmawati dan Asyik, 2020):

$$R_{mt} = \frac{IHSG_{it} - IHSG_{it-1}}{IHSG_{it-1}}$$

Keterangan:

R_{mt} = Market return harian

$IHSG_{it}$ = Indeks harga saham gabungan pada hari t

$IHSG_{it-1}$ = Indeks harga saham gabungan pada hari t-1

- b. Unexpected Earning (UE) dihitung dengan rumus (Rahmawati dan Asyik, 2020):

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

Keterangan:

UE = Unexpected Earnings perusahaan i dalam periode t

E_{it} = Laba akuntansi perusahaan i periode t

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

- c. Earnings Response Coefficient dihitung dengan rumus (Haryanto, 2018):

$$CAR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 UE + e$$

Keterangan:

CAR_{it} = Akumulasi retrun tidak normal perusahaan dalam jendela periode

UE = Unexpected earnings

α_0 = Konstanta

α_1 = *Earning response coefficient*

e = Standar error

Kesempatan Bertumbuh

Kesempatan bertumbuh yakni penilaian pasar mengenai peluangnya kesempatan bertumbuh dari perusahaan dimasa mendatang yang dapat dilihat melalui harga saham sebagai nilai ekspektasian mengenai keuntungan yang dapat diperoleh dimasa depan. Variabel ini dihitung dengan *market to book value ratio*, dimana rumusnya adalah (Pangidoan dan Chusnah, 2020):

$$MBVR = \frac{\text{Total saham beredar} \times \text{Harga saham}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah gambaran mengenai keahlian yang dimiliki perusahaan dalam memperoleh profit pada suatu periode. Rasio pengukuran variabel profitabilitas pada penelitian ini menggunakan return on asset (ROA), dengan rumus matematisnya adalah (Angela dan Iskak, 2020):

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

Struktur Modal

Struktur modal merupakan perbandingan antara liabilitas dengan ekuitas suatu perusahaan (debt to equity = DER). Komposisi liabilitas (hutang) ada liabilitas jangka pendek dan liabilitas jangka panjang. Sedangkan ekuitas ada penyertaan kepemilikan perusahaan dan laba ditahan. DER dapat dihitung menggunakan rumus (Rahmawati dan Asyik, 2020):

$$DER = \frac{\text{Total liabilitas}}{\text{Total ekuitas}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yakni penggunaan besarnya total aktiva, tenaga kerja, total penjualan dan lainnya sebagai penentu besar atau kecil suatu perusahaan. Rasio logaritma natural (Ln) total aktiva perusahaan pada penelitian ini dijadikan sebagai pengukur ukuran perusahaan dengan rumus sistematisnya adalah (Angela dan Iskak, 2020):

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Asset})$$

Pada penelitian ini dalam menguji pengaruhnya yang timbul dari variabel independen dengan variabel dependen digunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda juga dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kekuatan hubungan serta arahnya pada variabel yang ada. Pada penelitian ini rumus model regresinya adalah:

$$ERC = \alpha + \beta_1 KB + \beta_2 P + \beta_3 SM + \beta_4 UP + e$$

Keterangan:

ERC : Earnings Response Coefficient

α : Konstanta

$\beta_1 KB$: Kesempatan Bertumbuh

$\beta_2 P$: Profitabilitas

$\beta_3 SM$: Struktur Modal

$\beta_4 UP$: Ukuran Perusahaan

e : Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian yakni perusahaan customer goods yang tercatat di BEI periode 2017-2019. Untuk pengambilan sampelnya memakai metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang ditentukan. Proses pengambilan sampelnya ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1, Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan Customer Goods yang tercatat di BEI Periode 2017-2019.	47
Dikurangi:		
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan/laporan keuangan selama tahun 2017-2019 secara berturut-turut.	(4)
3	Perusahaan yang tidak menggunakan Rupiah sebagai mata uang dalam menyajikan laporan keuangan.	0
4	Perusahaan yang tidak mempunyai laba berturut-turut selama tahun 2017-2019.	(10)
5	Perusahaan yang tidak menyajikan informasi lengkap.	(3)
Jumlah perusahaan		30
Periode pengamatan		3
Jumlah sampel		90
Jumlah sampel <i>outliers</i>		9
Jumlah sampel yang diolah		81

Sumber: Data diolah (2021)

Statistik Deskriptif

Hasilnya analisis statistik deskriptif variabel kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan dan *earning response coefficient* ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2, Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KB	81	,0111	1,0000	,486145	,2868049
P	81	,0111	1,000	,479561	,2848825
SM	81	,0111	1,0000	,522085	,2857252
UP	81	,0111	,9889	,480521	,2866609
ERC	81	,0111	,9778	,473663	,2725887
Valid N (listwise)	81				

Sumber: Hasil Output SPSS (2021)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *One Sample Kolmogrov Smirnov Test* dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3, Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual	Keterangan
<i>Test Statistic</i>	0,079	
<i>Asymp. Sig. (2-Tailed)</i>	0,200	Data Terdistribusi Normal

Sumber: Hasil Output SPSS (2021)

Merujuk pada data tabel 3 diperoleh *asympt.sig* sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan guna mengetahui ada atau tidak korelasi tinggi pada variabel bebas didalam model regresi dan hasilnya adalah:

Tabel 4, Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
KB	0,461	2,169	Bebas Multikolinearitas
P	0,456	2,193	Bebas Multikolinearitas
SM	0,779	1,283	Bebas Multikolinearitas
UP	0,810	1,235	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Hasil Output SPSS (2021)

Merujuk pada data tabel 4 diperoleh apabila semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Maka tidak terjadi multikolinearitas dimana model regresi bebas terhadap tingginya korelasi antara variabel independen.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada penelitian ini diuji melalui Run Test dan hasilnya adalah:

Tabel 5, Uji Autokorelasi

Keterangan	Unsrandardized Residual	Keterangan
<i>Asymp. Sig. (2-Tailed)</i>	0,910	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber: Hasil Output SPSS (2021)

Merujuk pada data tabel 5 diperoleh *asympt. sig.* yaitu $0,910 > 0,05$ sehingga tidak terdapat gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini diuji melalui uji Glejser dan hasilnya adalah:

Tabel 6, Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
KB	0,837	Bebas Heteroskedastisitas
P	0,551	Bebas Heteroskedastisitas
SM	0,729	Bebas Heteroskedastisitas
UP	0,549	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Output SPSS (2021)

Merujuk pada data tabel 5 diperoleh semua variabel independennya memiliki sig $> 0,05$, maka terbebas dari heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah:

Tabel 7, Uji Hipotesis

Variabel	Coefficient	T	Sig	Keterangan
(Constant)	0,504	5,894	0,000	
KB	0,081	0,546	0,587	H ₁ ditolak
P	-0,082	-0,542	0,589	H ₂ ditolak
SM	0,234	2,040	0,045	H ₃ diterima
UP	-0,319	-2,840	0,006	H ₄ diterima
F hitung			3,148	
R ²			0,142	
Adjusted R ²			0,097	
Sig			0,019	

Sumber: Hasil Output SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 7 tersebut, didapatkan persamaan yaitu:

$$ERC = 0,504 + 0,081KB - 0,082P + 0,234SM - 0,319UP + e$$

Uji F

Uji F dipakai apakah variabel dependen dipengaruhi variabel independen secara bersama-sama. Berdasarkan tabel 7 menunjukkan nilai $F_{hitung} 3,148 > F_{tabel} 2,49$, sedangkan sig bernilai $0,019 < 0,05$. Dari kedua pernyataan tersebut maka menunjukkan bahwa secara simultan *Earnings Response Coefficient* (ERC) dipengaruhi oleh Kesempatan Bertumbuh, Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama.

1. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinan (R²) dipakai dalam mengukur besarnya suatu model menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan tabel 7 diperoleh Adjusted R² besarnya 0,097, maka model dalam penelitian dapat menjelaskan *Earnings Response Coefficient* yaitu 9,7%. Sedangkan untuk 90,3% dijelaskannya dari variabel lainnya dari luar model penelitian.

2. Uji T

Uji T digunakan dipakai dalam mengukur besarnya masing-masing variabel independen menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan tabel 7 maka:

- Nilai signifikan Kesempatan Bertumbuh sebesar $0,587 > 0,05$ berarti *Earnings Response Coefficient* tidak dipengaruhinya oleh Kesempatan Bertumbuh sehingga H₁ ditolak.
- Nilai signifikan Profitabilitas sebesar $0,589 > 0,05$ berarti *Earnings Response Coefficient* tidak dipengaruhi oleh Profitabilitas sehingga H₂ ditolak.
- Nilai signifikan Struktur Modal sebesar $0,045 < 0,05$ berarti *Earnings Response Coefficient* dipengaruhi oleh Struktur Modal sehingga H₃ diterima.
- Nilai signifikan Ukuran Perusahaan sebesar $0,006 < 0,05$ berarti *Earnings Response Coefficient* dipengaruhi oleh Ukuran Perusahaan sehingga H₄ diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)

Penelitian ini menunjukkan mengenai Kesempatan Bertumbuh memiliki t senilai 0,546 dengan nilai signifikannya $0,587 > 0,05$ maka **H₁ ditolak**. Dari uraian diatas maka kesempatan bertumbuh tidak memiliki pengaruh pada *Earnings Response Coefficient*. Sehingga menandakan dimana kesempatan bertumbuh bukan merupakan faktor pertimbangan yang penting bagi investor saat mengambil keputusan ekonomi. Menurut investor kemungkinan kesempatan bertumbuh yang

dimiliki perusahaan dikemudian hari dapat berbeda dengan yang terjadi, misalnya karena bencana alam. Sehingga investor lebih mempertimbangkan perusahaan yang stabil, yang memiliki kepastian mengenai return yang akan diterima dari perusahaan. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian Yulistini, et al (2017) yang menunjukkan kesempatan bertumbuh tidak memiliki pengaruh pada *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)

Penelitian ini menunjukkan mengenai Profitabilitas memiliki memiliki t senilai -0,542 dengan nilai signifikannya $0,589 > 0,05$ maka **H₂ ditolak**. Dari uraian diatas maka profitabilitas tidak memiliki pengaruh pada *Earnings Response Coefficient*. Sehingga menandakan dimana profitabilitas bukan merupakan faktor pertimbangan yang penting bagi investor saat mengambil keputusan ekonomi. Dimana tinggi rendahnya profitabilitas yang dimiliki perusahaan tidak dapat menjamin keputusan investor melakukan investasi. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian Angela dan Iskak (2020) yang menunjukkan profitabilitas tidak memiliki pengaruh pada *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)

Penelitian ini menunjukkan hasil mengenai Struktur Modal memiliki t senilai 2,040 dan nilai signifikannya $0,045 < 0,05$ maka **H₃ diterima**. Dari uraian diatas maka struktur modal memiliki pengaruh pada *Earnings Response Coefficient*. Sehingga menandakan dimana struktur modal merupakan faktor pertimbangan yang penting bagi investor saat mengambil keputusan ekonomi. Struktur modal dapat dijadikan sebagai tolok ukur besarnya keuntungan yang didapat investor. Ketika semakin besar keuntungan dari biaya aset serta sumber dana maka akan menaikkan keuntungannya investor, sebaliknya apabila keuntungan lebih kecil dari biaya asset serta sumber dananya maka dapat menurunkan keuntungan investor. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian Dalimunthe (2016) yang menunjukkan struktur modal memiliki pengaruh pada *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)

Penelitian ini menunjukkan hasil mengenai Ukuran Perusahaan memiliki t senilai -2,840 dan nilai t signifikannya $0,006 < 0,05$ maka **H₄ diterima**. Dari uraian diatas maka ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada *Earnings Response Coefficient*. Sehingga menandakan dimana ukuran perusahaan merupakan faktor pertimbangan yang penting bagi investor saat pengambilan keputusan ekonomi. Investor menganggap dimana perusahaan besar adalah perusahaan yang dapat bertahan dari masalah-masalah yang telah dihadapi, sehingga investor tidak khawatir kedepannya perusahaan tiba-tiba bangkrut dan tidak memberikan keuntungan. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian Sasongko et al (2020) yang menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada *Earnings Response Coefficient*.

SIMPULAN

Kesempatan Bertumbuh tidak mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*. Profitabilitas tidak mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*. Struktur Modal mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*. Ukuran Perusahaan mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*. Penelitian hanya dilakukan selama 3 tahun pengamatan yaitu 2017 - 2019. Pengambilan sampel pada penelitian ini belum dapat memuat semua sektor perusahaan yang tercatat di BEI karena hanya pada perusahaan customer goods saja. Penelitian ini sekedar menguji kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan. Periode penelitian selanjutnya

diharapkan semakin panjang agar hasil penelitian semakin maksimal. Diharapkan sampel yang digunakan penelitian selanjutnya semakin luas bahkan semua sektor perusahaan yang tercatat di BEI sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan. Diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain misalnya konservatisme, persistensi laba, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *default risk* dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, C., & Iskak, J. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Growth Opportunities, Dan Firm Size Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(3), 1286-1295.
- Cahyawati, A., & Maslichah, M. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2012-2016). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 7(01).
- Rahmawati, Q., & Asyik, N. F. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Risiko Sistematis, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(1).
- Sasongko, N., Puspawati, R. K., & Wijayanto, K. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size, Profitability, and Leverage on Earnings Response Coefficient (ERC). *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 21-35.