
Dampak Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap Earning Response Coefficient

Norotus Sa'diyah

Universitas Islam Nahdlatul Ulama (Unisnu) Jepara, Indonesia

E-mail: 181120002242@unisnu.ac.id

Siti Aliyah

Universitas Islam Nahdlatul Ulama (Unisnu) Jepara, Indonesia

E-mail: staliyah10@gmail.com

Subadriyah

Universitas Islam Nahdlatul Ulama (Unisnu) Jepara, Indonesia

E-mail: baddyjepara@gmail.com

Solikhul Hidayat

Universitas Islam Nahdlatul Ulama (Unisnu) Jepara, Indonesia

E-mail: solikhulhidayat@unisnu.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of profitability, leverage, company size and growth opportunities on the earning response coefficient of mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2021. The data used in this research is secondary data. The population in this study are all mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2021. The sampling technique used purposive sampling technique which was selected based on predetermined criteria, so that a sample of 55 data was obtained. The method used in this research is multiple linear regression analysis. This study uses a tool that is IBM SPSS Statistics 20 software program. The results of this study indicate that profitability has a significant positive effect on the earning response coefficient, leverage has a significant negative effect on the earning response coefficient, company size and growth opportunities have no effect on the earning response coefficient.

Keywords : Profitability, Leverage, Company Size, Growth Opportunity, Earning Response Coefficient

PENDAHULUAN

Earning Response Coefficient (koefisien respon laba) adalah tingkat kepekaan reaksi pasar terhadap informasi kejutan laba (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020). *Earning response coefficient* merupakan ukuran abnormal return sekuritas dalam merespon komponen pendapatan yang tak terduga dan dilaporkan perusahaan yang mengeluarkan sekuritas (Scott, 2015). Perubahan harga sekuritas dapat memberikan pengaruh terhadap *return* yang akan diterima oleh pasar (investor). Tujuan dalam meneliti koefisien respon laba adalah untuk menganalisis fundamental untuk model penilaian dalam menentukan reaksi pasar dari informasi laba suatu perusahaan oleh investor. Dengan begitu kita bisa mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi koefisiensi respon laba dan dapat dilihat besar kecilnya laba harga saham dari informasi laba suatu perusahaan. Naik turunnya laba bisa dilihat pada profitabilitas dan *leverage* suatu perusahaan (Jannah, 2019).

Pada penelitian ini, variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas, *leverage* ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam periode waktu tertentu (Munawir, 2002). Sedangkan menurut (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020) Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba pada tingkat

penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas dapat menunjukkan pertumbuhan laba yang diharapkan perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan keuntungan yang akan dihasilkan perusahaan untuk masa yang akan datang menarik investor untuk menanamkan modalnya. Dari hasil penelitian (Pangidoan & Chusnah, 2020), (Mahendra & Wirama, 2017), (Zulfiar, Faisal, Halim, & Mawaddah, 2020) dan (Suharja & R, 2019) yang mengungkapkan bahwa hasil profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). Hasil tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Cantyawati & Dewi, 2021), (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020) dan (Angela & Iskak, 2020) dinyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC).

Variabel yang kedua adalah *leverage*. *Leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan dimana penggunaan aset dan sumber dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap (Wijaya, Adhitya, Cahyadi, & Salim, 2020). Sedangkan menurut (Syamsuddin, 2001) *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang memiliki beban tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk meningkatkan tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. *Leverage* menunjukkan seberapa besar perusahaan bergantung pada pendanaan dari hutang untuk membiayai operasi bisnisnya. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan akan menyebabkan rendahnya respon terhadap pasar dan dapat berdampak negatif terhadap nilai ERC. Hal ini dikarenakan jika perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi dalam melaporkan laba, maka perusahaan akan memprioritaskan pembayaran hutang kepada kreditur dari pada pembayaran dividen kepada investor sehingga respon investor akan negatif. Penelitian yang dilakukan oleh (Tamara & Suaryana, 2020), (Asmarani & Kurniawan, 2019), (Pangidoan & Chusnah, 2020), (Zulfiar, Faisal, Halim, & Mawaddah, 2020) dan (Suharja & R, 2019) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap ERC. Sedangkan, hasil dari penelitian oleh (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020), (Fitriah, 2020) dan (Angela & Iskak, 2020) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.

Variabel yang ketiga adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham). Ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*), penetapan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset perusahaan (Machfoedz, 1994). Sedangkan menurut (Kurnia, Diana, & Mawardi, 2019) Ukuran perusahaan adalah nilai yang menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak pula informasi publik yang tersedia diperusahaan tersebut. Karena perusahaan besar mempunyai tanggung jawab yang lebih tinggi dan lebih sering muncul dalam pemberitaan media masa dibanding dengan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan merupakan ukuran aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk menunjukkan kinerja suatu perusahaan dalam mengelola total asetnya. Investor akan semakin merespon laba yang diterbitkan oleh perusahaan jika aset perusahaan besar, dan investor lebih sering berinvestasi pada perusahaan besar karena dianggap mampu meningkatkan kinerja perusahaan dengan meningkatkan kualitas labanya. Hasil penelitian (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020), (Asmarani & Kurniawan, 2019) dan (Suharja & R, 2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). Penelitian berbeda yang dilakukan oleh (Mahendra & Wirama, 2017) dan (Anita & Anggraini, 2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC).

Variabel yang keempat adalah kesempatan bertumbuh. Kesempatan bertumbuh adalah kemampuan perusahaan mengidentifikasi sumber-sumber pendanaan potensial perusahaan (internal maupun eksternal) untuk melakukan kegiatan investasi guna memberikan perencanaan keuangan yang tepat bagi perusahaan (Pangidoan & Chusnah, 2020). Sedangkan menurut (Cantyawati & Dewi, 2021) kesempatan bertumbuh adalah pertumbuhan suatu perusahaan yang nantinya dapat dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya, agar dapat dilihat apakah perusahaan itu bisa bertumbuh atau tidak. Kesempatan bertumbuh

perusahaan dapat dilihat dari tingkat pertumbuhan perusahaan yang menjelaskan adanya kesempatan pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang. Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki respon yang positif dari pasar jika memiliki pertumbuhan yang tinggi, dan potensi pertumbuhan perusahaan merupakan harapan investor untuk mendapatkan keuntungan dimasa depan. Hasil penelitian (Tamara & Suaryana, 2020) dan (Suharja & R, 2019) menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). Sedangkan hasil penelitian (Cantyawati & Dewi, 2021), (Fitriah, 2020) dan (Angela & Iskak, 2020) menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC).

Perusahaan pertambangan merupakan salah satu industri yang berperan besar dalam pendapatan keuangan negara. Industri pertambangan mampu mendorong kesejahteraan masyarakat. Akan tetapi, pada tahun 2019 terjadi pandemi global yaitu wabah corona atau COVID-19. Salah satu yang terkena dampaknya adalah sektor batu bara, minyak dan gas. Emiten pertambangan batu bara RI mencatat penurunan pendapatan pada tahun 2019 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan pendapatan merupakan imbas dari melemahnya harga batu bara terutama dengan nilai kalori tinggi (> 6.300 Kcal/Kg) dan berdampak pada penurunan rata-rata harga jual (*average selling price/ASP*) batu bara. Pada tahun 2019, ITMG mencatat penurunan ASP sebesar 20,1%, sehingga mencatat penurunan pendapatan total sebesar 14,5%. Walaupun ASP emiten batu bara pelat merah yakni PT Bukit Asam Tbk (PTBA) membukukan penurunan, tapi peningkatan volume penjualan mengakibatkan kenaikan pendapatan sebesar (+2,9% *year on year*). Penurunan pendapatan yang dialami sektor batu bara RI dibarengi dengan penurunan biaya produksi, sehingga berakibat pada tergerusnya margin perusahaan. Laba bersih dari emiten pertambangan batu bara RI ditahun 2019 anjlok drastis, ada juga yang anjlok hingga lebih dari 100%. Melemahnya harga batu bara yang terjadi pada tahun 2019 memicu perusahaan untuk melakukan efisiensi operasi. Minyak merupakan bahan bakar yang digunakan untuk memproduksi batu bara, biaya bahan bakar untuk memproduksi batu bara mencapai 20-30% dari total biaya. Sementara komponen bahan bakar masuk beban biaya produksi (COGS) yang besarnya 75-80% dari pendapatan. Anjloknya harga minyak ke level terlemah dalam 18 tahun terakhir, justru menjadi berkah bagi emiten pertambangan batu bara karena menghemat ongkos produksi. Indeks harga saham gabungan (IHSG) belum merasakan penguatan yang berarti. Harga saham emiten batu bara tanah air yang fundamental pun diobral murah dipasar, akhirnya koreksi signifikan tidak terelakkan. Harga saham emiten batu bara RI sudah terkoreksi lebih dari 10% di sepanjang kuartal pertama tahun 2020 (Citradi, 2020).

Beberapa penelitian telah dilakukan terhadap koefisien respon laba (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun masih terdapat hasil yang berbeda pada setiap penelitian (research gap). Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan dari variabel bebas, variabel terikat, dan variabel perantara yang diteliti, serta perbedaan periode pengamatan, dan sebagainya. Dengan demikian, permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh terhadap *Earning Response Coefficient*?

TINJAUAN PUSTAKA

Earning Response Coefficient (koefisien respon laba) adalah tingkat kepekaan reaksi pasar terhadap informasi kejutan laba (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020). Laba yang berkualitas dapat ditunjukkan dari reaksi pasar yang tinggi saat merespon informasi laba. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa reaksi pasar tergantung pada informasi laba yang dihasilkan suatu perusahaan dalam periode tertentu. *Earning Response Coefficient* juga bisa menunjukkan ukuran kemampuan hubungan *return* saham dan laba perusahaan. *Earning Response Coefficient* sangat berguna dalam analisis fundamental, yakni analisis untuk menghitung nilai saham yang sebenarnya dengan data keuangan perusahaan sebagai dasar penilaian investor untuk mengetahui reaksi pasar terhadap pengembalian saham perusahaan (Wijaya, Adhitya, Cahyadi, & Salim, 2020). Pada saat pengumuman laba, pasar sudah memiliki prediksi laba

berdasarkan informasi publik yang tersedia (Suwardjono, 2005).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam periode waktu tertentu (Munawir, 2002). Sedangkan menurut (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020) Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas sangat penting untuk diperhatikan agar bisa mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan para investor di suatu perusahaan yang mampu memberikan *return* sesuai dengan tingkat yang dibutuhkan investor.

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan dimana penggunaan aset dan sumber dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap (Wijaya, Adhitya, Cahyadi, & Salim, 2020). Sedangkan menurut (Syamsuddin, 2001) *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang memiliki beban *tetap (fixed cost assets or funds)* untuk meningkatkan tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. *Leverage* timbul karena dalam operasinya menggunakan sumber dana dan aktiva yang bisa menimbulkan biaya tetap bagi perusahaan (Ely, 2013). Prospek perusahaan dengan hasil yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan penggunaan hutang yang melebihi target struktur modal yang normal (Brigham & Houston, 2001). *Leverage* menunjukkan rasio penggunaan hutang untuk membiayai investasinya. Menurut teori keagenan, dengan kondisi tertentu seorang agen akan mendapatkan komisi yang tinggi jika mampu memperoleh keuntungan yang besar. Salah satu cara untuk meningkatkan laba, yaitu dengan memaksimalkan operasional perusahaan, salah satunya dengan menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan. Oleh karena itu, semakin tinggi *leverage* semakin rendah respon pasar terhadap laba. Hal ini dikarenakan jika terjadi peningkatan laba, pemegang saham akan menganggap bahwa laba tersebut hanya akan digunakan untuk melunasi hutang (Wijaya, Adhitya, Cahyadi, & Salim, 2020).

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham). Ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*), penetapan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset perusahaan (Machfoedz, 1994). Sedangkan menurut (Kurnia, Diana, & Mawardi, 2019) Ukuran perusahaan adalah nilai yang menunjukkan besar/kecilnya perusahaan.

Kesempatan bertumbuh adalah kemampuan perusahaan mengidentifikasi sumber-sumber pendanaan potensial perusahaan (internal maupun eksternal) untuk melakukan kegiatan investasi guna memberikan perencanaan keuangan yang tepat bagi perusahaan (Pangidoan & Chusnah, 2020). Sedangkan menurut (Cantyawati & Dewi, 2021) kesempatan bertumbuh adalah pertumbuhan suatu perusahaan yang nantinya dapat dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya, agar dapat dilihat apakah perusahaan itu bisa bertumbuh atau tidak.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earning Response Coefficient*. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam periode waktu tertentu (Munawir, 2002). Profitabilitas sangat diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan para investor di suatu perusahaan mampu memberi *return* sesuai dengan tingkat yang diinginkan investor (Setiawati & Nursiam, 2014). Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba merupakan upaya untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan akan meningkatkan kinerjanya dan mendorong kualitas informasi laba yang lebih baik yang disajikan oleh manajemen. Investor akan bereaksi positif atas informasi laba yang berkualitas, sehingga akan meningkatkan ERC. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi mempunyai koefisien respon laba yang besar dibanding dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah, karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan mampu menyelesaikan operasi yang sedang dijalankan saat ini, yang diindikasikan dengan laba (Marlina & Anna, 2018). Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi profitabilitas, maka nilai koefisien respon laba perusahaan akan tinggi. Sedangkan semakin rendah profitabilitas, maka nilai koefisien respon laba perusahaan juga akan rendah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pangidoan & Chusnah, 2020), (Mahendra & Wirama, 2017), (Zulfiar, Faisal, Halim, &

Mawaddah, 2020) dan (Suharja & R, 2019) yang mengungkap bahwa hasil profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC).

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Response Coefficient*

Pengaruh Leverage Terhadap Earning Response Coefficient. Leverage adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang memiliki beban tetap (fixed cost assets or funds) untuk meningkatkan tingkat penghasilan (return) bagi pemilik perusahaan (Syamsuddin, 2001). Leverage yang tinggi dapat diidentifikasi bahwa perusahaan menggunakan banyak hutang dari pada modal yang dimiliki, dan semakin berat juga beban keuangan yang dihadapi perusahaan karena harus membayar hutang. Sehingga memiliki tingkat risiko yang tinggi, tingginya risiko mencerminkan kemungkinan perusahaan tidak dapat membayar hutang. Maka dari itu, respon dari para investor cenderung rendah dan menyebabkan para investor takut untuk berinvestasi para perusahaan tersebut. Lemahnya respon investor tentunya dapat menurunkan Earning Response Coefficient pada perusahaan tersebut (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020). Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai leverage suatu perusahaan maka akan semakin rendah ERC pada perusahaan tersebut dan reaksi pasar atau investor merespon negatif laba yang dihasilkan perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Tamara & Suaryana, 2020), (Asmarani & Kurniawan, 2019), (Pangidoan & Chusnah, 2020), (Zulfiar, Faisal, Halim, & Mawaddah, 2020) dan (Suharja & R, 2019) membuktikan bahwa leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap ERC.

H₂ : Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap *Earning Response Coefficient*

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, log size, nilai pasar saham). Ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium size), dan perusahaan kecil (small firm), penetapan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset perusahaan (Machfoedz, 1994). Perusahaan dengan ukuran lebih besar memiliki inisiatif dalam mengungkap lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Akibatnya, semakin informatif harga saham maka akan semakin kecil pula muatan informasi current earnings (Setyaningtyas, 2009). Ukuran perusahaan dapat dilihat berdasarkan aset yang dimiliki perusahaan. Semakin banyak aset yang dimiliki, maka kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba juga semakin besar. Semakin besar keuntungan yang didapat, bisa diartikan bahwa perusahaan memiliki tingkat risiko yang kecil. Sehingga direspon positif oleh investor karena peluang mendapatkan return sangat besar. Respon positif dari investor tentunya akan meningkatkan ERC dalam jangka panjang. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan (dilihat dari total asetnya), maka investor akan merespon positif laba yang diumumkan perusahaan dan semakin tinggi pula ERC pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020), (Asmarani & Kurniawan, 2019) dan (Suharja & R, 2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC).

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Response Coefficient*

Pengaruh Kesempatan Bertumbuh Terhadap Earning Response Coefficient. Kesempatan bertumbuh adalah kemampuan perusahaan mengidentifikasi sumber-sumber pendanaan potensial perusahaan (internal maupun eksternal) untuk melakukan kegiatan investasi guna memberikan perencanaan keuangan yang tepat bagi perusahaan (Pangidoan & Chusnah, 2020). Kesempatan bertumbuh memberikan penjelasan tentang prospek pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang. Jika perusahaan mengeluarkan informasi dan informasi tersebut direspon cepat oleh investor maka menunjukkan bahwa informasi tersebut memiliki nilai informasi yang menguntungkan bagi investor. Para investor memberikan penilaian terhadap kemungkinan pertumbuhan suatu perusahaan dilihat dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat yang akan diperoleh. Para investor akan memberikan respon positif kepada perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi. Karena perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat bagi investor dimasa mendatang, sehingga menaikkan koefisien respon laba perusahaan tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi

kesempatan bertumbuh perusahaan, maka nilai koefisien respon laba perusahaan akan tinggi. Sedangkan semakin rendah kesempatan bertumbuh perusahaan, maka nilai koefisien respon laba perusahaan juga akan rendah. Hasil penelitian (Tamara & Suaryana, 2020) dan (Suharja & R, 2019) menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC).

H4 : Kesempatan Bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap Earning Response Coefficient

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun periode 2017-2021.
2. Perusahaan pertambangan yang konsisten menyajikan laporan keuangan tahun 2017-2021.
3. Perusahaan pertambangan yang mendukung informasi variabel secara lengkap tahun 2017-2021.
4. Perusahaan pertambangan yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah

HASIL PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2021. Populasi dari sektor pertambangan ini terdiri dari 45 perusahaan. Sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari 4 sub sektor, meliputi sub sektor perusahaan batu bara, sub sektor minyak dan gas, sub sektor logam dan mineral, sub sektor batu-batuan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Proses pemilihan sampel dapat dilihat dari tabel berikut ini :

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2017-2021	45
2	Perusahaan pertambangan yang tidak konsisten menyajikan laporan keuangan tahun periode 2017-2021	3
3	Perusahaan pertambangan yang tidak mendukung informasi variabel secara lengkap tahun 2017-2021.	6
4	Perusahaan pertambangan yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah	25
	Jumlah sampel yang dipilih	11
Jumlah total sampel keseluruhan (2017-2021)		55

Table 1. Kriteria Sampel Sumber: Data diolah kembali (2022)

Berdasarkan tabel 1, perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia berjumlah 45 perusahaan dan yang sesuai dengan kriteria berjumlah 11 perusahaan, dengan diakumulasi di kali 5 tahun penelitian (2017-2021). Jadi jumlah sampel yang terpilih sebanyak 55 dari 11 perusahaan, adapun perusahaan pertambangan yang tidak konsisten menyajikan laporan keuangan selama penelitian berjumlah 3 perusahaan, perusahaan pertambangan yang tidak mendukung informasi variabel secara lengkap selama penelitian berjumlah 6 perusahaan, perusahaan pertambangan yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah berjumlah 25 perusahaan.

Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROFITABILITAS	55	-1.54	0.24	0.0038	0.22543
LEVERAGE	55	-5.91	5.25	1.0022	1.26496
UKURAN PERUSAHAAN	55	24.77	31.22	28.4819	1.71279
KESEMPATAN BERTUMBUH	55	-15.40	35.14	2.1314	5.52783
ERC	55	-1.39	0.49	-0.0404	0.28521
Valid N (listwise)	55				

Table 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20, 2022

Dari tabel diatas,bisa dilihat hasil analisis deskriptif terhadap masing-masing variabel selama tahun penelitian. Berikut hasilnya :

Earning respon coefficient (Y). Nilai minimum menunjukkan bahwa respon investor pada pengumuman laba paling rendah sebesar -1.39 yang menunjukkan bahwa investor memberikan respon negatif saat pengumuman laba dilakukan. Perusahaan yang memiliki earning respon coefficient paling rendah adalah DKFT. Sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa respon investor saat pengumuman laba paling tinggi sebesar 0,49 yang menunjukkan respon positif saat pengumuman laba perusahaan. Perusahaan yang memiliki earning respon coefficient paling tinggi adalah perusahaan ELSA. Dalam penelitian ini, nilai rata-rata earning respon coefficient sebesar -0,0404. sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0.28521.

Profitabilitas. Nilai minimum menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan memperoleh laba paling rendah sebesar -1.54, perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas paling rendah adalah perusahaan MITI. Sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan memperoleh laba paling tinggi sebesar 0.24, dan perusahaan yang memiliki nilai paling tinggi adalah perusahaan SMMT. Nilai rata-rata dari variabel profitabilitas sebesar 0.0038, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0.22543.

Leverage. Nilai minimum menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam membayar hutang dilihat dari segi ekuitasnya paling rendah sebesar -5.91 dan perusahaan yang memiliki nilai *leverage* paling rendah adalah perusahaan MITI. Sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam membayar hutang paling tinggi sebesar 5.25 dan perusahaan dengan nilai *leverage* paling tinggi adalah perusahaan DKFT. Rata-rata nilai *leverage* pada penelitian ini sebesar 1.0022 dan nilai standar deviasi sebesar 1.26496.

Ukuran Perusahaan. Nilai minimum menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berdasarkan aset yang dimiliki perusahaan paling rendah sebesar 24.77 dan perusahaan dengan nilai ukuran perusahaan paling rendah adalah perusahaan MITI. Nilai maksimum menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berdasarkan aset yang dimiliki perusahaan paling tinggi sebesar 31.22 dan perusahaan dengan nilai ukuran perusahaan paling tinggi adalah perusahaan PTBA. Rata-rata nilai ukuran perusahaan pada penelitian ini sebesar 28.4819 dan nilai standar deviasi sebesar 1.71279.

Kesempatan Bertumbuh. Nilai minimum menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan mengidentifikasi sumber-sumber pendanaan potensial perusahaan untuk melakukan kegiatan investasi paling rendah sebesar -15.40 dan perusahaan dengan nilai kesempatan bertumbuh paling rendah adalah perusahaan MITI. Nilai maksimum menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan mengidentifikasi sumber-sumber pendanaan potensial perusahaan untuk melakukan kegiatan investasi paling tinggi sebesar 35.14 dan perusahaan dengan nilai kesempatan bertumbuh paling tinggi adalah perusahaan FIRE. Rata-rata nilai variabel kesempatan bertumbuh sebesar 2.1314 dan nilai standar deviasi sebesar 5.52783.

Uji Asumsi Klasik. Tujuan dari uji asumsi klasik yaitu untuk memberikan kepastian bahwa

persamaan regresi memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, jelas dan konsisten. Uji asumsi klasik yang dilakukan ada 4 yaitu : uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas.

Apabila nilai sig. (2 – tailed) < 0,05 maka H0 ditolak, artinya data berdistribusi tidak normal. Jika nilai sig. (2 – tailed) > 0,05 maka H0 diterima, artinya data berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	0.25085615
Most Extreme Differences	Absolute	0.132
	Positive	0.106
	Negative	-0.132
Kolmogorov-Smirnov Z		0.981
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.291
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Table 3. Hasil Uji Normalitas Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20, 2022

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai sig. (2 – tailed) sebesar 0,291. Dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena nilai sig. (2 – tailed) > 0,05.

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PROFITABILITAS	0.519	1.925
	LEVERAGE	0.679	1.472
	UKURAN PERUSAHAAN	0.827	1.209
	KESEMPATAN	0.798	1.253
	BERTUMBUH		

a. Dependent Variable: ERC

Table 4. Hasil Uji Multikolinearitas Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20, 2022

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai toleransi dari keempat variabel yang diuji dalam penelitian ini lebih besar dari 0,05. Variabel profitabilitas memiliki nilai toleransi sebesar 0,519, variabel *leverage* memiliki nilai toleransi sebesar 0,679, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai toleransi 0,827 dan variabel kesempatan bertumbuh memiliki nilai toleransi sebesar 0,798. Nilai VIP dari keempat variabel juga kurang dari 10. Variabel profitabilitas memiliki nilai VIP sebesar 1,925, variabel *leverage* memiliki nilai VIP sebesar 1,472, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai VIP sebesar 1.209 dan variabel kesempatan bertumbuh memiliki nilai VIP sebesar 1,253. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.380	3.561	Beta	0.388	0.702

PROFITABILITAS	-0.209	1.687	-0.058	-0.124	0.903
LEVERAGE	0.330	0.269	0.431	1.228	0.230
UKURAN PERUSAHAAN	-0.014	0.124	-0.024	-0.114	0.910
KESEMPATAN BERTUMBUH	-0.065	0.089	-0.238	-0.725	0.475

a. Dependent Variable: ABS_RES

Table 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20, 2022

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan variabel profitabilitas sebesar 0,903, variabel *leverage* memiliki nilai signifikan sebesar 0,230, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,910 dan variabel kesempatan bertumbuh memiliki nilai signifikan sebesar 0,475. Dari keempat variabel penelitian memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.476 ^a	0.226	0.165	0.26070	1.880

a. Predictors: (Constant), KESEMPATAN BERTUMBUH, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS

b. Dependent Variable: ERC

Table 6. Hasil Uji Autokorelasi Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20, 2022

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,880. dasar pengambilan keputusan, jika $DW > DU$ dan $DW < 4-DU$. Nilai DW sebesar 1,880 lebih besar dari nilai 1,7240 (DU) dan 1,880 lebih kecil dari 4-1,7240. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dapat dihitung menggunakan alat ukur analisis SPSS versi 20, model regresi terdiri dari 4 variabel independen yaitu profitabilitas (X1), *leverage* (X2), ukuran perusahaan (X3), dan kesempatan bertumbuh (X4), dengan variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient* (ERC). Persamaan dalam regresi ini untuk menganalisis hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Berikut hasil regresi linear berganda dalam penelitian ini :

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.261	0.654		0.400	0.691
PROFITABILITAS	0.525	0.218	0.415	2.405	0.020
LEVERAGE	-0.128	0.034	-0.569	-3.773	0.000
1 UKURAN PERUSAHAAN	-0.006	0.023	-0.036	-0.265	0.792
KESEMPATAN BERTUMBUH	-0.002	0.007	-0.031	-0.219	0.827

a. Dependent Variable: ERC

Table 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20,

Adapun hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dirumuskan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0.261 + 0,525X_1 - 0,128X_2 + 0,006X_3 - 0,002X_4 + e$$

Nilai constant sebesar 0,261, artinya apabila semua variabel independen bernilai 0 maka nilai earning respon coefficient akan sebesar 0,261. Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,525, apabila profitabilitas mengalami kenaikan 1% maka earning respon coefficient akan meningkat sebesar 0,525%. *Leverage* memiliki nilai koefisien regresi- 0,128, apabila nilai *leverage* mengalami kenaikan 1% maka nilai earning respon coefficient akan meningkat sebesar 0,128%. Ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,006, apabila nilai ukuran perusahaan mengalami kenaikan 1% maka earning respon coefficient akan meningkat sebesar 0,006%. Kesempatan bertumbuh memiliki nilai koefisien regresi sebesar - 0,002, apabila mengalami kenaikan 1% maka nilai earning respon coefficient akan meningkat sebesar 0,002%.

Pengujian Hipotesis

Uji F sebagai Uji Kelayakan Mode

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0.995	4	0.249	3.659	0.011 ^b
Residual	3.398	50	0.068		
Total	4.393	54			

a. Dependent Variable: ERC

b. Predictors: (Constant), KESEMPATAN BERTUMBUH, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS

Table 8. Hasil Uji F Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari keempat variabel memiliki nilai signifikan sebesar 0,011. Dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan kurang dari 0,05 yang menunjukkan bahwa model mampu memprediksi nilai obeservasinya dengan baik, jadi model dalam penelitian bisa dianggap sudah tepat dan layak.

Uji T

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.261	0.654		0.400	0.691
PROFITABILITAS	0.525	0.218	0.415	2.405	0.020
LEVERAGE	-0.128	0.034	-0.569	-3.773	0.000
UKURAN PERUSAHAAN	-0.006	0.023	-0.036	-0.265	0.792
KESEMPATAN BERTUMBUH	-0.002	0.007	-0.031	-0.219	0.827

a. Dependent Variable: ERC

Table 9. Hasil Uji T Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20, 2022

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Earning Response Coefficient*. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient*. Untuk variabel profitabilitas diperoleh nilai signifikan sebesar 0.020, nilai tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient*. Maka hasil hipotesis **(H1) diterima**.

Pengaruh *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient*. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient*. Untuk variabel *leverage* diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000, nilai tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient*. Maka hasil hipotesis **(H2) diterima**.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient*. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient*. Untuk variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.792, nilai tersebut lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earning Response Coefficient*. Maka hasil hipotesis **(H3) ditolak**.

Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap *Earning Response Coefficient*. Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah kesempatan bertumbuh berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient*. Untuk variabel kesempatan bertumbuh diperoleh nilai signifikan sebesar 0.827, nilai tersebut lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earning Response Coefficient*. Maka hasil hipotesis **(H4) ditolak**.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.476 ^a	0.226	0.165	0.26070

a. Predictors: (Constant), KESEMPATAN BERTUMBUH, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS
b. Dependent Variable: ERC

Table 10. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2) Sumber : Data Sekunder diolah SPSS 20, 2022

Dari tabel diatas, diketahui bahwa dari hasil uji regresi diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,165 yang menunjukkan bahwa ada kontribusi sebesar 16,5% dari variable independen, yakni profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh pada earning respon coefficient pada perusahaan pertambangan yang merupakan populasi dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya 83,5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Earning Response Coefficient*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel diatas secara parsial menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikan 0,020 yang berarti kurang dari 0,05, maka hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap earning respon coefficient, jika dilihat dari β yang memiliki nilai positif yang artinya setiap tinggi rendahnya nilai profitabilitas akan diikuti dengan naiknya nilai earning respon coefficient. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka nilai earning respon coefficient juga semakin besar.

Profitabilitas sebagai gambaran kinerja perusahaan yang direspon baik oleh investor, investor akan merespon positif atas usaha perusahaan dalam mengelola aktiva yang dimiliki untuk memperoleh laba.

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mempunyai earning respon coefficient yang besar dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas yang rendah. Laba akan dianggap sebagai komponen utama yang menjadi pusat perhatian investor. Rasio profitabilitas yaitu ROA, yang digunakan untuk membandingkan aset yang dimiliki dan laba yang diperoleh. Kemampuan dalam mengelola aset dan memperoleh laba dapat meningkatkan respon investor saat pengumuman laba. Jadi bisa dikatakan bahwa ROA yang menjadi proksi dari profitabilitas merupakan salah satu pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan.

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi bisa dikatakan bahwa laporan keuangan perusahaan memiliki berita baik dan mengumumkan laporan keuangannya tepat waktu. Kinerja perusahaan yang baik akan menghasilkan laporan keuangan yang baik pula. Investor akan merespon lebih baik atas informasi laba tersebut, sehingga akan meningkatkan earning respon coefficient. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa besar profitabilitas suatu perusahaan, maka respon investor terhadap perusahaan semakin besar.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pangidoan & Chusnah, 2020), (Mahendra & Wirama, 2017), (Zulfiar, Faisal, Halim, & Mawaddah, 2020) dan (Suharja & R, 2019) yang mengungkap bahwa hasil profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). Tetapi, hasil tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Cantyawati & Dewi, 2021), (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020) dan (Angela & Iskak, 2020) dinyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). **H₁:diterima.**

Pengaruh leverage terhadap Earning Response Coefficient.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, secara parsial menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki nilai signifikan 0.00 yang berarti kurang dari 0,05, maka hasil pengujian menunjukkan bahwa *leverage* secara parsial berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*, jika dilihat dari β yang memiliki nilai negatif yang artinya setiap tinggi rendahnya nilai *leverage* tidak akan diikuti dengan naiknya nilai earning respon coefficient. Variabel *leverage* yang diproksikan dengan DER, yang digunakan untuk membandingkan utang dan ekuitas yang dimiliki perusahaan akan memberikan sinyal berupa informasi kepada investor untuk membuat keputusan. *Leverage* juga digunakan untuk menjelaskan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber dana yang dimiliki perusahaan untuk memperbesar hasil pengembalian kepada pemilikinya. Jika perusahaan memiliki pinjaman kepada pihak luar perusahaan, maka akan timbul utang sebagai konsekuensi dari pinjaman tersebut.

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi, berarti memiliki utang yang lebih besar dibandingkan modal sendiri. Semakin tinggi *leverage*, semakin tinggi pula resiko yang akan dihadapi perusahaan. Hal ini akan menyebabkan investor kurang percaya terhadap laba yang dipublish perusahaan, karena beranggapan bahwa perusahaan akan lebih memilih menggunakan laba untuk membayar utang dari pada membagikan deviden kepada investor. Tingginya *laverage* suatu perusahaan, akan mengakibatkan investor takut berinvestasi pada perusahaan tersebut, karena investor tidak mau mengambil resiko yang besar dan pada saat pengumuman laba perusahaan akan direspon negatif oleh investor. Respon tersebut akan mencerminkan bahwa laba perusahaan tidak berkualitas, sehingga akan menurunkan nilai earning respon coefficient.

Penelitian yang dilakukan oleh (Tamara & Suaryana, 2020), (Asmarani & Kurniawan, 2019), (Pangidoan & Chusnah, 2020), (Zulfiar, Faisal, Halim, & Mawaddah, 2020) dan (Suharja & R, 2019) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap ERC. Sedangkan, hasil dari penelitian oleh (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020), (Fitriah, 2020) dan (Angela & Iskak, 2020) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC. **H₂: diterima.**

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Earning Response Coefficient

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, secara parsial menunjukkan bahwa variabel ukuran

perusahaan memiliki nilai signifikan 0.792 yang berarti lebih dari 0.05, maka hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*. jika dilihat dari β yang memiliki nilai negatif yang artinya setiap kenaikan nilai ukuran perusahaan tidak akan diikuti dengan naiknya nilai dari *earning respon coefficient*.

Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *earning response coefficient* dikarenakan sampel dalam penelitian adalah perusahaan pertambangan, merupakan perusahaan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang terdaftar di BEI dianggap punya total asset yang tinggi, sehingga investor menganggap bahwa tingginya asset atau besarnya ukuran suatu perusahaan bukanlah hal yang terlalu diperhitungkan dalam berinvestasi. Oleh karena itu ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Mahendra & Wirama, 2017) dan (Anita & Anggraini, 2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). Penelitian berbeda yang dilakukan oleh (Sasongko, Puspawati, & Wijayanto, 2020), (Asmarani & Kurniawan, 2019) dan (Suharja & R, 2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). **H₃ : ditolak.**

Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Earning Response Coefficient

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, secara parsial menunjukkan bahwa variabel kesempatan bertumbuh memiliki nilai signifikan 0.827 yang berarti lebih dari 0.05, maka hasil pengujian menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*. jika dilihat dari β yang memiliki nilai negatif yang artinya setiap kenaikan nilai kesempatan bertumbuh tidak akan diikuti dengan naiknya nilai dari *earning respon coefficient*.

Hal ini bisa terjadi karena motivasi investor dalam berinvestasinya bukan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang, melainkan untuk mendapatkan keuntungan *capitas again*. Kesempatan bertumbuh biasanya diamati oleh investor yang mempunyai perspektif jangka panjang untuk mendapatkan *yield* dari investasi yang dilakukannya. Dengan demikian, informasi mengenai kesempatan bertumbuh perusahaan tidak terlalu direspon oleh investor. Hal tersebut berdampak pada harga saham sehingga laba yang dihasilkan perusahaan dinilai kurang berkualitas. Oleh karena itu, kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *earning respon coefficient*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Cantyawati & Dewi, 2021), (Fitriah, 2020) dan (Angela & Iskak, 2020) menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). Sedangkan hasil penelitian (Tamara & Suaryana, 2020) dan (Suharja & R, 2019) menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba (ERC). **H₄ : ditolak.**

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Earning Response Coefficient, Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap Earning Response Coefficient, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Earning Response Coefficient, dan kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap Earning Response Coefficient. Adapun saran yang dapat diberikan yakni bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah atau menggunakan variabel lain seperti CSR, Konservatisme Akuntansi, Kebijakan Deviden dan lain sebagainya, selain itu diharapkan dapat memperluas objek penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ananoraga, P., & Widiyanti, W. (1995). *Pasar Modal Keberadaan dan Manfaatnya bagi Pembangunan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

- Angela, C., & Iskak, J. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Growth Opportunities, dan Firm Size Terhadap Earning Response.
- Anita, & Anggraini, D. (2019). The Effect Accounting Conservatism, Firm Size And Dividend Policy On Earning Response Coefficient. *EPRA International Journal of Research and Development (IJRD)*.
- Asmarani, & Kurniawan. (2019). Pengaruh Insentif Manajemen Laba Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient (Erc) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI (Periode 2014-2017).
- Citradi, T. (2020, April 02). *Emiten Batu Bara Babak Belur di 20119, Adakah Harapan di 2020?* Dipetik Januari 12, 2022, dari cnbcindonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20200402145601-17-149396/emiten-batu-bara-babak-belur-di-2019-adakah-harapan-di-2020>
- Degryse, H., de Goeij, P., & Kappert, P. (2012). The Impact of Firm and Industry Characteristics On Small Firm's Capital Structure. *Small Business Economics*, 431447.
- Eduardus, T. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Risiko Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Ely, I. (2013). Pengaruh risiko, leverage, peluang pertumbuhan, persistensi laba dan kualitas tanggung jawab sosial perusahaan terhadap earnings coefficient pada perusahaan High Profile . *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Jannah, A. N. (2019). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Earnings Responses Coefficient (ERC).
- Keshtavar, A., Moeinaddin, M., & Dehnavi, H. D. (2013). Need for Capital Management and Capital Structure in the Word Today.
- Kurnia, I., & Sufiyati. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Risiko Sistemik dan Investment Opportunity Set. *Jurnal Ekonomi*, 463-478.
- Kurnia, I., Diana, N., & Mawardi, d. M. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Earning Response Coefficient . *E-JRA*.
- Machfoedz, M. (1994). *Financial Ratio Analysis and the Prediction of Earnings Changes in Indonesia*. Yogyakarta: Gajahmada University Business Review.
- Mahendra, I. P., & Wirama, D. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan pada Earnings Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Marlina, L. S., & Anna, Y. D. (2018). Pengaruh Konservatisme dan Pofitabilitas Terhadap Earning Response Coefficient . *Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*.
- Munawir, S. (2002). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Sasongko, N., Puspawati, R. K., & Wijayanto, K. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size, Profitability, And Leverage On Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*.

- Scott, R. W. (2015). *Financial Accounting Theory Seventh Edition*. Toronto: Pearson Prentice Hall.
- Setiawati, E., & Nursiam. (2014). ANALISIS PENGARUH UKURAN, PERTUMBUHAN DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009-2011).
- Setyaningtyas, T. (2009). Pengaruh Konservatisme Laporan Keuangan dan Siklus Hidup Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi Sebelas Maret*.
- Suharja, L., & R, A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Erc Perusahaan Konsumsi dan Aneka Industri Tahun 2015-2017.
- Suwardjono. (2005). *Teori Akuntansi : Perekayasaan Pelaporan Keuangan (Edisi III)*. Yogyakarta: BPFE.
- Syamsuddin, L. (2001). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tamara, I. G., & Suaryana, I. G. (2020). Pengaruh Growth Opportutiny dan Leverage pada Earning Response Coefficient. *Jurnal Akuntansi*.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan investasi: Teori dan Aplikasi Edisi 1*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wijaya, H., Adhitya, S., Cahyadi, H., & Salim, S. (2020). Factors Affecting Earning Response Coefficient With Profitability as Moderating Variable in Manufacturing Companies.
- Zulfiar, E., Faisal, Halim, A., & Mawaddah, N. (2020). Profitabilitas dan Leverage: Pengaruhnya Terhadap Earning Response Coefficient.