

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KESEMPATAN
BERTUMBUH, DAN PROFITABILITAS TERHADAP
*EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011)**



Oleh:

**LAILA FITRI
NIM. 13047/2009**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013
Wisuda Periode September 2013**

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KESEMPATAN
BERTUMBUH, DAN PROFITABILITAS TERHADAP
*EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011)**

Laila Fitri

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang
Email: lala.swam@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2011. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* sebanyak 49 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

Kata Kunci: *Earnings Response Coefficient, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Profitabilitas.*

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of size, growth opportunity, and profitability to earnings response coefficient in manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange. Population of this study is the manufacturing companies listed in the Indonesia Stock Exchange from 2008-2011. Sample was determined through purposive sampling technique consisted of 49 companies. The result of this study indicated that size, growth opportunity, and profitability are not significant to earnings response coefficient.

Keyword: *Earnings Response Coefficient, Size, Growth Opportunity, Profitability*

I. PENDAHULUAN

Dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal investor mempertimbangkan banyak hal dan membutuhkan informasi untuk pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan tersebut bisa dilihat dari laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk mendapatkan informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan kinerja perusahaan. Pertanyaannya apakah laporan keuangan telah menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh investor. Informasi yang dilaporkan dalam laporan keuangan diharapkan dapat berguna dalam pengambilan keputusan oleh pengguna seperti investor dan kreditor.

Salah satu informasi dalam laporan keuangan yang digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan adalah informasi laba akuntansi. Laba (*earnings*) banyak mendapat perhatian dari pengguna laporan dalam pertimbangan pengambilan keputusan. Laba dipandang sebagai elemen yang cukup kaya (komprehensif) untuk merepresentasi kinerja suatu entitas secara keseluruhan.

Bukti yang menunjukkan bahwa investor menggunakan informasi laba akuntansi dalam pengambilan keputusan pertama kali ditemukan oleh Ball dan Brown pada tahun 1968. Ball dan Brown menemukan bahwa pasar bereaksi setidaknya terhadap komponen laba dalam informasi akuntansi. Kalau pasar bereaksi berarti bahwa informasi digunakan untuk pengambilan keputusan (Scott, 2009:144).

Penyediaan informasi keuangan yang sesuai untuk tujuan pengambilan keputusan tertentu tentu saja tidak mudah. Untuk mengatasi hal ini akuntan perlu mempelajari berbagai teori dari

ekonomi dan keuangan dan menggunakan teori-teori tersebut sebagai pedoman. Akuntan dapat meningkatkan kegunaan (*usefulness*) laporan keuangan dengan menggunakan pedoman respon pasar terhadap laba sebagai dasar untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh investor.

Earnings Response Coefficient (ERC) merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba. Apakah informasi laba tersebut telah mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, dan juga dapat meningkatkan kebermanfaatan keputusan dalam pelaporan keuangan.

Penelitian Ball dan Brown (1968) dalam Margareta (2006:10) menunjukkan bukti empiris bahwa adanya hubungan yang sangat erat antara laba dengan tingkat return saham perusahaan. Hal ini berarti naik turunnya laba akan mempengaruhi naik turunnya harga saham secara searah. Besarnya hubungan antara laba akuntansi dengan respon investor yang ditunjukkan dengan tinggi rendahnya harga saham, diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient* (ERC).

ERC didefinisikan sebagai koefisien yang mengukur besarnya keuntungan abnormal sebuah sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba yang tidak diharapkan (*unexpected earnings*) (Scott, 2009:154). Menurut Cho dan Jung (1991) dalam Chistine (2006:146), koefisien respon laba akuntansi (*earning response coefficient*) sebagai pengaruh tiap dollar laba kejutan terhadap return saham yang diukur dengan koefisien kemiringan dalam regresi laba kejutan terhadap *return abnormal*. Rendahnya *earnings response*

coefficient menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi. Semakin tinggi *earning response coefficient* akan semakin bagus karena menunjukkan informasi laba yang berkualitas dengan tingginya respon investor terhadap pengumuman laba.

Pengumuman informasi laba saat diterbitkan atau dipublikasikan respon pasar terhadap informasi tersebut berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. pasar merespon lebih kuat terhadap berita baik atau buruk pada suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain (Scott 2009:153).

Penelitian ini bertujuan menguji hubungan karakteristik perusahaan dengan ERC. Menurut Christine (2008:146) karakteristik perusahaan merupakan informasi privat/ spesifik yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya diduga hal ini mempengaruhi ERC. Karakteristik perusahaan berdasarkan informasi akuntansi dijabarkan dalam tiga kategori variabel yaitu variabel yang berkaitan dengan struktur, variabel yang berkaitan dengan kinerja, dan variabel yang berkaitan dengan pasar.

Variabel-variabel yang berkaitan dengan struktur menurut Christine (2008:148) adalah ukuran perusahaan, rasio pengungkitan, konsentrasi kepemilikan, umur perusahaan, dan metoda sediaan. Untuk variabel yang terkait kinerja menurut Wallace (1994) dalam Christine (2008:150) profitabilitas dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel yang terkait pasar menurut Choi dan Cooke (1989) dalam Christine (2008:151) adalah tipe industri, tipe audit, dan status perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal (Brigham, 2006). Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut. Karena perusahaan besar mempunyai *reporting responsibility* yang lebih tinggi dan lebih sering muncul dalam pemberitaan dan media masa dibanding dengan perusahaan kecil. Dengan banyaknya informasi yang tersedia mengenai perusahaan besar maka investor akan lebih mudah untuk menginterpretasi informasi sehingga dapat menurunkan ketidakpastian arus kas masa depan perusahaan dan akan lebih memiliki kepercayaan pada perusahaan besar. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin tinggi *earnings response coefficient*.

Kesempatan bertumbuh menjelaskan adanya prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Kesempatan bertumbuh perusahaan bisa dinilai dari pertumbuhan labanya. Bagi perusahaan yang mempunyai pertumbuhan laba yang bagus hal ini akan meningkatkan kesempatan bertumbuh bagi perusahaan tersebut.

Kesempatan untuk tumbuh akan mempengaruhi ERC lebih tinggi dibanding perusahaan yang tidak tumbuh (Collins dan Khotari, 1989 dalam Noviyanti, 2008:101). Dengan adanya pertumbuhan laba berarti laba yang akan diperoleh untuk ke depannya juga akan terus meningkat. Investor akan lebih suka pada perusahaan yang dapat meningkatkan kemakmuran mereka di masa datang, karena informasi laba

tersebut merupakan berita baik sehingga dapat meningkatkan respon pasar.

Penelitian Sri, *et.al* (2007:43), menyimpulkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan, maka semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk mendapatkan atau menambah laba sehingga dapat meningkatkan respon pasar.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan laba akuntansi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa datang. ERC akan lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki pertumbuhan laba akuntansi (Scott, 2009:158). Artinya semakin tinggi pertumbuhan laba suatu perusahaan, semakin meningkat profitabilitas maka ERC akan meningkat pula.

Penelitian Indra dan Joko (2010:31), Zahroh dan Siddarta (2006:19) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*. Proksi dari variabel profitabilitas dalam penelitian ini adalah *return on asset* (ROA).

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian yang telah dilakukan oleh Zahroh dan Siddarta (2006) yang meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas perusahaan terhadap koefisien respon laba dan koefisien respon nilai buku ekuitas. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Zahroh dan Siddarta (2006), penelitian ini dilakukan pada periode 2008-2011 sedangkan pada penelitian terdahulu

dilakukan pada periode 1997-2001. Selain itu pada penelitian ini proksi yang digunakan berbeda dengan penelitian sebelumnya. Ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural total aset, kesempatan bertumbuh memakai rasio nilai pasar ekuitas terhadap nilai buku ekuitas dan profitabilitas diukur dengan memakai ROA. Sedangkan penelitian terdahulu proksi yang digunakan secara berurutan untuk variabel di atas adalah nilai buku total aset, pertumbuhan penjualan, dan ROE.

Berdasarkan dengan uraian di atas penelitian ini ingin mengungkapkan sejauhmana ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

II. KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

1. *Earnings Response Coefficient* (ERC)

Pengertian *earnings response coefficient* (ERC) menurut Cho dan Jung (1991) dalam Etty (2008:5) adalah efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap *return* saham, dan biasanya diukur dengan slope koefisien dalam regresi *abnormal returns* saham dan *unexpected earning*.

Laba memiliki kandungan informasi yang tercermin dalam harga saham (Easton dan Harris, 1991 dalam Naila dan Sri, 2009:2). Penelitian ini membuktikan bahwa laba memiliki nilai relevan yang diketahui dari pengaruhnya terhadap reaksi pasar yang digambarkan dalam harga saham. Perubahan harga saham bergerak sesuai dengan kepercayaan investor, sejalan dengan *Efficiency Market Theory*, sehingga

sebelum dan sesudah laporan keuangan dikeluarkan, informasi mengenai angka laba yang dipublikasikan akan memengaruhi tingkah laku investor.

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan (Collins dan Kothari, 1989 dalam Sri et al, 2007:40).

Sedangkan menurut keputusan BAPEPAM Nomor 9 Tahun 1995, berdasarkan ukurannya perusahaan dapat digolongkan atas dua kelompok yaitu perusahaan menengah/kecil dan perusahaan besar/ besar. Catrinasari (2006) dalam Elvida (2011:30) mengatakan bahwa anomali ukuran perusahaan lebih disebabkan operasi ketersediaan informasi yang terpublikasi untuk perusahaan meningkat sesuai dengan peningkatan ukuran perusahaan.

3. Kesempatan Bertumbuh

Kesempatan bertumbuh yang dihadapi di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Kesempatan bertumbuh perusahaan bisa dinilai dari pertumbuhan labanya. Bagi perusahaan yang mempunyai pertumbuhan laba yang bagus tentu saja hal ini akan meningkatkan kesempatan bertumbuh bagi perusahaan tersebut. Menurut Bambang (2007) dalam Rhandi (2012: 25) pertumbuhan laba adalah variabel yang menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan pada masa mendatang.

4. Profitabilitas

Menurut Husnan (2001:83) bahwa Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Oleh Lev (1989) dalam Yosefa dan Ludovicus, (2007:5) profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.

Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya.

Tinjauan Literatur

Rizky (2009) meneliti pengaruh alokasi pajak antar periode, persistensi laba akuntansi, pertumbuhan laba akuntansi, struktur modal, besaran perusahaan terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan jumlah sampelnya adalah 27 perusahaan periode penelitian selama 3 tahun (2005-2007). Dan hasil untuk besaran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ERC.

Margaretta (2006) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba bukti empiris pada Bursa Efek Jakarta. Variabel yang diteliti oleh peneliti adalah persistensi laba akuntansi, prediktibilitas laba akuntansi, kesempatan bertumbuh, ukuran perusahaan, risiko kegagalan perusahaan, dan risiko sistematis perusahaan. Dari hasil penelitian ini

dapat disimpulkan bahwa kesempatan bertumbuh dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.

Noviyanti (2008) melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ dengan rentang waktu mulai tahun 1995-2004. Variabel yang diteliti adalah beta, struktur modal, pertumbuhan laba, dan ukuran perusahaan. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa pertumbuhan laba berpengaruh positif signifikan terhadap ERC dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.

Indra dan Joko (2010) meneliti pengaruh *corporate social responsibility*, *Size*, dan *profitabilitas* terhadap *Earnings response coefficient*. Dari hasil penelitiannya diketahui bahwa CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Zahroh dan Siddarta (2006) meneliti pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas perusahaan terhadap koefisien respon laba dan koefisien respon nilai buku ekuitas. Dalam Penelitiannya ditemukan bahwa koefisien respon laba lebih besar pada perusahaan-perusahaan besar, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dan pertumbuhan yang tinggi.

Christine (2008) meneliti faktor-faktor penentu ERC banyak variabel yang diteliti oleh peneliti yaitu ukuran perusahaan, rasio pengungkapan, umur perusahaan, konsentrasi kepemilikan, metode sediaan, profitabilitas, likuiditas, tipe industri, tipe audit, dan status perusahaan. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi ERC secara statistik sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi ERC.

Sri (2007) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Variabel yang diteliti adalah persistensi laba, struktur modal, risiko sistematis, kesempatan bertumbuh, ukuran perusahaan, dan kualitas audit. Hasilnya menunjukkan bahwa hanya kualitas audit yang tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Hipotesis

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Cho dan Jung (1991) dalam Margareta (2006:12) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara *earnings response coefficient* dan ukuran perusahaan. Chaney dan Jeter (2002) dalam Zahroh dan Siddarta (2006:7) menyatakan bahwa semakin banyak ketersediaan sumber informasi pada perusahaan-perusahaan besar, akan meningkatkan *earnings response coefficients* dalam jangka panjang. Informasi yang tersedia sepanjang tahun pada perusahaan memungkinkan pelaku pasar untuk menginterpretasikan informasi yang terdapat pada laporan keuangan dengan lebih sempurna, sehingga dapat memprediksi arus kas yang lebih akurat dan menurunkan ketidakpastian.

Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin banyak informasi yang didapat. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor, dan akan menunjukkan perusahaan memiliki koefisien respon laba yang tinggi. Maka hipotesis yang pertama untuk penelitian ini adalah:

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap ERC.

2. Kesempatan bertumbuh

Kesempatan bertumbuh yang dihadapi di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Kesempatan bertumbuh perusahaan bisa dinilai dari pertumbuhan labanya. Jika semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan laba pada masa mendatang, dengan semakin meningkatnya kesempatan perusahaan memperoleh laba maka pasar juga akan memberikan respon yang lebih besar pada perusahaan tersebut.

Penelitian oleh Collins dan Kothari (1989) dalam Noviyanti (2008:101) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang lebih besar akan memiliki *earnings response coefficient* tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan maka semakin tinggi respon pasar terhadap pengumuman laba perusahaan tersebut.

semakin besar kesempatan bertumbuh laba suatu perusahaan maka koefisien respon laba akuntansi yang dimiliki perusahaan meningkat. Maka hipotesis ke dua dalam penelitian ini adalah:

H2: Kesempatan bertumbuh berpengaruh signifikan positif terhadap ERC

3. Profitabilitas

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mempunyai koefisien respon laba yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah. Zahroh dan Siddarta (2006:16) menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap ERC. Dan Indra dan Joko (2010:29) juga menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan

positif terhadap ERC yang artinya jika profitabilitas perusahaan memiliki ukuran yang tinggi maka akan semakin tinggi ERC.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan tinggi pula *earnings response coefficient*nya. Hipotesis yang ke tiga untuk penelitian ini adalah:

H3: Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap ERC

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2011. Jumlah sampel adalah 49 perusahaan selama 4 tahun. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu sampel yang ditarik dengan menggunakan pertimbangan. Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah:

- a. Perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia pada kurun waktu penelitian (periode 2008-2011).
- b. Tersedia data laporan keuangan yang disajikan dalam mata uang rupiah serta akhir periode pada 31 Desember.
- c. Tidak mengalami kerugian selama periode penelitian (2008-2011).
- d. Tanggal pengumuman laporan tahunan tersedia.

Sumber data diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory*, website IDX: <http://www.idx.co.id> dan dari website *finance.yahoo.com*.

Variabel Penelitian dan Pengukurannya

1. Variabel Dependen

Variabel dependen/terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *earnings response coefficient* (ERC). Besarnya ERC diperoleh dengan melakukan beberapa tahap perhitungan. Tahap pertama menghitung *cummulative abnormal return* (CAR) masing-masing sampel, tahap ke dua menghitung *unexpected earnings* (UE) masing-masing sampel, dan yang ke tiga menghitung *earnings response coefficient* (ERC).

a. Menghitung *cummulative abnormal return* (CAR) masing-masing sampel.

1) Menghitung *return* individu dan *return* pasar yang dirumuskan :

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

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

Keterangan :

R_{it} = *Return* harian perusahaan pada hari ke- t

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

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

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

$IHSG_t$ = Indeks harga saham gabungan pada waktu ke- t

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

2) Menghitung *abnormal return*

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

Keterangan :

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

R_{it} = *Return* harian perusahaan pada hari ke- t

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

3) Menghitung CAR

$$CAR_{i,[t-5,t+5]} = \sum_{t=-5}^{t=+5} AR_{i,t}$$

Keterangan :

$CAR_{i,[t-5,t+5]}$ = *cummulative abnormal return* perusahaan i selama 5 hari sebelum dan sesudah laba dipublikasi.

b. Menghitung *unexpected earnings* (UE) masing-masing sampel.

$$UE_{it} = \frac{E_{it} - E_{i,t-1}}{|E_{i,t-1}|}$$

Keterangan :

UE_{it} = *Unexpected Earnings* perusahaan i pada tahun t

E_{it} = Laba akuntansi aktual (laba setelah pajak) perusahaan i pada tahun t

E_{it-1} = Laba akuntansi aktual (laba setelah pajak) perusahaan i pada tahun t-1

c. Menghitung *earnings response coefficient* (ERC) masing-masing sampel

$$CAR_{i,[t-5,t+5]} = \alpha + \beta UE_{it} + \varepsilon$$

Keterangan :

$CAR_{i,[t-5,t+5]}$ = *cummulative abnormal return* perusahaan i selama 5 hari sebelum dan sesudah laba akuntansi dipublikasikan pada waktu t

UE_{it} = *Unexpected Earnings* perusahaan i pada waktu t

α = Konstanta

β = Koefisien yang menunjukkan ERC

ε = Error

2. Variabel Independen

a. Ukuran Perusahaan

Size pada penelitian ini diperoleh dengan log natural dari total asset masing-masing perusahaan (Collins dan Kothari, 1998 dalam Sri, 2007:40) yang terdapat dalam ICMD.

b. Kesempatan Bertumbuh

Variabel kesempatan bertumbuh ini diukur dengan rasio nilai pasar ekuitas terhadap nilai buku ekuitas perusahaan (Collins dan Kothari, 1989 dalam Margareta, 2006:16) dengan rumus :

$$\text{Market to book ratio} = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas}}{\text{Nilai Buku Ekuitas}}$$

Nilai pasar ekuitas = Harga per lembar saham X jumlah saham beredar.

c. Profitabilitas

Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *return on asset* (ROA).

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Rata - rata asset}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah teknik regresi berganda atau *multiple regression*. terhadap variabel dependen yaitu *earnings response coefficient* (ERC). Dalam penggunaan persamaan regresi terdapat beberapa asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi. Asumsi-asumsi tersebut adalah: uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolenearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas). Setelah persamaan regresi terbebas dari asumsi dasar tersebut maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian hipotesis.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menjelaskan secara deskriptif variabel-variabel dalam penelitian ini. *earnings response coefficient* (ERC) memiliki rata-rata sebesar 0,1154. Ini artinya perusahaan manufaktur di Indonesia rata-rata memiliki nilai ERC sebesar 0,1154. Dengan nilai ERC yang positif artinya

dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan manufaktur investor menggunakan informasi laba.

Tabel 1.
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
ERC	49	-.55	3.72	.1154	.57143
Ukuran Perusahaan	49	11.25	18.48	14.0000	1.57170
Kesempatan Bertumbuh	49	.06	28.01	2.3973	4.47422
Profitabilitas	49	.01	.42	.1093	.09576
Valid N (listwise)	49				

Sumber: Olahan Data SPSS 2013

Earnings response coefficient tertinggi (maksimum) adalah 3,72 dan terendah (minimum) adalah -0,55.

Variabel ukuran perusahaan memiliki rata-rata 14,00, dari ini dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan manufaktur di Indonesia rata-rata sudah termasuk dalam perusahaan besar, karena berdasarkan keputusan BAPEPAM No 9 tahun 1995 perusahaan besar memiliki total aset lebih dari 100 milyar yang nilai logaritma naturalnya adalah 11,51. Nilai minimum variabel ukuran perusahaan adalah 11,25, nilai maksimumnya adalah 18,48 dan standar deviasi atau sebaran data dari rata-ratanya adalah 1,57.

Variabel kesempatan bertumbuh memiliki rata-rata 2,39 yang artinya investor rata-rata menilai ekuitas perusahaan manufaktur 2,39 di atas nilai buku ekuitasnya. Nilai minimum adalah 0,06 sedangkan nilai maksimum adalah 28,01.

Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA, nilai Rata-rata ROA adalah 0,11. Artinya dari keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan mampu menghasilkan laba sebesar 11% atau dari Rp.1 aset dapat memperoleh laba Rp

0,11. Nilai maksimumnya adalah 0,42 dan nilai minimum ROA 0,01.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah sebaran data yang ada terdistribusi secara normal/tidak. pengujian ini dilakukan dengan analisis statistik yang dapat dilihat melalui *Kolmogorov-Smirnov* test (K-S) dengan kriteria pengujian $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data tersebar secara normal.

Tabel 2.

Uji Normalitas Residual One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.17856896
Most Extreme Differences	Absolute	.172
	Positive	.172
	Negative	-.152
Kolmogorov-Smirnov Z		1.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.148

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Olahan Data SPSS 2013

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat nilai *Kolmogorov-Smirnov* 1,140 dan pada tingkat signifikansi 0,148. Dilihat dari dasar pengambilan keputusan maka nilai $0,148 > 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa data telah terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolonearitas

Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolonearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF

(*Variance Inflation Factor*). Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonearitas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 .

Tabel 3.
Hasil uji Multikolonearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.336	.258		-1.301	.201		
Ukuran Perusahaan	.019	.019	.155	.998	.324	.845	1.184
Kesempatan Bertumbuh	.007	.026	.056	.263	.794	.449	2.225
Profitabilitas	.792	.519	.312	1.527	.135	.488	2.048

a. Dependent Variable: ERC

Sumber: Olahan Data SPSS 2013

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat nilai *tolerance* untuk ke tiga variabel bebas lebih dari 0,10 yaitu 0,845 untuk ukuran perusahaan (X_1); 0,449 untuk kesempatan bertumbuh (X_2); dan 0,488 untuk variabel profitabilitas. Nilai VIF juga kurang dari 10 untuk ketiga variabel, 1,18 untuk ukuran perusahaan, 2,22 untuk variabel kesempatan bertumbuh dan 2,04 untuk variabel profitabilitas. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonearitas antarvariabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji *glejser*. Jika variabel bebas tidak signifikan ($\text{sig} > 0,05$), berarti model terbebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.305	.193		1.579	.122
Ukuran Perusahaan	-.014	.014	-.168	-.999	.324
Kesempatan Bertumbuh	-.010	.019	-.116	-.502	.619
Profitabilitas	.251	.388	.144	.648	.521

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Olahan Data SPSS 2013

Hasil uji statistik memperlihatkan nilai signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0,05. Ini artinya variabel independen terbebas dari heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Cara yang digunakan untuk mendiagnosis adanya autokorelasi adalah dengan uji Durbin- Watson.

Tabel 5.
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.721

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh

b. Dependent Variable: ERC

Sumber: Olahan data SPSS 2013

Nilai DW sebesar 1,721, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, karena nilai DW lebih besar dari batas (du) 1,666 dan kurang dari 4-du (2,334) atau $1,666 < 1,721 < 2,334$. Kesimpulannya adalah tidak terdapat

autokorelasi dalam model regresi yang digunakan.

2. Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menyatakan hubungan fungsional antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 6.
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.336	.258		-1.301	.201
Ukuran Perusahaan	.019	.019	.155	.998	.324
Kesempatan Bertumbuh	.007	.026	.056	.263	.794
Profitabilitas	.792	.519	.312	1.527	.135

a. Dependent Variable: ERC

Sumber: Olahan Data SPSS 2013

Dari pengolahan data statistik di atas maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,336 + 0,019(X_1) + 0,007(X_2) + 0,792(X_3)$$

3. Uji Kelayakan Model

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan proporsi atau persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7.
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.429 ^a	.184	.123	.18514

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh

b. Dependent Variable: ERC

Sumber: Olahan Data SPSS 2013

Berdasarkan Tabel di atas nilai *adjusted R²* sebesar 0,123, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas terhadap ERC sebesar 12,3%, sedangkan sisanya sebesar 87,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistic F)

Uji F dilakukan untuk menguji secara keseluruhan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8.
Hasil Uji F Statistik
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.310	3	.103	3.011	.041 ^a
Residual	1.371	40	.034		
Total	1.681	43			

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh

b. Dependent Variable: ERC

Sumber: Olahan Data SPSS 2013

Dari Tabel di atas dapat dilihat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,011 > 2,839$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,041 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap ERC.

4. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada Tabel 13, maka dapat disimpulkan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan

manufaktur yang terdaftar di BEI. nilai signifikansi (probabilitas) ukuran perusahaan bernilai $0,324 > 0,05$ dan koefisien β bernilai positif yaitu 0,019. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Dengan demikian **hipotesis pertama (H₁) ditolak**.

- 2) Hipotesis ke dua dalam penelitian ini adalah kesempatan bertumbuh berpengaruh signifikan positif terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. nilai signifikansi (probabilitas) kesempatan bertumbuh adalah $0,794 > 0,05$ dan nilai β positif yaitu sebesar 0.007. Berarti kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa **hipotesis ke dua (H₂) ditolak**.

- 3) Hipotesis ke tiga dalam penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. signifikansi (probabilitas) profitabilitas bernilai $0,135 > 0,05$ dan dengan nilai koefisien β positif sebesar 0.792. Hal ini dapat diartikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*. Kesimpulannya **hipotesis ke tiga (H₃) dari penelitian ini ditolak**.

Pembahasan

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient*

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa hipotesis pertama (H₁) ditolak. Hal ini

tidak sesuai dengan hipotesis ukuran perusahaan yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak informasi yang tersedia sepanjang tahun mengenai perusahaan sehingga investor akan dapat memprediksi aliran kas yang lebih pasti untuk masa datang yang mengakibatkan investor akan lebih merespon berita tersebut.

Easton dan Smijewski (1989) dalam Sri *et al* (2007:38) menyatakan kalau ukuran perusahaan bukan variabel penjelas yang signifikan untuk *earning response coefficient*. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI mungkin karena perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI kebanyakan merupakan perusahaan besar, sehingga ukuran perusahaan tidak terlalu dipertimbangkan oleh investor dalam pengambilan keputusan.

Menurut keputusan BAPEPAM Nomor 9 Tahun 1995 perusahaan besar memiliki total aset lebih dari 100 milyar. Dari seluruh perusahaan manufaktur yang diteliti 94,17% merupakan perusahaan besar atau memiliki total aset lebih dari 100 milyar. Hal inilah yang menyebabkan kenapa ukuran perusahaan tidak signifikan mempengaruhi *earning response coefficient* karena ukuran perusahaan manufaktur kebanyakan sudah besar.

2. Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap *Earning Response Coefficient*

Berdasarkan hasil analisis statistik maka dapat diketahui bahwa hipotesis ke dua (H_2) ditolak. Hal ini berlawanan dengan teori yang ada yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh akan mempengaruhi respon investor terhadap perusahaan tersebut. perusahaan yang

mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi di masa depan bagi investor (Margaretta, 2006:12). Namun hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Margaretta (2006) yang menemukan bahwa faktor kemungkinan bertumbuh tidak signifikan secara statistik. Menurut Margaretta (2006) Hal ini bisa terjadi karena motivasi investor dalam investasinya bukan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang melainkan untuk mendapatkan *capital gain*.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Earning Response Coefficient*

Berdasarkan hasil analisis statistik diketahui bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa besar profitabilitas suatu perusahaan maka respon investor terhadap perusahaan tersebut juga akan semakin besar. Hal ini menunjukkan bahwa ROA tidak terlalu dipertimbangkan oleh investor dalam pengambilan keputusan. Investor kurang peduli atas profitabilitas yang diukur dengan ROA, karena ROA memperlihatkan tingkat pengembalian atas aset yang dimiliki oleh perusahaan, investor akan lebih peduli pada tingkat pengembalian yang dilihat dari investasi yang dilakukannya. Hal inilah yang menyebabkan profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak mempengaruhi ERC.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient* pada

perusahaan manufaktur yang terdaftar di di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2011.

2. Kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2011.
3. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan yang terdaftar di di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2011.

Saran

Dari pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi penelitian selanjutnya memperpanjang periode pengamatan, menambah kategori perusahaan yang dijadikan sampel penelitian misalnya seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
2. Menambah variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi *earning response coefficient* perusahaan seperti: beta, persistensi laba, luas pengungkapan, dan persamaan harapan investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Eugene F dan Houston, Joel F. (2006). *Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh. Alih Bahasa ali Akbar Yulianto. Jakarta: Erlangga.
- Christine Dwikarya Susilawati. (2008). “ Faktor-faktor Penentu ERC.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi* (Vol. 7 Nomor 2, November). Hlm.146-160.
- Eduardus, Tandelilin. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Elvida, Niretla. (2011). “Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Konsentrasi Kepemilikan Pihak Luar Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Pelaporan Keuangan”. *Skripsi tidak diterbitkan*. UNP
- Etty Murnawingsari. (2007). “Pengujian Simultan Beberapa Faktor yang Mempengaruhi ERC”. *Laporan penelitian*. Universitas Trisakti.
- Gujarati, N. Damodar. (2003). *Basic Econometrics*. 4th.ed. Singapore: Mc. Grawhill.
- Indonesian Capital Market Directory. 2008
- Indonesian Capital Market Directory. 2009
- Indonesian Capital Market Directory.2010
- Imam, Gozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indra Kusumawardhani dan Joko Setiyo Nugroho. (2010). "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Size, dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient". ISSN 1907-1442 *Kajian Akuntansi* (Vol 5 Nomor 1, Juni). Hlm. 22-32.
- Lesia Jang, Bambang Sugiarto. (2007). "Faktor-faktor yang Memengaruhi Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur Di BEJ". ISSN 1412-0240 *Akuntabilitas* (Vol 6 Nomor 2, Maret). Hlm. 142-147.
- Mamduh, Hanafi dan Abdul, Halim. (2007). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Margaretta Jati palupi. (2006). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba: Bukti Empiris Pada Bursa Efek Jakarta". *Jurnal EKUBANK* (Vol 3 Edisi November). Hlm. 10-25.
- Mudrajad, Kuncoro. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mohamad, Samsul. (2006). *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Jakarta: Erlangga.
- Naila Nur Hidayati dan Sri Murni. (2009). "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* (Vol 11 Nomor 1, April). Hlm. 1-18.
- Noviyanti Tirolemba. (2006). "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ". *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* (Vol 4 Nomor 2, Agustus). Hlm. 100-115.
- Randhi Maesa Putra. (2012). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Laba Terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi". *Skripsi tidak diterbitkan*. UNP
- Scott, William R. (2009). *Financial Accounting Theory*, 5th.ed. Scarborough, Ontario : Prentice-Hall Canada Inc.
- Sekar Mayangsari. (2004). "Bukti Empiris Pengaruh Spesialisasi Industri Auditor terhadap Earnings Response Coefficient". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* (Vol 7 Nomor 2, Mei). Hlm. 154-178.
- Soemarso. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sri Ambarwati. (2008). "Earnings Response Coefficient". ISSN 1412-0240 *Akuntabilitas* (Vol 7 Nomor 2, Maret). Hlm. 128-134.

Sri Mulyani, Nur Fadjrih Asyik, dan Andayani. (2007). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta”. *JAAI (Vol 11 Nomor 1, Juni)*. Hlm. 35- 45.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Suwardjono. (2005). *Teori Akuntansi*. Jogjakarta: BPFE: Yogyakarta.

www.idx.co.id

www.finance.yahoo.com

Yosefa Sayekti dan Ludovicus Sensi Wondobio. (2007). “Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient”. *Simposium Nasional Akuntasni X*.

Zahroh Naimah dan Siddharta Utama. (2006). “ Pengaruh Ukuran Perusahaan, pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba dan Koefisien Respon Nilai Buku Ekuitas”. *Simposium Nasional Akuntansi*.