

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI  
2010 - 2012)**

**Desriani Ibrahim**  
Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi Universitas Yapis Papua

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh informasi Corporate Social Responsibility dalam laporan tahunan perusahaan terhadap Earning Response Coefficient. Hipotesa dalam penelitian ini memprediksi pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap nilai ERC. Selain itu penelitian ini juga menggunakan 3 variabel kontrol yaitu Price to Book Value (PBV), Debt Equity Ratio (DER), dan Beta.*

*Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2010 sampai 2012 yang menjadi sampel perusahaan sebanyak 11 perusahaan manufaktur. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh di antara variabel-variabel yang ada. Hasil pengujian secara simultan dalam penelitian ini sebelum menggunakan variabel control menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan antara Corporate Social Responsibility terhadap Earning Response Coefficient namun saat di masukkan variabel control hasil pengujian menunjukkan sebaliknya yaitu terdapat pengaruh signifikan antara Corporate Social Responsibility terhadap Earning Response Coefficient*

**Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Earning Response Coefficient, Price to Book Value (PBV), Debt Equity Ratio (DER), dan Beta**

**PENDAHULUAN**

Menurut *Global Compact Initiative* (2002) menyebutkan pemahaman CSR dengan 3P yaitu *profit, people, planet*. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup planet (Nugroho, 2007 dalam Sayidatina 2011).

Perusahaan dalam hal ini adalah entitas ekonomi bertanggungjawab bukan hanya kepada para *shareholder* tetapi juga kepada masyarakat luas. Bisnis yang dijalankan oleh perusahaan tidak hanya bermanfaat bagi para pemilik modal saja namun juga bagi masyarakat sekitar perusahaan maupun masyarakat luas. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang menerapkan CSR tidak hanya menginginkan pencitraan tetapi juga berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Kegunaan informasi laba perusahaan bagi investor sangatlah terbatas dan terkadang memberikan informasi yang bias. *Informativeness of earnings* akan semakin besar ketika terjadi ketidakpastian prospek perusahaan di masa datang (Sayekti dan wondabio, 2007). *Informativeness of earnings* dalam hal ini diukur dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC). *Earnings Response Coefficient*

(ERC) adalah ukuran besaran *abnormal return* suatu saham sebagai respon terhadap komponen laba *abnormal (unexpected earnings)* yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut (Scott, 2003).

Dengan kata lain bahwa semakin besar ketidakpastian prospek usaha perusahaan di masa datang maka ERC akan semakin tinggi. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi tambahan, seperti tanggung jawab sosial dan lingkungan, dalam laporan tahunan untuk mengurangi ketidakpastian tersebut. Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat menurunkan ERC perusahaan. Semakin luas (semakin banyak) informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diungkapkan perusahaan, investor tidak lagi hanya memperhatikan informasi laba perusahaan dalam berinvestasi. Perusahaan yang memiliki *growth opportunities* diharapkan memberikan profitabilitas yang baik sehingga mampu menghasilkan laba yang lebih presisten. Dengan demikian semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk bertumbuh maka ERC semakin tinggi Scott (2000) dalam Sayekti (2007).

Beta perusahaan mencerminkan risiko sistematis perusahaan. Investor akan menggunakan informasi laba sekarang untuk memperdiksi laba dan *return* masa datang, jika *return* masa datang semakin berisiko maka reaksi investor terhadap *unexpected earning* perusahaan semakin rendah. Dengan kata lain semakin tinggi beta perusahaan maka ERC akan semakin rendah (Scott, 2000 dalam Sayekti, 2007). Nilai ERC yang rendah juga dipengaruhi oleh tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi, apabila terjadi peningkatan laba perusahaan maka akan dipandang semakin baik bagi pemberi pinjaman dibandingkan bagi pemegang saham. Oleh karena itu perusahaan yang *high leverage* memiliki ERC yang rendah dibandingkan dengan perusahaan *low leverage* (Sayekti, 2007)

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Apakah terdapat pengaruh pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)? (2) Apakah terdapat pengaruh pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dengan *Price to Book Value* (PBV), BETA, dan *Debt Equity Ratio* (DER) sebagai Variabel Kontrol? (3) Manakah yang lebih baik Pengaruh pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dengan Variabel Kontrol ataukah tanpa Variabel Kontrol?

Tujuan penelitian Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). Dan Manfaat penelitian ini adalah Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai *Corporate Social Responsibility disclosure* dalam laporan keuangan yang disajikan.

## TINJAUAN PUSTAKA

Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Ghazali dan Chariri (2007)

menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan. Selain teori legitimasi ada pula teori stakeholder yang mendukung pentingnya pengungkapan Corporate Social Responsibility, Januarti dan Apriyanti (2005) mengemukakan bahwa teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder* sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. *Stakeholders* merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa *stakeholders theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain).

Definisi CSR secara etimologis di Indonesia kerap diterjemahkan sebagai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Namun setelah tanggal 16 Agustus 2007, CSR di Indonesia telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menggantikan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya disingkat UUPT bahwa CSR yang dikenal dalam undang-undang ini sebagaimana yang termuat dalam Pasal 1 Ayat 3 yang berbunyi, “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

Laba menjadi salah satu ukuran untuk melihat kinerja sebuah perusahaan untuk itu informasi laba sangat penting bagi investor sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi. Namun kadang kala informasi laba memberikan informasi yang bias hal ini kemungkinan terjadi dikarenakan adanya keterlambatan pelaporan keuangan dan praktek manajemen laba. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin pada tingginya ERC. Demikian sebaliknya lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin pada rendahnya ERC, hal itu menunjukkan bahwa laba yang dilaporkan kurang berkualitas (Pradipta dan Purwaningsih 2011). ERC mengukur seberapa besar return saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan, dengan kata lain terdapat variasi hubungan antara laba perusahaan dengan return saham Pengertian Koefisien Respon Laba (*Earnings Response Coefficient*) menurut Cho dan Jung (1991) adalah sebagai berikut :

*Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar unexpected earnings terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi abnormal returns saham dan unexpected earning*

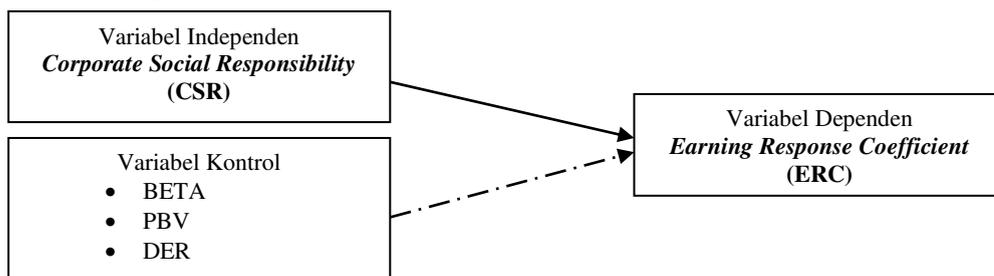
Kegunaan informasi laba perusahaan bagi investor sangatlah terbatas dan terkadang memberikan informasi yang bias. *Informativeness of earnings* akan semakin besar ketika terjadi ketidakpastian prospek perusahaan di masa datang (Sayekti dan wondabio, 2007). *Informativeness of earnings* dalam hal ini diukur dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Dengan kata lain bahwa semakin besar ketidakpastian prospek usaha perusahaan di masa datang maka ERC akan semakin tinggi. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi tambahan, seperti tanggung jawab sosial dan lingkungan, dalam laporan tahunan untuk mengurangi ketidakpastian tersebut. Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat menurunkan ERC perusahaan. Semakin luas (semakin banyak) informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diungkapkan perusahaan, investor tidak lagi hanya memperhatikan informasi laba perusahaan dalam berinvestasi.

Penelitian terdahulu Sayekti dan Wondabio (2007) meneliti tentang pengaruh tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan terhadap ERC. Sampel penelitian ini sebanyak 108 perusahaan yang terdaftar di BEI dengan periode tahun 2005. Secara empiris penelitian ini membuktikan bahwa tingkat pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap ERC; Pradipta dan Purwaningsih (2011) melakukan penelitian tentang Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC), Dengan Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Sebagai Variabel Kontrol; Hidayati dan Murni (2009) meneliti tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan High Profile. Sampel Penelitian ini sebanyak 37 perusahaan; Restuti dan Nathaniel (2011) meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earning Response Coefficient*. Berdasarkan penelitian dilakukan terhadap 150 sampel perusahaan Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC baik ketika tidak menggunakan variabel kontrol maupun ketika menggunakan variabel kontrol yaitu BETA dan PBV; Kartadjudena (2010) yang melakukan penelitian tentang Pengaruh *Voluntary Disclosure Of Financial Information* Dan *CSR Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient* (*Survey Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei 2008-2009*). Penelitian terkait dengan *voluntary disclosure of financial information* yang diproksi dengan menggunakan *disclosure index* Botosan (1997), dan *CSR disclosure* yang diproksi dengan *CSR Index* dari Sembiring (2005) secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) namun secara parsial masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

### Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



## Hipotesis

Berdasarkan pemaparan tersebutlah, hipotesis dalam penelitian ini dapat adalah sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) disclosure Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) disclosure Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dengan Price Book Value, Debt Equity Ratio dan Beta sebagai Variabel Kontrol
3. Pengujian dengan menambahkan variabel control lebih baik daripada yang tidak menggunakan variabel control.

## METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan-perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (*go public*) periode 2010– 2012. Penulis mengambil penelitian pada perusahaan manufaktur karena menurut penulis perusahaan Manufaktur sangat rentan mengalami masalah tentang tanggung jawab social seperti pencemaran lingkungan maupun kesejahteraan karyawannya. Namun dengan metode *Purposive Sampling* ada 11 perusahaan manufaktur yang sesuai dengan criteria untuk dijadikan sampel.

Analisis Regresi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Model I (tanpa Variabel Kontrol):

$$CAR = \alpha + \beta UE + \beta CSRI + \beta UE * CSRI \quad (1)$$

Model II (dengan Variabel control)

$$CAR = \alpha + \beta UE + \beta CSRI + \beta BETA + \beta PBV + \beta DER + \beta UE * CSRI + \beta UE * BETA + \beta UE * PBV + \beta UE * DER + e \quad (2)$$

Keterangan :

CAR	: <i>Cummulative Abnormal Return</i>
UE	: <i>Unexpected Earning</i>
CSRI	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
BETA	: beta koreksi yang merupakan proksi dari risiko
PBV	: <i>Ratio Price-to-Book-Value</i>
DER	: <i>Debt-Equity Ratio</i>
UE*CSRI	: Interaksi dari Variabel UE dan CSRI
UE*BETA	: Interaksi dari Variabel UE dan BETA
UE*PBV	: Interaksi dari Variabel UE dan PBV
UE*DER	: Interaksi dari Variabel UE dan DER
e	: error term

## HASIL PENELITIAN

Hasil pengujian model regresi berganda baik untuk Model I (control) maupun Model II (dengan variabel control) dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini:

**Tabel 1.1 Tabel Hasil Analisis Regresi Berganda**

	Model 1		Model 2	
	Koefisien	Signifikansi	Koefisien	Signifikansi
Constant	0,260	0,298	1,355	0,189
CSRI	-0,318	0,628	-1,341	0,193
UE	0,104	0,692	0,170	0,866
UE*CSRI	-0,31	0,972	-0,054	0,957
BETA			2,532	0,003
PBV			-0,848	0,405
DER			-0,971	0,342
UE*BETA			-0,796	0,434
UE*PBV			1,268	0,218
UE*DER			-0,645	0,525
F	0,845	0,481	10,666	0,003
R	0,283		0,506	
R <sup>2</sup>	0,080		0,232	
Ad. R <sup>2</sup>	-0,015		0,232	

Sumber : Data Diolah, 2014

Tabel di atas menyajikan dua model regresi berganda, yaitu Model I yang tidak memasukkan variabel kontrol, dan Model II yang memasukkan variabel kontrol. Uji F dari kedua model regresi tersebut menunjukkan hasil yang berbeda. Model I memiliki nilai uji F sebesar 0,845 (sig 0,481) karena signifikansi 0,481 > 0,05 sedangkan Model II memiliki nilai uji F sebesar 10,666 (sig 0,003) karena signifikansi 0,003 < 0,05. Untuk model II yang memiliki variabel control nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,003 sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan CSR berpengaruh signifikan terhadap ERC yang berarti  $H_0$  ditolak,  $H_{a1}$  diterima. Sedangkan sebaliknya untuk model I nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 yaitu 0,481 yang artinya secara simultan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC sehingga  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa Model I memiliki *adj R*<sup>2</sup> sebesar -0,015, sedangkan Model II memiliki *adjusted R*<sup>2</sup> yang lebih baik, yaitu 0,232. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu, bahwa respon pasar terhadap laba dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah beta dan *growth opportunities* (yang dalam penelitian ini masing-masing diproksi dengan variabel BETA dan PBV). Peningkatan R<sup>2</sup> tersebut (dari -0,015 menjadi 0,232) menunjukkan bahwa pengikutsertaan variabel kontrol meningkatkan *explainability* model atau *explainability* variabel independen terhadap perilaku variabel dependen (CAR).

Ketika variabel kontrol tidak dimasukkan dalam model (Model I), tampak bahwa variabel interaksi UE\*CSRI tidak signifikan yaitu 0,957, tetapi tanda koefisien positif (tidak sesuai dengan prediksi). Variabel CSRI menunjukkan estimasi koefisien yang negatif namun tidak signifikan, sedangkan variabel UE tidak signifikan. Hasil pengujian Model I tidak dapat mendukung hipotesa yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR berpengaruh negatif terhadap ERC. Hasil ini konsisten dengan temuan Restuti dan Nathaniel (2011) yang menguji pengaruh luas pengungkapan sukarela terhadap ERC.

Selanjutnya, hasil pengujian Model II yang memasukkan variabel kontrol menunjukkan bahwa koefisien variabel interaksi UE\*CSRI adalah negatif namun tidak signifikan. Estimasi koefisien variabel UE dan variabel CSRI juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil pengujian interaksi variabel UE dan variabel kontrol menunjukkan bahwa interaksi ketiga variabel tersebut tidak signifikan namun variabel UE\*BETA dan UE\*DER bernilai negative sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi beta perusahaan maka ERC akan semakin rendah (Scott, 2000 dalam Sayekti, 2007) begitu pula perusahaan yang *high leverage* memiliki ERC yang rendah dibandingkan dengan perusahaan *low leverage* (Sayekti, 2007).

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 11 perusahaan sampel Selama 3 tahun diperoleh kesimpulan berikut ini:

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa Model I memiliki *adj R<sup>2</sup>* sebesar -0,015, sedangkan Model II memiliki *adjusted R<sup>2</sup>* yang lebih baik, yaitu 0,232. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu, bahwa respon pasar terhadap laba dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah beta dan *growth opportunities* (yang dalam penelitian ini masing-masing diproksi dengan variabel BETA dan PBV). Peningkatan *R<sup>2</sup>* tersebut (dari -0,015 menjadi 0,232 menunjukkan bahwa pengikutsertaan variabel kontrol meningkatkan *explainability* model atau *explainability* variabel independen terhadap perilaku variabel dependen (CAR). Dari hasil Uji T Ketika variabel kontrol tidak dimasukkan dalam model (Model I), tampak bahwa variabel interaksi UE\*CSRI tidak signifikan yaitu 0,972, tetapi tanda koefisien positif (tidak sesuai dengan prediksi). Variabel CSRI menunjukkan estimasi koefisien yang negatif namun tidak signifikan yaitu 0,628 sedangkan variabel UE juga tidak signifikan yaitu 0,692 dapat dikatakan bahwa secara parsial masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

Dari hasil Uji T model 2 dengan variabel control walaupun lebih baik dari model 1 namun variabel UE dan CSRI serta interaksi keduanya tidak signifikan yaitu lebih dari 0,05 antara lain UE sebesar 0,866 CSRI sebesar 0,193 dan UE\*CSRI sebesar 0,957 berarti bahwa secara parsial masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dari hasil Uji F Model I memiliki nilai uji F sebesar 0,845 (sig 0,481) nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 yaitu 0,481 yang artinya secara simultan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC sehingga  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

Model II memiliki nilai uji F sebesar 10,666 (sig 0,003) karena signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Untuk model II yang memiliki variabel control nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,003 sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan CSR berpengaruh signifikan terhadap ERC yang berarti  $H_0$  ditolak,  $H_{a1}$  diterima

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Namun informasi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak cukup meyakinkan oleh investor untuk dapat meningkatkan saham perusahaan pemegangnya. CSR lebih memberi manfaat jangka panjang dibandingkan jangka pendek sehingga informasi CSR tidak terlalu diperhatikan oleh investor. Apabila perusahaan mengumumkan informasi CSR tanpa adanya informasi *earnings*, maka investor cenderung tidak menggunakan informasi CSR dalam pengambilan keputusan investasi. Tetapi, apabila informasi CSR diungkapkan bersamaan dengan informasi laba, investor akan bereaksi dimana reaksi investor terhadap informasi CSR memperkecil relevansi laba.

### Saran

1. Jumlah sampel yang terbatas, yaitu hanya sebanyak 33 laporan tahunan perusahaan dari 11 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada 3 tahun berturut-turut yaitu 2010, 2011, dan 2012. Sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk lebih memperbanyak sampel dalam penelitian atau menggunakan pula perusahaan yang bergerak dibidang non manufaktur.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel kontrol, yaitu *beta*, *growth opportunities (PBV)* dan *Leverage (DER)*. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dimasukkan variabel-variabel kontrol lainnya yang berpengaruh terhadap ERC (seperti *informativeness of earnings*, persistensi dan kualitas laba).
3. Adanya masalah multikolinearitas seperti yang sudah disebutkan sebelumnya. Meskipun masalah multikolinearitas tersebut sudah coba diatasi tetapi tetap tidak dapat dihindari karena terkait dengan variabel utama yang akan diuji, yaitu variabel *unexpected earnings* dan variabel CSR Indeks. Untuk penelitian selanjutnya, harus dicari suatu cara mekanisme untuk 'mengobati' masalah multikolinearitas tersebut agar estimasi koefisien yang dihasilkan tidak bias.

### DAFTAR PUSTAKA

- Cheng, Megawati dan Yulius Jogi Christiawan. "Pengaruh Pengungkapan Social Responsibility Terhadap Abnormal Return". Surabaya : Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Dewi, R Rosiyana dan Mariani Sitinjak. "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Earning Response Coeficient Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". Jakarta: Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik.
- Hidayati, Naila Nur dan Sri Murni. 2009. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Respose Coefficient pada Perusahaan High Profil". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 1, April: 1-18.
- Jayanti, Erny Dwi. 2013. "Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Social Terhadap Earning Response Coeficient (ERC)(studi pada sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2011)". Online. (<http://www.google.com>), diakses 5 Mei 2014

- Kartadjudena, Eriana. 2010. “*Pengaruh Voluntary Disclosure Of Financial Information Dan CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient(Survey pada Perusahaan Manufaktur di BEI 2008-2009)*”. Bandung : Universitas Widyatama
- Kurnianto, Eko Adhi. 2011. “ *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan*”. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Murwaningsari, Ety. 2007. “*Pengujian Simultan: Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Earning Coefficient(CSR)\**”. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti
- Restuti, MI Mitha Dwi dan Cecilia Nathaniel. 2011. “*Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient*”. Salatiga: Jurnal Dinamika Manajemen
- Sayidatina, Kartika. 2011.”*Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Stock Return (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2009)*”. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. “*Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient*” (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta)”. Makassar : Simposium Nasional Akuntansi X.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. “*Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial(Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta)*”. Solo : Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Setiowati. 2012. “*Pengaruh Corporate Response Coefficient terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2006-2010)*”. Jayapura: Universitas Yapis Papua
- Pradipta, Dyah Hayu dan Anna Purwaningsih. 2011. “*Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient (ERC), Dengan Ukuran Perusahaan Dan Lavarage Sebagai Variabel Kontrol*”. Banjarmasin : Simposium Nasional Akuntansi XV.
- Yamin, M. Noch dan Abdul Rasyid. 2012. “*Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*”. Medan: Perdana Publishing.
- <http://almirans.wordpress.com/2012/11/09/pengertian-corporate-social-responsibilities-dan-penerapannya/>. [www.google.com](http://www.google.com). Dikases 10 Mei 2014. <http://www.tempo.co> diakses 10 Mei 2014.