

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Sinyal

Teori sinyal (*signaling theory*) mempelajari bahwa pada setiap tindakan atau perbuatan memuat informasi, pengumuman laba memuat informasi yang dipakai para investor untuk membuat keputusan pada kegiatan investasi serta memproyeksikan atau memperkirakan prospek atau harapan perusahaan di masa yang akan datang. Apabila manajemen mengumumkan laba yang naik, investor akan menerima informasi bahwa kondisi keuangan perusahaan relatif baik di masa yang akan datang. Tetapi apabila manajemen mengumumkan laba yang turun atau rendah, investor akan menerima informasi bahwa kondisi keuangan relatif tidak baik di masa yang akan datang, (Hakim, 2013).

Di dalam studi pasar modal, para manajer diasumsikan untuk menyediakan informasi guna pengambilan keputusan yang dilakukan oleh investor. Hipotesis informasi disejajarkan dengan teori pensinyalan (*signalling theory*), dimana para manajer menggunakan akun-akun (*account*) untuk memprediksi si sinyal dan tujuan akan masa depan. Berdasarkan teori pensinyalan apabila para manajer memprediksi peningkatan pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, mereka akan mencoba untuk memberikan sinyal kepada investor melalui akun-akun tersebut. Manajer dari perusahaan yang berkinerja baik akan terdorong untuk melakukan pensinyalan, harapan tersebut dan manajer dari perusahaan yang memiliki berita netral juga akan terdorong untuk melaporkan berita baik (*good news*) sehingga mereka tidak dicurigai berkinerja buruk. Manajer dari perusahaan yang berkinerja buruk memilih untuk tidak melaporkan apa-apa. Meskipun demikian, manajer dari perusahaan berkinerja buruk mungkin terdorong untuk melaporkan berita buruk (*bad news*) tersebut demi mempertahankan kredibilitasnya di pasar modal (Awuy, 2016) .

Informasi yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dapat menjadi sinyal yang baik bagi investor melalui laporan tahunan. Karena informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan tersebut dapat berupa informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non keuangan yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan, (Herdirinandasari dan Asyik, 2016).

Signaling theory menjelaskan bahwa manajemen perusahaan sebagai pihak yang memberikan sinyal berupa informasi laba atau pengumuman laba dalam laporan keuangan perusahaan. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar dalam bentuk informasi, dengan demikian pasar akan memberikan reaksi dan diharapkan dapat meningkatkan harga saham, Menurut (Husiano dan Suratno, 2014).

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 keberlangsungan hidup suatu perusahaan, (Herdirinandasari *et al* 2016).

Perusahaan yang melakukan sebuah aktifitas kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility* perlu adanya sinyal atau kode kepada para investor untuk merespon informasi dari perusahaan tersebut sehingga mereka dapat mengambil keputusan ekonomi dengan baik. Kegiatan disiplin perusahaan dalam menyampaikan laporan keuangan yang tepat waktu menjadi sebuah sinyal bagi investor bahwa perusahaan tersebut sedang dalam keadaan sehat, sehingga hal tersebut akan meningkatkan respon para investor terhadap laba. (Fauzan M dan Purwanto A, 2017). Perusahaan dapat memberikan sinyal tentang kepedulian sosial mereka dengan memberikan sumbangan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang baik bagi para *stakeholder*, mengembangkan produk-produk yang ramah lingkungan, menciptakan lingkungan kerja yang berwawasan kesetaraan

dan persamaan, dan juga tidak membedakan kelompok minoritas yang ada. Dengan demikian suatu perusahaan yang tanggap masalah sosial di sekelilingnya akan selalu didukung oleh para karyawan, konsumen dan para *stakeholder* lainnya sehingga pada akhirnya akan berdampak pada pergerakan harga likuiditas sahamnya serta kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Haryanto, 2018).

2.2 Teori Stakeholder

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan bakal meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan, (Lako, 2011).

Premis dasar dari teori stakeholder adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Teori stakeholder adalah sebuah konsep manajemen strategis, tujuannya adalah untuk membantu korporasi memperkuat hubungan dengan kelompok-kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif (Mardikanto, 2014).

Kaitannya dengan CSR adalah segala informasi yang diberikan perusahaan mengenai kinerja perusahaan kepada *stakeholder* tidak hanya didasarkan pada kinerja keuangan saja. CSR mampu memberikan informasi tambahan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan yang nantinya juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan. CSR mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada *stakeholder* dan melaporkan pertanggungjawaban yang telah dilakukan oleh perusahaan (Tegheria, 2018).

2.3 *Earnings Response Coefficient (ERC)*

Laba merupakan suatu informasi penting yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan. Informasi laba sering digunakan investor untuk menilai kinerja sebuah perusahaan dan pertimbangan untuk berinvestasi. Dengan kata lain laba yang diumumkan perusahaan memiliki kekuatan respon pasar. Namun informasi laba yang digunakan para investor juga dapat memberikan informasi yang biasa. Biasanya informasi laba kemungkinan terjadi ketidaktepatan pelaporan laporan keuangan dan adanya praktik manajemen laba dalam pelaporan laba perusahaan. Besarnya kekuatan hubungan laba akuntansi dan harga saham dan literatur akuntansi dan keuangan diukur dengan menggunakan koefisien respon laba akuntansi. Laba yang dipublikasikan dapat memberikan respon yang bervariasi, yang menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba, atau dapat dikatakan bahwa laba yang dilaporkan memiliki reaksi pasar, (Tegheria, 2018).

Earnings Response Coefficient (ERC) digunakan untuk menunjukkan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan. *Earning Response Coefficient (ERC)* adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur reaksi investor atau respon harga saham terhadap informasi laba akuntansi yang diumumkan. Artinya, *Earnings Response Coefficient (ERC)* melihat seberapa kuat informasi laba akuntansi direspon oleh pasar yang tercermin pada harga sahamnya. Jika nilai *Earning Response Coefficient* positif menunjukkan bahwa respon investor naik terhadap informasi laba, sedangkan jika nilai *Earnings Response Coefficient (ERC)* negatif menunjukkan bahwa respon investor turun terhadap informasi laba suatu perusahaan, menurut (Jogiyanto 2013).

Earnings Response Coefficient sangat penting bagi para investor untuk mengambil keputusan investasi terkait informasi laba dengan return karena *Earnings Response Coefficient (ERC)* yang tinggi memberikan informasi bahwa laba yang diperoleh menunjukkan nilai yang tinggi atau menunjukkan informasi laba yang lebih dan laba yang dilaporkan berkualitas (Sandi, 2013). Laba akuntansi

yang berkualitas adalah laba akuntansi yang tidak mengandung gangguan persepsi (*perceived noise*) di dalamnya dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya.

2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Secara konseptual, akuntansi CSR suatu proses pengukuran, pencatatan, pelaporan, dan pengungkapan informasi terkait dampak sosial dan lingkungan dari tindakan-tindakan ekonomi perusahaan terhadap kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat atau yang menjadi *stakeholder* perusahaan, (Lako, 2011).

Corporate Social Responsibility adalah komitmen sosial dari perusahaan sebagai bentuk kepedulian perusahaan atas masyarakat dan juga kelestarian lingkungan serta tanggung jawab terhadap kesejahteraan tenaga kerja perusahaan di dalam praktek bisnis perusahaan (Awuy *et al.*, 2016).

CSR merupakan bentuk pembangunan keberlanjutan perusahaan dengan bertanggungjawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Melalui pelaksanaan CSR diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan (Rosdwianti *et al.*, 2016). Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti dalam penelitian sebelumnya, diantaranya adalah karena untuk mentaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan

kompetitif melalui penerapan CSR, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi.

Asumsi yang mendasari akuntansi CSR adalah perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi memaksimalkan laba (*profit*) untuk meningkatkan nilai kekayaan pemegang saham. Tapi juga memiliki tanggung jawab dan etis untuk meningkatkan nilai, kapasitas dan kualitas masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*) yang turut menanggung *externalities* dari aktivitas ekonomi perusahaan, (Lako, 2011).

Karena memiliki tiga dimensi tujuan yang terintegrasi, maka akuntansi CSR disebut juga *triple-bottom line accounting*. Intinya, pelaporan keuangan oleh suatu perusahaan harus mencakup informasi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuannya adalah agar perusahaan bisa berkembang secara berkelanjutan. Hal ini disebabkan investor dan *stakeholders* akan kian mengapresiasi perusahaan karena mereka mendapatkan informasi yang lebih komprehensif tentang kinerja, risiko, *intangible values*, dan prospek perusahaan, (Lako, 2011).

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai sinyal reputasi perusahaan, reputasi perusahaan merupakan aset tak berwujud yang menggambarkan citra dan kredibilitas organisasi di mata *Stakeholders*. Kualitas reputasi organisasi akan menentukan perilaku *stakeholders* terhadap organisasi tersebut, yang nantinya akan mempengaruhi pencapaian sasaran organisasi. Karena itu, tak dapat dipungkiri bahwa reputasi menjadi salah satu faktor penentu utama bagi kesuksesan ataupun kegagalan organisasi dalam pencapaian tujuannya, (Haryanto, 2018).

Pengungkapan CSR atau *CSR Disclosure* telah membuat banyak peneliti melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan melakukan CSR. Oleh karena itu pengungkapan sosial atau pengungkapan CSR memiliki peran yang penting bagi perusahaan, karena perusahaan hidup di

lingkungan masyarakat. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan baik dalam *annual report* maupun *sustainability report*. Berdasarkan UU No. 40 tahun 2007 dan PP No. 47 tahun 2012, pengungkapan pertanggungjawaban sosial wajib dimuat dalam *annual report* yang dilaporkan tersedia untuk publik pada bagian Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Pengungkapan CSR sebagai suatu proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *Social accountability*, yang sama secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan berorientasi sosial. Dengan demikian, pengungkapan CSR pada suatu perusahaan sangat memberi dampak yang sangat positive, dengan aktifnya perusahaan melaporkan masalah yang ada di dalam perusahaan tersebut membuat semua pihak dapat melihat segala bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang ikut berperan dalam keberlanjutan perusahaan. Perusahaan dapat melaporkan pertanggungjawaban itu sendiri pada laporan tahunan perusahaan atau iklan-iklan yang berbasis sosial, agar masyarakat tau sejauh apa perusahaan itu peduli terhadap masyarakat.

Informasi tentang pengungkapan CSR ini menjadi suatu sinyal dari perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan yang berorientasi jangka panjang. Laporan CSR ini mampu menjelaskan tanggung jawab perusahaan terhadap kondisi lingkungan dan sosial yang diakibatkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Penjelasan dari laporan CSR ini mampu mengurangi ketidakpastian perusahaan di masa mendatang, (Septianingrum, 2016).

Pengukuran CSR menggunakan kriteria GRI (*Global Reporting Initiative*) versi 4 indikator pengungkapan CSR. Informasi CSR yang ada di laporan tahunan akan dibandingkan dengan standar GRI versi 4 yang menjadi komponen utama meliputi (91 item indikator), yaitu ekonomi (9 item indikator), lingkungan hidup (34 item

indikator), dan sosial (48 item indikator). Indikator lingkungan hidup dibagi menjadi sub indikator yaitu 16 sub indikator kinerja tenaga kerja, 12 sub indikator kinerja hak asasi manusia, 11 sub indikator masyarakat, dan 9 sub indikator tanggung jawab atas produk. Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan item *Check List* dengan item yang diungkapkan perusahaan. Nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan item. Nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan item.

2.5 Timeliness

Salah satu cara untuk mengukur transparansi dan kualitas pelaporan keuangan adalah ketepatan waktu. Rentang waktu antara tanggal laporan keuangan perusahaan dan tanggal ketika informasi keuangan diumumkan ke publik berhubungan dengan kualitas informasi keuangan yang dilaporkan. Tepat waktu bisa diartikan sebagai ketersediaan informasi ke pembuat keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitasnya untuk mempengaruhi keputusan. Faktor penting bagi kemanfaatan laporan keuangan yaitu nilai ketepatan waktu dalam penyampaian laporan keuangan. Selain itu ketepatan waktu juga kewajiban bagi perusahaan yang *go public* untuk menyampaikan laporannya secara berkala. Laporan keuangan sebagai suatu informasi akan bermanfaat apabila informasi yang dikandungnya disediakan tepat waktu bagi pembuat keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kemampuannya dalam mempengaruhi pengambilan keputusan. Hambatan dalam ketepatan waktu dalam penyampain laporan keuangan tentunya dapat mempengaruhi respon pasar terhadap laporan keuangan yang disajikan. Dimana, para investor mungkin menanggapi keterlambatan tersebut sebagai sinyal buruk bagi perusahaan (Teghearia 2018). Ketepatan waktu adalah tersedianya informasi bagi pembuat keputusan pada saat dibutuhkan sebelum informasi tersebut kehilangan kekuatan untuk mempengaruhi keputusan, (Suwardjono, 2014).

Laporan keuangan tahunan wajib diungkapkan oleh setiap perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai pelaporan kegiatan selama satu tahun kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan tersebut

(*stakeholders*). Di Indonesia diatur mengenai ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Peraturan mengenai ketepatan waktu tersebut diatur oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK). Peraturan tersebut daitur dalam UU No.8 tahun 1995 dan Peraturan Bapepam No.X.K.2 keputusan ketua Bapepam No. 80/PM/1996 tentang kewajiban penyampaian laporan keuangan berkala yaitu setiap perusahaan publik wajib menyampaikan laporan keuangan tahunan yang sudah diaudit selambat-lambatnya 120 hari sejak tanggal berakhirnya tahun buku.

Pada tanggal 30 September 2003 Bapepam mengeluarkan Peraturan Bapepam No.X.K.2, lampiran keputusan ketua Bapepam No.KEP-36/PM/2003 tentang kewajiban penyampaian laporan keuangan berkala untuk memperbaharui keputusan ketua Bapepam no. 80/PM/1996. Kemudian pada tanggal 5 Juli 2011 sejalan dengan perubahan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) sehubungan dengan adanya program konvergensi PSAK ke *International Financial Reporting Standard* (IFRS), maka Bapepam menyempurnakan peraturan No. X.K.2 yaitu menjadi lampiran keputusan ketua Bapepam-LK No.KEP-346/BL/2011 sebagai pengganti peraturan sebelumnya.

Pada keputusan ketua Bapepam-LK dijelaskan bahwa laporan keuangan harus disertai dengan laporan akuntan dengan pendapat lazim dan disampaikan kepada Bapepam selambat-lambatnya pada akhir bulan ketiga atau 90 hari setelah tanggal laporan keuangan tahunan. Artinya perusahaan yang tahun bukunya berakhir pada tanggal 31 Desember, maka batas waktu terakhir penyampaian laporan keuangannya adalah tanggal 31 Maret jika melebihi tanggal tersebut, maka dianggap terlambat.

2.6 Likuiditas Saham

Likuiditas saham memperoleh ukuran jumlah transaksi suatu saham di pasar modal dalam suatu periode tertentu. Jadi semakin likuid saham maka frekuensi transaksi saham semakin tinggi (Mulyana, 2011). Frekuensi perdagangan sangat

mempengaruhi jumlah lembar saham yang beredar dan secara tidak langsung berpengaruh terhadap volume perdagangan saham hal ini dikarenakan tingginya minat investor terhadap saham tersebut. Saham yang mempunyai tingkat volume perdagangan yang tinggi dimungkinkan memiliki tingkat likuiditas tinggi serta memberikan kemungkinan lebih tinggi untuk mendapatkan tingkat pengembalian.

Likuiditas merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan investor dalam pengambilan keputusan investasi selain dua faktor lainnya seperti return dan risiko. dalam penelitian ini definisi dan ukuran likuiditas dilihat dari total volume perdagangan. Sehingga metode yang digunakan untuk mengukur likuiditas adalah Trading Turnover atau lebih dikenal dengan TVA yaitu total volume perdagangan yang diukur dengan jumlah saham yang diperdagangkan dibandingkan dengan jumlah saham yang dikeluarkan oleh perusahaan, (Ferdhiyanto, 2016).

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Pelitian
1.	Awuy, V. P., Sayekti, Y., Purnamawati, I. (2016).	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Earnings Response Coefficient (ERC).	Variabel Independen : Corporate Social Responsibility Variabel Pemoderasi : Price to Book Value, <i>Leverage</i> Variabel Dependen : Earnings	Penelitian ini tidak mendukung hipotesa penelitian yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan tidak berpengaruh terhadap ERC. Hal ini mengindikasikan bahwa investor tidak begitu mengapresiasi

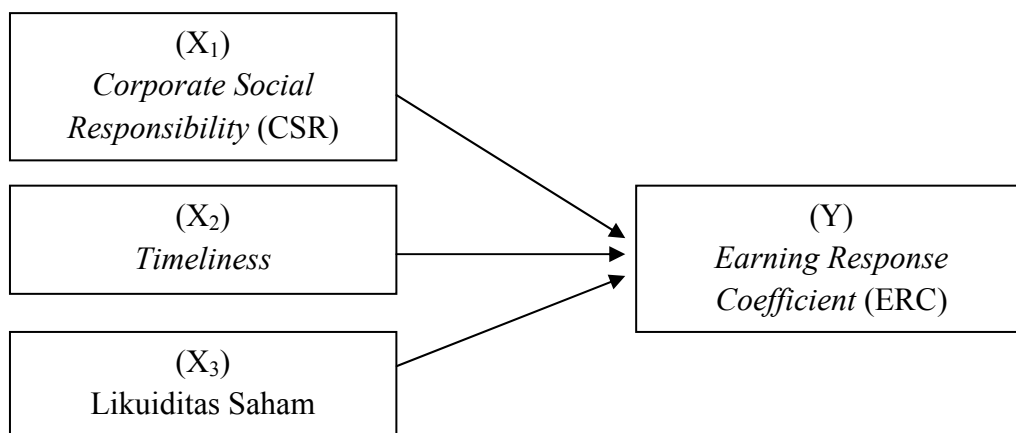
			Response Coefficient.	informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.
2.	Mulianti, Diah. (2016)	Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Timelines</i> , dan Struktur Modal terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Variabel Independen : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Timelines</i> , dan Struktur Modal. Variabel Dependen : <i>Earnings Response Coefficient</i> .	Penelitian ini membuktikan bahwa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Struktur Modal memiliki pengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> . Namun dengan variabel <i>Timelines</i> memiliki hasil tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .
3.	Haryanto, M.Y.D.H (2018)	Pengaruh Interaksi <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Likuiditas Saham</i> terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Likuiditas Saham</i> Variabel Dependen : <i>Earning</i>	Penelitian ini membuktikan bahwa interaksi antara <i>corporate social responsibility</i> dan <i>likuiditas saham</i> berpengaruh pada <i>earning response coefficient</i> .

		(studi pada perusahaan pertambangan di BEI)	<i>Response Coefficient.</i>	
4.	Teghearia, N. A (2018)	Pengaruh <i>Timeliness</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (studi pada perusahaan manufaktur di BEI)	Variabel Independen : <i>Timeliness</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR). Variabel Dependen : <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>timeliness</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i> . Penelitian ini sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan untuk melakukan kegiatan investasi dan melakukan kegiatan CSR sebagai pertimbangan terkait dengan penambahan nilai perusahaan dalam rangka mencapai tujuan utama perusahaan, dan pertimbangan bagi investor dalam menilai perusahaan sebelum berinvestasi dengan melihat ketepatan waktu laporan keuangan

				perusahaan dan CSR di mana ini akan memberikan harga saham yang baik bagi investor.
5.	Sari. R. Y., (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Resiko Sistematis, <i>Leverage</i> , Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .	Variabel Independen : Profitabilitas, Resiko Sistematis, <i>Leverage</i> , Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . Variabel Dependen : <i>Earnings Response Coefficient</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa resiko sistematis berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> . Sedangkan untuk variabel Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .

2.8 Kerangka pemikiran

Model kerangka pemikiran teoritis digunakan sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis yang menunjukkan bagaimana hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, *Timeliness*, dan *Likuiditas Saham*. Sedangkan variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient*. Berikut ini adalah kerangka penelitian yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.9 Bangunan Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara yang harus diuji kebenarannya mengenai masalah yang dipelajari, dimana suatu hipotesis selalu merumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan dua variabel atau lebih. Suatu hipotesis diterima apabila telah melalui analisis data empiris yang menunjukkan bahwa hipotesis tersebut benar dan begitu pula sebaliknya suatu hipotesis akan ditolak apabila analisis data empiris menunjukkan bahwa hipotesis tersebut salah.

2.9.1 *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Earnings Respons Coefficient*.

Pengungkapan CSR laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan yang baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Secara teoritis, ada hubungan antara pengungkapan (termasuk pengungkapan sukarela) dan kinerja pasar. Pengungkapan sukarela bertujuan mengurangi asimetri informasi ketika informasi laba hanya memberikan sedikit informasi tentang nilai perusahaan. Laporan tahunan adalah salah satu media yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan para investor, (Hadi 2011).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* merupakan salah satu faktor yang paling dominan terkait dengan pergerakan harga dan likuiditas saham. Tanggung jawab sosial adalah kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya terutama cara-cara perusahaan tersebut menangani individu-individu yang ada disekitarnya. Kepedulian suatu perusahaan terhadap lingkungan yang lebih luas dapat mempengaruhi penilaian publik terhadap perusahaan tersebut. Dengan tingkat kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan sekitarnya, suatu perusahaan juga akan dapat menggalang hubungan yang saling menguntungkan dengan para stakeholdernya.

Namun pada Penelitian yang dilakukan oleh (Teghearia, 2018) meneliti pengaruh *timeliness* dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings respons coefficient*, hasil penelitian ini diketahui bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *earnings respon coefficient*.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian terdahulu tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 :*Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

2.9.2 *Timeliness* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*

Ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan (*timeliness*) merupakan faktor yang menimbulkan pertanyaan bagi pengguna laporan keuangan mengenai kredibilitas ataupun kualitas laporan tersebut. Tepat waktu diartikan bahwa informasi harus disampaikan sedini mungkin agar dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi dan untuk menghindari tertundanya pengambilan keputusan tersebut. Perusahaan besar yang memberikan informasi laba akan semakin mendapat respon dari pemegang saham jika laporan keuangan disampaikan secara tepat waktu. Hal ini disebabkan informasi perusahaan besar selama tahun berjalan akan selalu diikuti oleh investor (sebagai *badnews* atau *goodnews*). Sehingga ketika informasi keuangan diterima investor maka investor sudah dapat memberikan respon. Respon investor terhadap laba yang dilaporkan oleh perusahaan besar dipengaruhi oleh ketepatan waktuan pada pelaporan keuangan, (Tegheria, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh (Tegheria, 2018) meneliti pengaruh *timeliness* dan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap *earnings response coefficient (ERC)*, hasil penelitian ini menyimpulkan *timeliness* berpengaruh positif secara signifikan pada *earnings response coefficient*. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh (Paramita, 2014) meneliti pengaruh ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan terhadap respon laba akuntansi, hasil penelitian ini menyimpulkan terdapat pengaruh signifikan ketepatan waktuan penyampaian laporan keuangan dengan respon laba. Artinya ketepatan waktuan penyampaian pelaporan keuangan mempunyai pengaruh terhadap kredibilitas atau kualitas laba yang akan direpon oleh pasar. Ini didasarkan pada argumentasi bahwa ketidaktepatan waktu bagi pemakai informasi akan dipersepsikan bahwa informasi yang terkandung dalam pelaporan keuangan adalah informasi yang mengandung gangguan. Adapun gangguan yang timbul ini merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kualitas laba yang pada akhirnya tercermin pada ERC. Berdasarkan pembahasan maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H2 : *Timeliness* berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient*.

2.9.3 Likuiditas Saham terhadap *Earnings Respons Coefficient*

Likuiditas yaitu kemampuan untuk melakukan transaksi tanpa mengeluarkan biaya yang signifikan. Semakin cepat suatu transaksi bisa dieksekusi tanpa penurunan harga yang signifikan maka dikatakan aset tersebut memiliki tingkat likuiditas yang tinggi. Semakin cepat saham bisa terjual dengan harga yang wajar maka dikatakan likuiditas saham tersebut tinggi, (Nasih, 2014).

Perusahaan dapat memberikan sinyal tentang kepedulian sosial mereka dengan memberikan sumbangan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang baik bagi para *stakeholder*, mengembangkan produk-produk yang ramah lingkungan, menciptakan lingkungan kerja yang berwawasan kesetaraan dan persamaan, dan juga tidak membedakan kelompok minoritas yang ada. Dengan demikian suatu perusahaan yang tanggap terhadap masalah sosial di sekelilingnya akan selalu didukung oleh para karyawan, konsumen dan para *stakeholder* lainnya sehingga pada akhirnya akan berdampak pada pergerakan harga likuiditas sahamnya serta kinerja perusahaan dalam jangka panjang, (Haryanto, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh (Haryanto, 2018) meneliti pengaruh interaksi *corporate social responsibility* dan likuiditas saham terhadap *earning respon coefficient*, hasil penelitian ini membuktikan bahwa interaksi likuiditas saham berpengaruh pada *earnings respons coefficient*. Dengan demikian informasi laba perusahaan akan semakin berkualitas ketika perusahaan juga mengungkapkan informasi-informasi yang material yang mampu menjaga likuiditas perdagangan saham. Hal ini menjelaskan bahwa pengungkapan informasi lingkungan menjadi kriteria yang meningkatkan kualitas laba yang diumumkan ketika saham perusahaan tersebut aktif diperdagangkan di bursa efek.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian terdahulu tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H3 :Likuiditas Saham berpengaruh terhadap *Earning Respons Coefficient*.

