



Dampak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Kondisi Keuangan, Pertumbuhan Usaha, dan Ukuran Perusahaan terhadap Respons Pasar atas Informasi Laba SLR

Novitri Kurniati¹, Rahyatul Maida², Jeni Wandira Manullang^{3*}

¹⁻³Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia

novitrikurniati087@gmail.com¹, rahyatulmaida@gmail.com², jeniwandira16@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: jeniwandira16@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, financial distress, corporate growth, and firm size on the Earnings Response Coefficient (ERC). ERC reflects the extent to which the capital market reacts to earnings information announced by firms and serves as an important indicator of earnings quality. This research employs a quantitative approach using secondary data obtained from companies' financial statements and annual reports. Multiple linear regression analysis is applied to test the influence of the independent variables on ERC. The result indicate that CSR disclosure has a significant effect on ERC, suggesting that social responsibility practices enhance investor confidence and strengthen market reactions to earnings information. In addition, financial distress, corporate growth, and firm size also play a role in determining the magnitude of ERC, as these factors are closely related to perceived risk and future prospects of the firm. The findings imply that non-financial information, particularly CSR disclosure, should be carefully considered by investors and management in decision-making processes within the capital market.*

Keywords: *CSR; Financial Performance; Firm Size; Leverage; Profitability*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, kondisi keuangan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap respons pasar atas informasi laba. ERC mencerminkan sejauh mana pasar modal merespons informasi laba yang diumumkan perusahaan dan menjadi indikator penting dalam menilai kualitas informasi laba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap ERC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ERC, yang mengindikasikan bahwa praktik tanggung jawab sosial mampu meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat reaksi pasar terhadap informasi laba. Sementara itu, *financial distress*, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan juga memiliki peran dalam memengaruhi besarnya ERC, karena berkaitan dengan persepsi risiko dan prospek perusahaan dimasa depan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa informasi nonkeuangan, khususnya CSR, perlu dipertimbangkan secara serius oleh investor dan manajemen dalam pengambilan keputusan di pasar modal.

Kata Kunci: *CSR; Kinerja Keuangan; Leverage; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan*

1. LATAR BELAKANG

Faktor yang bisa berpengaruh terhadap besarnya respons pasar atas informasi laba (ERC) adalah penerapan tanggung jawab sosial (CSR) oleh perusahaan. Respons pasar atas informasi laba (ERC) mencerminkan sejauh mana pasar bereaksi terhadap informasi laba yang diumumkan dalam laporan keuangan perusahaan. Reaksi tersebut terlihat dari perubahan harga saham setelah informasi laba dipublikasikan kepada publik. ERC yang rendah mengindikasikan bahwa informasi laba yang disajikan perusahaan dianggap kurang relevan atau kurang dipercaya oleh investor dalam pengambilan keputusan investasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa laba belum mampu memberikan sinyal yang kuat mengenai kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Sebaliknya, semakin tinggi nilai ERC semakin besar pula

respons investor terhadap pengumuman laba yang disampaikan. ini menandakan bahwa informasi laba memiliki kualitas yang baik, kredibel, serta dianggap memiliki kandungan informasi yang tinggi. ERC yang tinggi mencerminkan bahwa pasar menilai laba sebagai informasi yang penting dan dapat diandalkan, sehingga mendorong reaksi positif investor yang tercermin dari pergerakan harga saham setelah laporan keuangan dipublikasikan (Parmin, 2019).

ERC menggambarkan tingkat sensitivitas pasar modal dalam merespons informasi laba yang berbeda dari ekspektasi investor sebelumnya. Secara konseptual, koefisien respon laba menunjukkan besarnya pengaruh laba kejutan terhadap *cumulative abnormal return* (CAR). Hubungan tersebut dapat diamati melalui nilai koefisien kemiringan (*slope coefficient*) dalam model regresi antara *abnormal return* saham dan *unexpected earnings*. Semakin besar nilai *slope* yang dihasilkan, maka semakin besar pula reaksi pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan. Dengan demikian, koefisien respon laba dapat diartikan sebagai cerminan reaksi CAR atas pengumuman laba perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ERC menjadi indikator penting untuk menilai sejauh mana informasi laba memiliki kandungan informasi yang relevan dan dapat memengaruhi keputusan investor dipasar modal (Azizah et al., 2022).

Bagi investor, ERC berperan sebagai alat analisis untuk menilai seberapa besar tanggapan pasar terhadap informasi laba suatu perusahaan. Melalui pengukuran ini, investor dapat memperkirakan kemungkinan kuat atau lemahnya perubahan harga saham sebagai respons atas pengumuman laba tersebut (Frاندika et al., 2023).

Pengungkapan informasi sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) memberikan peluang bagi perusahaan untuk mencapai kinerja laba yang lebih baik di masa yang akan mendatang. Hal ini disertai dengan tingkat risiko yang relatif rendah, terutama risiko yang berkaitan dengan aspek lingkungan dan faktor nonkeuangan lainnya. Kondisi tersebut sejalan dengan sudut pandang investor yang semakin memperhatikan penerapan CSR sebagai bagian dari strategi keberlanjutan perusahaan. Peningkatan pelaksanaan dan pengungkapan CSR diharapkan mampu memberikan sinyal positif kepada pasar. Sinyal tersebut dapat tercermin dalam meningkatnya *abnormal return* suatu sekuritas, yang menunjukkan adanya respons investor terhadap informasi laba serta berkurangnya ketidakpastian terkait prospek perusahaan. Seiring dengan berkembangnya isu tanggung jawab sosial perusahaan, penelitian yang mengkaji dampak CSR terhadap (ERC) sudah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Berbagai studi tersebut bertujuan untuk memahami sejauh mana pengungkapan CSR mampu memengaruhi tanggapan pasar mengenai informasi laba yang diumumkan oleh Perusahaan (Kadir & Wahyudi, 2019).

2. KAJIAN TEORITIS

Pengungkapan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan wujud tanggung jawab perusahaan dalam upaya mengurangi kesenjangan sosial serta meminimalkan kerusakan lingkungan yang timbul sebagai akibat dari aktivitas operasional perusahaan (Karisma et al., 2021). Melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yang berkelanjutan dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan, hingga membentuk tanggapan pelanggan yang baik terhadap perusahaan (Citra & Anwar, 2020).

Laba mencerminkan tingkat keuntungan yang didapat oleh perusahaan dalam satu periode akuntansi dan menjadi informasi penting bagi investor maupun pemangku kepentingan lainnya. Namun, adanya konflik keagenan dapat memengaruhi mutu informasi laba yang disajikan. Manajer sebagai pihak yang diberi wewenang mengelola perusahaan berpotensi melakukan penyesuaian terhadap laporan keuangan, terutama pada komponen laba, agar kondisi keuangan perusahaan tampak lebih baik. Upaya tersebut dilakukan dengan tujuan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor (Manullang et al., 2025).

Respons pasar atas informasi laba(ERC) menjadi suatu ukuran yang digunakan untuk mengestimasi tingkat ketakutan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh suatu entitas bisnis. ERC mencerminkan sejauh mana informasi laba yang dipublikasikan mampu mengurangi respon pasar (Dewi et al., 2024).

Dampak ukuran perusahaan (*Firmsize*) terhadap respons pasar atas informasi laba(ERC) menjadi salah satu topik yang banyak dibahas dalam kajian pasar modal. Ukuran perusahaan sering digunakan sebagai indikator tingkat keinformatifan harga saham di pasar. Ukuran perusahaan biasanya terlihat dari total aset yang dimiliki. Semakin besar aset perusahaan, semakin tinggi pula pengalaman operasional serta kapasitas perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Kondisi ini mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola investasi yang ditanamkan oleh investor, sekaligus menggambarkan tingkat risiko yang relatif lebih terkontrol. Dengan karakteristik tersebut, ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap besar kecilnya ERC (Febriyanti & Kusumawati, 2025; Wijayanti et al., 2020).

Pertumbuhan perusahaan ini juga merupakan suatu aspek penting yang menjadi perhatian investor dalam mengambil keputusan investasi. Investor cenderung menilai prospek pertumbuhan perusahaan sebagai indikator kinerja keuangan di masa depan. Apabila suatu perusahaan menunjukkan potensi pertumbuhan laba yang baik, kondisi tersebut menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan berada dalam keadaan yang positif. Selain itu, peluang pertumbuhan laba juga dapat diartikan sebagai adanya prospek peningkatan kualitas laba yang

dihasilkan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi dinilai memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham, sehingga informasi laba yang disampaikan cenderung mendapat respons yang lebih besar dari pasar. Dengan demikian, tingkat pertumbuhan perusahaan dapat memengaruhi besar kecilnya *Earnings Response Coefficient* (ERC), karena investor merespons informasi laba dengan mempertimbangkan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang (Sintya & Idayati, 2025).

Semakin luas pengungkapan praktik tanggung jawab sosial (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan, semakin besar pula kecenderungan terjadinya praktik manajemen laba. Pelaksanaan dan pengungkapan CSR dalam beberapa kondisi dapat memberikan peluang bagi manajemen melangsungkan pengelolaan keuntungan untuk menampilkan kinerja finansial yang terlihat lebih unggul di mata pemangku kepentingan. Ketika perusahaan aktif menjalankan dan melaporkan kegiatan CSR, perhatian publik dan investor terhadap citra perusahaan cenderung meningkat. Meningkatnya aktivitas CSR tidak selalu mencerminkan transparansi kinerja keuangan secara utuh, melainkan berpotensi disertai dengan upaya manajemen dalam mengatur angka laba (Abhirama & Ghozali, 2021).

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam praktiknya dapat dimanfaatkan oleh manajemen sebagai alat perlindungan untuk menyamarkan adanya praktik manipulasi laba, dengan tujuan memperoleh penilaian positif dari pihak eksternal. Pengungkapan CSR perlu dianalisis secara lebih mendalam agar tidak menimbulkan kesalahan persepsi terhadap kualitas laba dan kinerja Perusahaan (Handayani, 2021).

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Dalam perkembangan era globalisasi, di mana nilai perusahaan semakin menjadi sorotan publik, penerapan CSR tidak dipandang semata-mata sebagai beban biaya perusahaan (*cost center*). Sebaliknya, CSR mulai dipahami sebagai investasi strategis yang berpotensi menjadi sumber keuntungan (*profit center*) bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Penerapan dan pengungkapan CSR yang baik mampu membangun kepercayaan publik dan investor, sehingga memperkuat persepsi positif terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa laba yang dilaporkan perusahaan dinilai kurang memiliki kandungan informasi atau kualitas yang memadai. Dengan demikian, pengungkapan CSR berperan penting dalam meningkatkan kualitas informasi laba dan memperkuat reaksi investor dipasar modal (Fersela et al., 2021).

Pelaksanaan program CSR oleh Perusahaan dapat memberikan manfaat berupa peningkatan nilai bagi pemegang saham, penguatan reputasi perusahaan, serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Kualitas pengungkapan CSR yang disajikan

dalam laporan tahunan mencerminkan komitmen Perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan, hingga dapat menjadi sinyal positif bagi investor dan mendorong minat mereka untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut (Wulandari & Efendi, 2024).

Teori ini menegaskan jika perusahaan mempunyai tanggung jawab bukan hanya kepada pemegang saham, tetapi juga pada seluruh pemangku kepentingan. Untuk memenuhi harapan tersebut, Perusahaan didorong untuk melakukan pengungkapan informasi secara sukarela yang mencakup kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual. Pengungkapan ini dipandang sebagai sarana untuk meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan, serta memperkuat hubungan antara Perusahaan dan pemangku kepentingan, sehingga mendukung keberlanjutan Perusahaan dalam jangka Panjang (Wulan, 2025).

3. METODE PENELITIAN

Penyusunan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pada penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak tanggung jawab sosial perusahaan, kondisi keuangan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan, Terhadap respons pasar atas informasi laba. *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan bentuk komitmen dan tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan seluruh aktivitas bisnisnya dengan tetap menjunjung tinggi prinsip etika, keberlanjutan, serta kepedulian terhadap dampak yang ditimbulkan bagi masyarakat lingkungan. CSR tidak lagi dipandang sekedar sebagai kegiatan tambahan atau kewajiban formal, melainkan sebagai bagian penting dari strategi perusahaan dalam menciptakan nilai jangka panjang. Melalui penerapan CSR, perusahaan diharapkan mampu menyeimbangkan pencapaian keuntungan ekonomi dengan kontribusi sosial, sehingga keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pihak

Konsep CSR mencakup tiga dimensi utama yang berkaitan, yaitu:

- a. Dimensi ekonomi, menekankan tanggung jawab perusahaan dalam menciptakan kinerja keuangan yang sehat dan berkelanjutan.
- b. Dimensi sosial, berkaitan dengan peran perusahaan dalam memperhatikan kesejahteraan karyawan, konsumen, serta masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya.
- c. Dimensi lingkungan, menekankan pentingnya kesadaran perusahaan terhadap dampak aktivitas operasionalnya terhadap lingkungan hidup.

Upaya-upaya ini berorientasi mengendalikan penurunan kualitas lingkungan dan mendukung kelestarian alam demi generasi yang akan datang (Februari et al., 2025).

Corporate Social Responsibility (CSR) diyakini memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena pelaksanaan tanggung jawab sosial mencerminkan komitmen perusahaan

terhadap berkelanjutan, kepedulian sosial, dan etika bisnis. Perusahaan yang secara konsisten menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR akan memperoleh citra yang lebih baik di mata masyarakat, konsumen, dan investor. Citra positif tersebut dapat meningkatkan kepercayaan publik serta memperkuat reputasi perusahaan, sehingga berdampak pada meningkatnya minat investor dan nilai perusahaan di pasar. Ukuran perusahaan juga diperkirakan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang umumnya dipersepsikan sebagai perusahaan yang lebih stabil, matang, dan memiliki kemampuan bertahan yang lebih baik dalam menghadapi kondisi yang tidak menentu.

Ukuran perusahaan mencerminkan besarnya kapasitas produksi, kekuatan, permodalan, serta tingkat daya saing perusahaan dalam industri. Investor cenderung menaruh kepercayaan lebih besar kepada perusahaan berskala besar karena dianggap memiliki peluang yang lebih tinggi besar karena dianggap memiliki peluang lebih tinggi untuk menghasilkan laba secara berkelanjutan serta mampu memberikan imbal hasil berupa dividen. Oleh karena itu, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin melalui perusahaan lain (Laili & Mukhibad, 2024).

Dampak Ukuran Perusahaan (Firm Size) terhadap Pengungkapan CSR/ Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan terhadap pengungkapan CSR menunjukkan ukuran perusahaan sering dipandang sebagai salah satu faktor yang berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan skala usaha yang besar umumnya tercermin dari jumlah total aset yang dimiliki, kerap dianggap lebih stabil dan telah berada pada tahap perkembangan yang matang. Kondisi tersebut perusahaan besar dinilai lebih mampu menghadapi berbagai tekanan dan ketidakpastian ekonomi, baik dalam situasi normal maupun ketika terjadi fluktuasi ekonomi. Besarnya ukuran perusahaan juga menggambarkan kapasitas produksi yang lebih luas, kekuatan modal yang lebih kuat, serta posisi daya saing yang lebih dipasar.

Menjadikan perusahaan berukuran besar sering kali dipersepsikan memiliki risiko bisnis yang relatif lebih rendah dibandingkan perusahaan dengan skala kecil. Dari sudut pandang investor, perusahaan besar umumnya dianggap lebih kredibel dan dapat dipercaya. Investor cenderung memiliki keyakinan bahwa perusahaan dengan aset yang besar dan struktur organisasi yang mapan mempunyai kemampuan yang lebih baik dalam menghasilkan laba secara berkelanjutan. Perusahaan besar juga dinilai memiliki peluang yang lebih tinggi dalam memberikan imbal hasil pada pemegang saham, baik dalam bentuk dividen maupun peningkatan nilai saham. Persepsi positif tercermin dalam harga pasar yang lebih tinggi atau nilai pasar perusahaan yang lebih besar. Ukuran perusahaan tidak hanya

mencerminkan besarnya aset yang dimiliki, tetapi juga menjadi indikator kepercayaan investor dan kekuatan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan (Bei, 2025).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Ukuran Perusahaan (Firm Size), Struktur Modal, dan Corporate Social Responsibility

Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasional, kekuatan aset, serta kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Struktur modal menggambarkan kebijakan perusahaan dalam menentukan proporsi pendanaan antara modal sendiri dan utang, yang pada akhirnya akan memengaruhi tingkat risiko dan stabilitas keuangan perusahaan. Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan sejauh mana perusahaan memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Perusahaan dengan ukuran yang besar, struktur modal yang optimal, serta komitmen yang lebih baik. Hal ini disebabkan karena meningkatnya efisiensi operasional, kepercayaan investor, serta citra positif perusahaan dimata masyarakat dan pemangku kepentingan. Ini menegaskan pentingnya bagi perusahaan untuk mengelola ukuran usaha, kebijakan pendanaan, dan praktik tanggung jawab sosial secara terpadu agar mampu meningkatkan kinerja keuangan secara berkelanjutan (Pamulang et al., 2025)

Earnings Response Coefficient (ERC) menggambarkan seberapa besar perubahan atau sensitivitas pengembalian saham ketika perusahaan menyampaikan informasi laba, khususnya laba yang bersifat tidak terduga. ERC menunjukkan seberapa kuat reaksi pasar terhadap informasi kejutan laba yang diumumkan oleh perusahaan. Reaksi tersebut mencerminkan dalam perubahan harga saham yang kemudian menghasilkan pengembalian tertentu bagi investor. ERC merupakan ukuran pengembalian abnormal suatu saham sebagai respon atas komponen laba tak terduga yang dilaporkan oleh perusahaan. Pengambilan abnormal sendiri diartikan sebagai saham yang benar-benar terjadi dengan tingkat oleh investor. Sementara itu, laba tak tertunda merupakan perbedaan antara laba yang direalisasikan perusahaan dengan laba yang dilaporkan oleh pasar, apabila laba yang dilaporkan melebihi ekspektasi, maka reaksi pasar cenderung positif yang tercermin dalam meningkatnya harga saham.

Tingginya nilai ERC menunjukkan bahwa investor sangat kinerja perusahaan. Semakin besar ERC, semakin besar pula potensi pengembalian saham yang dapat diperoleh investor sebagai respon terhadap informasi laba yang diumumkan. Nilai ERC dapat mengalami penurunan ketika investor mulai mempertimbangkan berbagai fakta non-keuangan di luar

keuntungan perusahaan. Salah satu faktornya tanggung jawab sosial(CSR). Praktik CSR yang baik dapat membentuk citra positif perusahaan, sehingga investor tidak hanya menilai perusahaan berdasarkan laba, tapi juga berdasarkan komitmen sosial dan keberlanjutan usaha.

Selain CSR, faktor lain yang memengaruhi respon investor terhadap informasi laba adalah risiko sistematis dan peluang pertumbuhan perusahaan. Risiko sistematis yang tinggi dapat membuat investor lebih berhati-hati dalam merespon kejutan laba, sedangkan peluang pertumbuhan yang besar cenderung meningkatkan minat investor meskipun laba saat ini belum optimal. Kondisi ini membuat informasi laba perusahaan besar dianggap lebih kredibel dan dapat diandalkan oleh investor, karena reaksi pasar terhadap pengumuman laba perusahaan besar cenderung lebih kuat, sehingga nilai ERC menjadi lebih tinggi. Pada perusahaan berukuran kecil, keterbatasan informasi dan tingkat ketidakpastian yang lebih tinggi dapat menyebabkan respon investor terhadap laba menjadi lebih lemah. Dengan demikian, ERC tidak hanya dipengaruhi oleh besarnya laba kejutan yang diumumkan perusahaan, tetapi oleh berbagai faktor lain seperti CSR, risiko sistematis, peluang pertumbuhan, dan ukuran perusahaan. Kombinasi faktor-faktor tersebut membentuk persepsi investor dalam menilai informasi laba dan menentukan keputusan investasi di pasar modal (Sasongko et al., 2018)

Earning Response coefficient (ERC) memiliki keterkaitan yang erat dengan teori pasar efisien. Dalam kondisi pasar yang efisien, harga saham akan segera menyesuaikan ketika muncul informasi baru yang dianggap penting dan relevan dengan suatu sekuritas. Informasi tersebut dapat berupa kabar baik maupun kabar buruk yang berkaitan dengan kinerja, prospek, atau kondisi keuangan perusahaan. Reaksi pasar terhadap informasi ini tercermin dari perusahaan lain. Kondisi ini menimbulkan implikasi tertentu terhadap pembagian manfaat ketika terjadi peningkatan laba. Dalam situasi ini, pihak yang lebih diuntungkan adalah kreditur (*debtholders*), karena laba yang dihasilkan perusahaan diprioritaskan untuk memenuhi kewajiban pembayaran utang dan bunga. Sementara pemegang saham cenderung menganggap bahwa peningkatan pendapatan perusahaan lebih ditujukan untuk menjaga kepentingan kreditur dibandingkan meningkatkan kesejahteraan mereka. *Leverage* sering dipandang sebagai alternatif untuk meningkatkan laba, namun disisi lain juga membawa konsekuensi risiko.

Pada perusahaan dengan *leverage* tinggi, kabar baik terkait peningkatan laba justru lebih dianggap menguntungkan kreditur di bandingkan investor. Kreditur menilai laba tersebut sebagai sinyal kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban pembayaran pokok dan bunga utang. Sebaliknya, investor dapat meragukan kualitas informasi laba yang dipublikasikan, karena mereka beranggapan bahwa perusahaan akan lebih memprioritaskan

pelunasan utang dari pada pembagian dividen kepada pemegang sahan. Tingkat *leverage* yang terlalu tinggi juga mencerminkan risiko keuangan yang semakin besar. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran bagi investor karena meningkatkan potensi gagal bayar dan ketidakstabilan keuangan perusahaan. Akibatnya, minat investor untuk menanamkan modal dapat menurun, karena mereka memandang perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tingkat risiko yang lebih besar dibandingkan potensi keuntungan yang akan diperoleh (Rici et al., 2023).

Salah satu indikator penting yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi umumnya berada dalam kondisi keuangan yang sehat dan stabil. Kondisi ini mendorong manajemen untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih lengkap, rinci, dan transparan. Penyajian informasi keuangan yang komprehensif tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kinerja perusahaan kepada para pemangku kepentingan, khususnya investor, sehingga mereka dapat menilai prospek dan akurat. Semakin tinggi tingkat transparan dalam pelaporan keuangan, semakin besar pula kepercayaan publik terhadap perusahaan yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada peningkatan profitabilitas di masa mendatang.

Selain profitabilitas, ukuran perusahaan (*firm size*) juga menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/ CSR*). Ukuran perusahaan biasanya diukur berdasarkan total aset yang dimiliki. Perusahaan dengan aset yang besar cenderung memiliki aktivitas operasional yang lebih luas dan kompleks, serta memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan besar berada di bawah sorotan publik yang lebih tinggi dan dituntut untuk bersikap lebih terbuka dalam menyampaikan informasi, termasuk terkait aktivitas sosial dan lingkungannya. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula tuntutan untuk meningkatkan transparansi, baik dalam pelaporan keuangan maupun dalam pengungkapan CSR. Profitabilitas juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi memiliki sumber daya keuangan yang lebih memadai untuk melaksanakan program-program CSR, seperti kegiatan sosial, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Perusahaan yang profitabel cenderung ingin menjaga reputasi dan citra positif dimata publik dengan menunjukkan kepedulian terhadap aspek sosial dan lingkungan. Dengan demikian, tingkat profitabilitas yang tinggi mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas sebagai bentuk tanggung

jawab sosial sekaligus strategis untuk mempertahankan kepercayaan investor dan masyarakat (Akuntansi & Bhakti, 2023).

Dampak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) terhadap Earning Response Coefficient (ERC)

Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC), dapat diartikan bahwa keberadaan dan keterlibatan perusahaan dalam aktivitas CSR memperoleh respon atau apresiasi tersendiri dari para pemangku kepentingan. Aktivitas CSR dipandang sebagai tanggung jawab sosial dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan serta masyarakat, meskipun tujuan utama dari kegiatan tersebut bukan untuk meningkatkan laba secara langsung. Namun, pelaksanaan CSR justru dapat menurunkan kekuatan laba sebagai sumber utama informasi bagi investor dalam menilai kinerja perusahaan. Pengaruh negatif tersebut mengindikasikan bahwa ketika perusahaan semakin aktif mengungkapkan informasi CSR, reaksi pasar terhadap informasi laba menjadi relatif melemah. Hal ini terjadi karena investor tidak lagi sepenuhnya bergantung pada laba sebagai satu-satunya dasar pengambilan keputusan, melainkan mulai mempertimbangkan aspek lain yang bersifat non-keuangan, seperti komitmen sosial, lingkungan, dan keberlanjutan perusahaan. Keberadaan informasi CSR dapat mengalihkan fokus investor dari laba semata menuju penilaian yang lebih menyeluruh terhadap kinerja perusahaan.

Pemberian tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia masih tergolong terbatas. Informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang disajikan dalam laporan tahunan umumnya belum lengkap dan belum mendalam, sehingga investor belum sepenuhnya menjadikan pengungkapan CSR sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan investasi. Akibatnya, meskipun CSR telah diungkapkan, dampaknya terhadap reaksi pasar masih relatif kecil. Kondisi ini juga mencerminkan bahwa tingkat kesadaran perusahaan di Indonesia pentingnya pengungkapan CSR masih rendah. Banyak perusahaan yang belum menjadikan CSR sebagai bagian integral dari strategi pelaporan dan komunikasi perusahaan kepada publik. Oleh karena itu, para investor masih cenderung mengombinasikan informasi keuangan berupa laba dengan informasi non-keuangan seperti pengungkapan CSR dalam menilai prospek dan kinerja perusahaan secara keseluruhan (*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Earnings Response Coefficient (Erc)*, n.d.).

Perusahaan mengungkapkan CSR dengan tujuan untuk mengurangi kesenjangan informasi yang terjadi jika investor hanya memperoleh informasi dari pengumuman laba. Dengan adanya informasi CSR, penggunaan laporan keuangan diharapkan dapat memahami

kondisi dan kinerja perusahaan secara lebih menyeluruh. Namun, penelitian yang membahas pengaruh luas pengungkapan CSR terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) menunjukkan hasil yang berbeda-beda, sehingga belum ada kesimpulan yang benar-benar pasti (Fauzan & Purwanto, 2021).

Dampak Kesempatan Bertumbuh terhadap Earning Response Coefficient (ERC)

Earnings Response Coefficient (ERC) digunakan untuk mengukur pengaruh perubahan atau ekspektasi laba dalam satuan moneter terhadap *return* saham, serta berfungsi untuk menggambarkan respons investor terhadap pengumuman laba perusahaan. ERC mencerminkan tingkat kekuatan reaksi pasar dalam menanggapi informasi laba yang dipublikasikan dan dapat dimanfaatkan untuk menilai kandungan informasi yang terkandung dalam laba tersebut. Semakin tinggi apresiasi investor terhadap informasi keuangan, maka semakin kuat pula respons pasar yang ditunjukkan (Tangngisalu, 2021).

Kesempatan bertumbuh tidak memiliki pengaruh terhadap respons pasar atas informasi laba(ERC). Tingkat kesempatan bertumbuh perusahaan tidak mampu menjelaskan perbedaan respon pasar terhadap informasi laba. kesempatan bertumbuh sebelum menjadi faktor yang menentukan besar kecilnya ERC. Hasil tersebut juga mengindikasikan bahwa tingginya atau rendahnya nilai *market to book value* (MBV) sebagai proksi kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap laba yang diumumkan perusahaan. Meskipun MBV sering digunakan untuk mencerminkan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan, selain itu, ukuran tersebut belum mampu memengaruhi reaksi pasar secara signifikan. Secara teori, kesempatan bertumbuh menggambarkan peluang perusahaan untuk berkembang dan menghasilkan manfaat ekonomi dimasa yang akan datang. Penilaian investor terhadap prospek pertumbuhan tersebut biasanya tercermin dalam harga saham, yang terbentuk keuntungan dimasa depan.

Pada tahap awal, populasi mencakup seluruh artikel ilmiah, penelitian akademik, tesis, serta berbagi sumber literatur yang relevan dengan topik manajemen laba (Roodposhti et al., n.d.). Perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang tinggi umumnya diasumsikan mampu memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar bagi pemegang saham. Namun, meskipun perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik, hal tersebut tidak serta membuat investor memberikan respon yang lebih kuat terhadap informasi laba. Kondisi ini dapat mengindikasikan bahwa investor belum sepenuhnya menjadikan kesempatan pertumbuhan sebagai dasar utama dalam menilai relevansi laba, atau investor lebih mempertimbangkan faktor lain dalam pengambilan keputusan investasinya. Dengan demikian, kesempatan bertumbuh belum berperan penting dalam memengaruhi *Earnings Response Coefficient* pada

perusahaan sektor industri barang konsumsi selama periode penelitian (Pratama & Irman, 2022).

Bisa disimpulkan bahwa semakin besar peluang pertumbuhan yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi koefisien informasi laba (ERC) yang diharapkan pasar periode mendatang. ERC yang tinggi mencerminkan bahwa laba yang dilaporkan memiliki kualitas informasi yang baik dan dipercaya oleh pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung memiliki ERC yang lebih besar (Ragil et al., 2020).

Respons pasar atas informasi laba (ERC) adalah indikator keterkaitan antara informasi laba dan harga saham. ERC mencerminkan tingkat respons pasar terhadap pengumuman laba yang dipublikasikan perusahaan, yang tercermin melalui harga saham di sekitar waktu pengumuman tersebut (Wijaya et al., 2020).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan guna menganalisis dampak tanggung jawab sosial perusahaan, kondisi keuangan, pertumbuhan perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap respons pasar atas informasi laba. Berdasar dari pembahasan, dapat disimpulkan bahwa ERC merupakan indikator penting yang mencerminkan seberapa kuat tanggapan pasar modal terhadap informasi laba yang diumumkan perusahaan. Semakin tinggi nilai ERC, semakin besar kepercayaan investor terhadap kualitas dan kandungan informasi laba yang disajikan. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap ERC karena mampu meningkatkan kepercayaan investor dan membentuk citra positif perusahaan. Selain itu, kondisi *financial distress* dan ukuran perusahaan turut memenuhi besarnya ERC, di mana dengan tingkat risiko yang lebih rendah dan skala usaha yang lebih besar cenderung memperoleh respons pasar yang lebih kuat terhadap informasi laba.

Sementara itu, pertumbuhan perusahaan belum secara konsisten menjadi faktor utama dalam menentukan reaksi pasar terhadap pengumuman laba. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan respons investor terhadap informasi laba tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan, tetapi juga oleh faktor nonkeuangan, khususnya pengungkapan CSR, yang berperan penting dalam membentuk persepsi pasar modal.

Perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan transparansi informasi keuangan serta mengelola risiko keuangan secara optimal guna meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat respons pasar terhadap informasi laba, sementara investor diharapkan mempertimbangkan baik faktor

keuangan maupun nonkeuangan dalam pengambilan keputusan investasi, dan peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek, periode penelitian, serta menambahkan variabel lain agar kajian mengenai *Earnings Response Coefficient* (ERC) menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Abhirama, E. D., & Ghozali, I. (2021). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kualitas laba dengan struktur kepemilikan sebagai variabel moderasi (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(4), 1–12.
- Akuntansi, P. S., & Bhakti, U. P. (2023). Determinasi pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan pada sektor kesehatan di Indonesia.
- Azizah, I., Farid, N. F., & Murwaningsari, E. (2022). Pengaruh CSR dan kesempatan bertumbuh terhadap earnings response coefficients (ERC) dengan GCG sebagai variabel moderasi. *Balance Vocation Accounting Journal*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.31000/bvaj.v6i1.6480>
- Bei, T. Di. (2025). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan regulasi pemerintah terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur yang. *I*(02), 94–113.
- Citra, H. D., & Anwar. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap corporate social responsibility. *JAE: Jurnal Akuntansi & Ekonomi*, 5(1), 107–114. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i1.14031>
- Dewi, L. A., Tri, W., Maidani, & Nila, S. P. (2024). Pengaruh struktur modal dan kesempatan bertumbuh terhadap earning response coefficient pada perusahaan sektor perbankan. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 798–807. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2326>
- Fauzan, M., & Purwanto, A. (2021). Pengaruh pengungkapan CSR, timeliness, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan resiko sistematis terhadap earning response coefficient (ERC) (Studi empiris pada perusahaan manufaktur, properti dan pertambangan yang terlisting di Bursa Efek Indonesia). *B*, 6, 1–15.
- Febriyanti, A., & Kusumawati, E. (2025). Pengaruh akuntansi konservatif, leverage, growth opportunity, firm size, dan persistensi laba terhadap earnings response coefficient. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 1205–1218. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1289>
- Februari, E., Murtaib, A., Aristi, M. D., Samsiah, S., & Murtaib, A. (2025). Pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap kinerja. *II*(1), 1–21. <https://doi.org/10.35906/jurakun.v11i1.2324>
- Fersela, A. B., Nugroho, Y. W., Pratama, S. S., & Umam, K. (2021). Humanis2021. *I*(2), 57–70.
- Frandika, F., Satriawan, B., & Onoyi, N. J. (2023). Earnings response coefficient (ERC) pada perusahaan manufaktur sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2017-2021. *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (SI) Universitas Batam*, 13(1).

- Kadir, A., & Wahyudi, T. (2019). Pengungkapan corporate social responsibility (CSR), kualitas auditor dan ukuran perusahaan terhadap earnings response coefficient (ERC). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 20(April), 83–96.
- Karisma, Y. N. L. E., Dewa, E. M. I., & Asri, P. I. G. A. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. 3(1), 42–51.
- Laili, A. N., & Mukhibad, H. (2024). Pengaruh corporate social responsibility (CSR), ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI tahun 2022.
- Manullang, S. M., Sari, R. P., & Wilasittha, A. A. (2025). Pengaruh default risk dan investment opportunity set (IOS) terhadap kualitas laba. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 11(2), 224. <https://doi.org/10.35906/jurakun.v11i2.2378>
- Mutia Handayani. (2021). Hubungan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan earnings management sebagai variabel moderasi (Studi).
- Pamulang, U., Selatan, T., Putren, I., Pamulang, U., & Selatan, T. (2025). Pengaruh ukuran perusahaan, struktur modal, dan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan. 10(1), 117–130. <https://doi.org/10.32502/balance.v10i1.650>
- Pengaruh corporate social responsibility terhadap earnings response coefficient (ERC). (n.d.). 1–26.
- Pratama, D., & Irman, M. (2022). *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 2(1), 94–108.
- Ragil, S. A. H., Sulistya, R. E., & Yeni, A. (2020). Pengaruh corporate social responsibility dan green innovation terhadap kinerja keuangan perusahaan. 8(1), 11–82. <https://doi.org/10.24123/jerb.v1i1.2820>