

ANALYSIS OF THE EFFECT OF DEFAULT RISK, GROWTH OPPORTUNITIES, PROFITABILITY AND FIRM SIZE TOWARD EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT (ERC) (STUDY ON CONSUMER GOODS INDUSTRY SECTOR COMPANIES THAT LISTED ON INDONESIA STOCK EXCHANGE FROM 2016 – 2019 PERIOD)

Okalesa^{1*}, Dicky Pratama², Mimi Lientesa Irman³

^{1,2,&3}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Email: Okalesa@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Default Risk, Growth Opportunities, Profitability and Firm Size toward Earnings Response Coefficient (ERC) on the Consumer Goods Industry Sector Companies that listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2016-2019 period. The sampling technique used was purposive sampling and obtained a sample of 31 companies. The research method used is multiple regression analysis techniques using SmartPLS3.0. The result of this study indicate that the Default Risk, Growth Opportunities and Profitability variable does not have an influence on Earnings Response Coefficient, and Firm Size variable has influence on Earnings Response Coefficient.

Keywords : Default Risk; Growth Opportunities; Profitability; Firm Size; Earnings Response Coefficient

ANALISIS PENGARUH DEFAULT RISK, GROWTH OPPORTUNITIES, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT (ERC) (STUDI PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2016 – 2019)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Default Risk*, Kesempatan Bertumbuh, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 31 perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda dengan menggunakan SmartPLS3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Default Risk*, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*, dan variabel Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Kata Kunci : Default Risk; Kesempatan Bertumbuh; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan; *Earnings Response Coefficient*

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya perekonomian di Indonesia, banyak perusahaan yang melakukan ekspansi usaha dengan tujuan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan-perusahaan di Indonesia juga dituntut untuk mempunyai strategi bisnis dalam mengembangkan kegiatan usahanya. Salah satu strategi yang perlu untuk dikembangkan adalah pengelolaan dana atau modal (Arif, 2016). Selain modal sendiri, perusahaan biasanya juga akan menggunakan dana dari pihak luar. Pada usaha kecil dan menengah, dana dari pihak luar biasanya menggunakan pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya, sedangkan untuk perusahaan besar, dana pihak luar juga diperoleh dengan menerbitkan surat berharga seperti saham, obligasi, dan instrumen lainnya yang diperdagangkan di pasar modal untuk publik.

Menurut (Tandelilin, 2010), Pasar modal secara umum dapat diartikan sebagai pasar yang memperjual-belikan produk berupa dana yang bersifat abstrak. Sedangkan dalam bentuk kongkritnya, produk yang diperjual-belikan di pasar modal berupa lembar surat-surat berharga di bursa efek. Bursa efek dalam arti sebenarnya adalah suatu sistem yang terorganisir dengan mekanisme resmi untuk mempertemukan penjual dan pembeli sekuritas (saham) secara langsung atau melalui wakil-wakilnya.

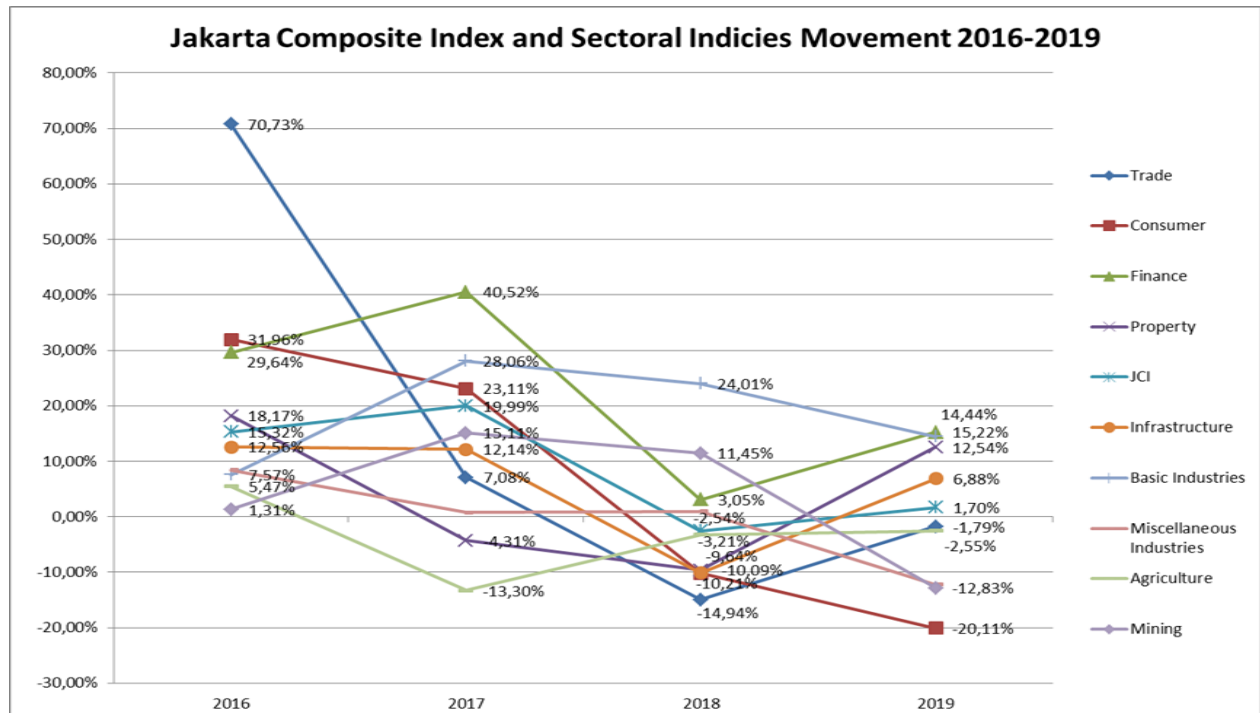
Investasi di pasar modal pada saat ini telah menjadi suatu alternatif investasi yang semakin digemari oleh banyak perusahaan karena pasar modal memiliki instrumen investasi yang beragam, yang masing-masing memiliki keunggulan tersendiri. Investasi yang ada pada pasar modal memang memiliki risiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan risiko yang ada pada produk investasi perbankan. Sesuai dengan konsep *high risk high return*, maka semakin tinggi risiko (*risk*) semakin tinggi pula pengembaliannya (*return*) yang akan di dapatkan (Arif, 2016). Hal ini yang membuat investasi yang ada pada pasar modal mampu memberikan tingkat pengembalian yang tidak terbatas sehingga dianggap memiliki suatu keunggulan.

Informasi yang berkaitan dengan laba merupakan informasi yang sangat penting bagi para investor, karena investor menganggap bahwa perusahaan yang memiliki laba menjanjikan akan memiliki prospek masa depan yang lebih baik dan berdampak pada return bagi para investor. Laba masa lalu dapat dijadikan cara untuk memprediksi arus kas masa mendatang dari investasi yang ditanamkan investor. Laba yang perusahaan umumkan melalui laporan keuangan dapat menjadi salah satu tanda dari beberapa himpunan informasi yang disediakan perusahaan bagi pasar modal. Kinerja perusahaan yang baik dan menghasilkan laba yang tinggi akan menguntungkan para investor yang menanamkan modalnya dalam memperoleh pengembalian (*return*) tiap kepemilikan saham yang dimilikinya (Sandi, 2013). Laba perusahaan dan *return* saham dinilai memiliki hubungan yang erat satu sama lain.

Namun informasi laba bukan satu-satunya instrumen yang digunakan untuk menentukan keputusan investasi. Karena kegunaan informasi laba sangat terbatas, terlihat dari lemahnya dan tidak stabilnya korelasi antara *return* saham dan laba, serta rendahnya kontribusi laba untuk memprediksi harga dan *return* saham. Laba juga dapat dimanipulasi oleh pihak manajemen perusahaan. Oleh karena itu, dalam memprediksi *return* saham yang akan didapatkan investor harus mempertimbangkan faktor lain yang bisa saja mempengaruhi hasil investasi di masa datang. Beberapa peneliti telah menemukan sebuah koefisien yang digunakan untuk mengukur kekuatan informasi laba dalam mempengaruhi *return* saham yang diukur dengan menggunakan *earnings response coefficient* (ERC) (Natsir, 2018).

(Silalahi, 2014) menyatakan bahwa koefisien ini mengukur respon harga saham atau nilai pasar ekuitas terhadap informasi yang terkandung dalam laba akuntansi. Rendahnya *earnings response coefficient* menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan, semakin tinggi *earnings response coefficient* akan semakin bagus karena menunjukkan informasi laba yang berkualitas dengan tingginya respon investor terhadap pengumuman laba (Fitri, 2013). ERC berguna bagi investor sebagai model penilaian yang dapat digunakan untuk mengindikasikan kemungkinan naik turunnya harga saham atas reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan (Mahendra & Wirama, 2017).

Perusahaan Sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu bagian dari perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Industri barang konsumsi terdiri dari 5 sub sektor, yaitu sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang rumah tangga, dan sub sektor peralatan rumah tangga. Produk-produk yang di hasilkan oleh sektor perusahaan tersebut bersifat konsumtif yang diminati oleh masyarakat sebagai produk kebutuhan sehari-hari. Perusahaan sektor manufaktur ini merupakan penopang utama pengembangan industri di sebuah negara, dimana dapat digunakan untuk melihat perkembangan baik dari aspek kualitas produk yang dihasilkannya maupun kinerja industri secara keseluruhan. Tetapi walaupun produk-produk yang dihasilkan oleh sektor ini diminati oleh masyarakat, nilai saham perusahaan sektor ini malah mengalami fluktuasi pada tahun 2016-2019. Berikut adalah pergerakan harga saham pada perusahaan yang terdaftar di berbagai sektor selama tahun 2016-2019:



Sumber: www.idx.co.id (IDX Annually 2016 – 2019, data diolah 2020)

Gambar 1. Indeks Pergerakan Harga Saham Berbagai Sektor Periode 2016 – 2019

Dari gambar di atas, dapat dilihat pergerakan harga saham perusahaan berbagai sektor selama tahun 2016 – 2017. Dapat dilihat pada tahun 2016 pergerakan saham sektor trade berada di posisi teratas yaitu sebesar 70,73%. Kemudian di bawahnya ada sektor consumer yang mengalami pergerakan sebesar 31,96%. Dan beberapa sektor lainnya hingga yang terendah yaitu sektor mining yang hanya memiliki pergerakan sebesar 1,21%. Kemudian pada tahun 2017 pergerakan tertinggi ada di perusahaan sektor finance yaitu sebesar 40,52%, disusul oleh basic industries sebesar 28,06%. Sektor consumer menurun hingga 23,11% dan yang terendah yaitu sektor agriculture sebesar -13,30%. Pada tahun ini semua sektor perusahaan mengalami penurunan, hal tersebut diakibatkan oleh melemahnya ekonomi global yang dipengaruhi kenaikan suku bunga dollar Amerika, penurunan kinerja ekspor, keluarnya Inggris dari keanggotaan uni Eropa serta tahun politiknya Amerika dalam pemilihan presiden baru (Setiawan, 2017).

Dapat dilihat pada tahun 2018 pergerakan saham basic industries berada di posisi teratas yaitu sebesar 24,01%, di bawahnya ada sektor mining yang sempat mengalami kenaikan di pertengahan tahun dan turun menjadi 11,45%. Sektor consumer kembali menurun pergerakannya menjadi posisi kedua terbawah yaitu sebesar -10,21%, dan setor trade berada di posisi -14,94%. Pada tahun 2019 sektor finance menjadi posisi teratas dengan pergerakannya sebesar 15,22%, kemudian di bawahnya basic industries sebesar 14,44%. Sektor mining menurun drastis pergerakannya menjadi -12,83%, dan sektor consumer juga menurun menjadi peringkat terbawah yaitu sebesar -20,11%. Turunnya pergerakan saham ini diakibatkan oleh masih melemahnya ekonomi global dan tahun politiknya Indonesia pada tahun 2019. Yang menjadi perhatian peneliti yaitu sektor consumer atau industri barang konsumsi yang pergerakan sahamnya terus menurun dari tahun ke tahun, sehingga menarik untuk meneliti reaksi pasar terhadap saham sektor ini.

Menurut (Susanto, 2012), reaksi pasar dipicu oleh berbagai hal, salah satunya adalah pengumuman yang berhubungan dengan laba. Teori-teori serta bukti menunjukkan bahwa terdapat variasi dalam hubungan antara laba dan *return* saham. Pemegang saham akan memberi respon yang lebih besar kepada perusahaan yang mempunyai laba yang naik, dengan harapan laba yang meningkat akan meningkatkan *return* saham.

Penelitian terhadap *earnings response coefficient* sudah dilakukan oleh beberapa peneliti Indonesia seperti (Ratnasari et al., 2017), (Amelia, 2013), (Fitri, 2013), (Novianti, 2014) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi seperti, persistensi laba, ukuran perusahaan, *default risk*, risiko sistematis, kesempatan bertumbuh, profitabilitas, struktur modal dan kebijakan dividen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel *default risk*, kesempatan bertumbuh, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Karena peneliti menganggap variabel-variabel tersebut penting dan memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*, serta adanya perbedaan atau ketidak konsistenan hasil penelitian (*research gap*) terhadap variabel-variabel tersebut.

Analisis Pengaruh *Default Risk*, *Growth Opportunities*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Periode 2016 – 2019) (Okalesa, Dicky Pratama, dan Mimelientesa Irman)

Default risk adalah risiko yang spesifik untuk tiap perusahaan sehingga memiliki kemungkinan mempengaruhi besaran hubungan laba dan return saham perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Ratnasari et al., 2017) dan (Rahayu & Suaryana, 2015) membuktikan bahwa *Default Risk* berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Berbeda halnya dengan penelitian (Groho, 2019) yang membuktikan bahwa *Default Risk* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Kesempatan bertumbuh (*Growth Opportunities*) menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Penelitian (Susanto, 2012) dan (Amelia, 2013) membuktikan bahwa Kesempatan Bertumbuh berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Namun bertolak belakang dengan penelitian (Imroatussolihah, 2013) dan (Buana & Kristanti, 2014) yang membuktikan bahwa Kesempatan Bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Penelitian yang dilakukan oleh (Mahendra & Wirama, 2017) dan (Herdirinandasari & Asyik, 2016) membuktikan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Berbeda halnya dengan penelitian oleh (Fitri, 2013) yang membuktikan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ukuran perusahaan akan memberikan sinyal terhadap perolehan laba sebagai representasi kandungan aktiva yang dimiliki perusahaan sehingga dapat menentukan reaksi investor terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Ratnasari et al., 2017) membuktikan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Hasil yang sama juga di temukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Novianti, 2014). Namun hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian (Fitri, 2013) dan (Ivan kurnia & Sufiyati, 2015) yang menemukan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

(Brigham et al., 2011) mendefinisikan sinyal sebagai suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberikan petunjuk bagi investor mengenai bagaimana manajemen melihat prospek perusahaan. Sinyal yang disebutkan merupakan informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan mengenai apa yang telah dilakukan manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik berupa keterangan, catatan atau gambaran dari masa lalu hingga masa yang akan datang, yang penting bagi investor dan pelaku bisnis untuk kelangsungan hidup perusahaan serta untuk keputusan investasi pihak luar perusahaan

Earnings Response coefficient (Koefisien Respon Laba)

Keresponan laba untuk mengetahui kualitas laba baik atau tidaknya diukur dengan *earnings response coefficient* (ERC) sebagai bentuk pengukuran untuk mengetahui kandungan informasi dalam laba (Lukman, 2014). Menurut (Mulianti & Ginting, 2017) ERC adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur reaksi investor atau respon harga saham terhadap informasi laba akuntansi yang diumumkan. Artinya, ERC melihat seberapa kuat informasi laba akuntansi direspon oleh pasar yang tercermin pada harga sahamnya. Jika nilai ERC positif menunjukkan respon investor naik terhadap informasi laba, sedangkan jika nilai ERC negatif menunjukkan respon investor turun terhadap informasi laba suatu perusahaan.

Perumusan Hipotesis

Pengaruh *Default Risk* terhadap *Earnings Response Coefficient*

Risiko yang dihadapi oleh investor atau pemegang obligasi dikarenakan obligasi tersebut gagal bayar yang disebut dengan *default risk*. Risiko gagal bayar hanya ada pada obligasi korporasi. Obligasi korporasi tidak dijamin pemerintah, sehingga bagi investor yang membeli obligasi korporasi harus menyadari bahwa investasinya tidak bisa kembali sebelum obligasi jatuh tempo (Novita, 2019). Suatu perusahaan dengan hutang yang tinggi akan menyebabkan *Earnings Response Coefficient* lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki hutang rendah (Delvira & Nelvirita, 2013). Apabila pada suatu pasar terdapat perusahaan dengan informasi tingkat hutang yang tinggi di masa depan maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan kurang mendapat respons yang baik dari para investor sehingga nilai *Earnings Response Coefficient* akan melemah. Maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi *Default risk* suatu perusahaan maka akan semakin rendah pula *Earnings Response Coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu & Suaryana, 2015) menemukan bahwa *Default Risk* mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh (Ratnasari et al., 2017) yang menyatakan *Default Risk* mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Default Risk* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Kesempatan Bertumbuh Terhadap *Earnings Response Coefficient*

(Susanto, 2012) menyatakan bahwa kesempatan bertumbuh yang dihadapi oleh perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Menurut (Tandelilin, 2010) kesempatan bertumbuh adalah kemampuan perusahaan untuk berkembang di masa depan dengan memanfaatkan peluang investasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang lebih besar akan memiliki *Earnings Response Coefficient* (ERC) tinggi (Arif, 2016). Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan atau menambah laba yang diperoleh perusahaan pada masa mendatang. Kesempatan pertumbuhan berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Keyakinan akan pertumbuhan laba di masa depan akan meningkatkan nilai dari informasi laba yang disajikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Susanto, 2012) menyimpulkan bahwa Kesempatan Bertumbuh memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*. Sejalan dengan penelitian (Amelia, 2013) yang menyatakan Kesempatan Bertumbuh memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kesempatan Bertumbuh berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earnings Response Coefficient*

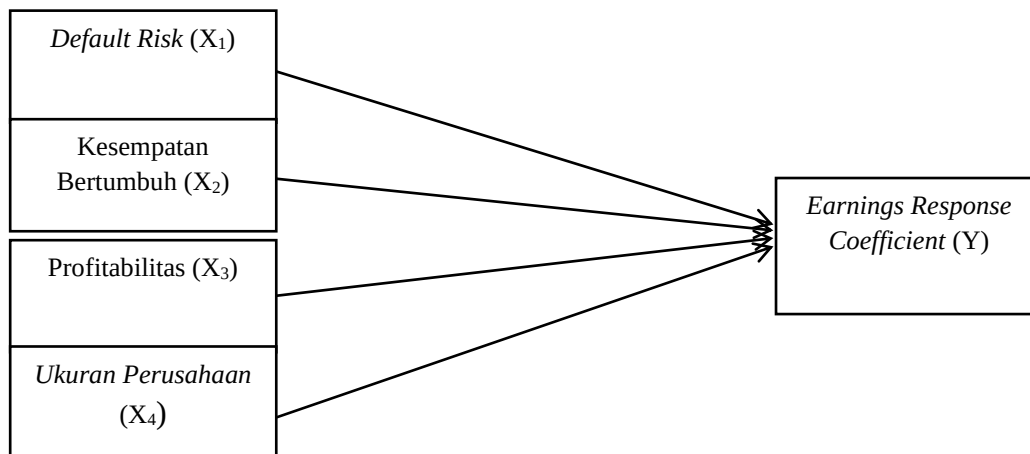
Menurut (Fitri, 2013) profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci, karena mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan (Susanto, 2012). (Setiawati & Nursiam, 2014) Rasio Profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor di suatu perusahaan mampu memberikan return yang sesuai dengan tingkat yang disyaratkan investor. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi juga mempunyai koefisien respon laba yang besar dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Jadi semakin tinggi profitabilitas maka ERC akan tinggi (Fitri, 2013). Penelitian (Mahendra & Wirama, 2017) menyimpulkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Herdirinandasari & Asyik, 2016) yang memiliki kesimpulan yang serupa. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Earnings Response Coefficient*

Ukuran perusahaan berskala besar dapat dilihat dari jumlah aktiva secara keseluruhan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. (Rahayu & Suaryana, 2015) menjelaskan bahwa perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan yang besar akan lebih mudah untuk melakukan inovasi dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Suatu ukuran perusahaan dapat menentukan baik tidaknya kinerja perusahaan. Investor biasanya lebih memiliki kepercayaan pada perusahaan besar, karena perusahaan besar dianggap mampu untuk terus meningkatkan kinerja perusahaannya dengan berupaya meningkatkan labanya. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan yang dilihat dari total asetnya, akan membuat investor semakin merespon laba yang diumumkan. Dengan kata lain laba yang diumumkan oleh perusahaan yang berukuran lebih besar memiliki relevansi nilai yang lebih tinggi (Jalil, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh (Novianti, 2014) menyimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Sejalan dengan penelitian (Ratnasari et al., 2017) yang mendapatkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Kerangka Pemikiran**Gambar 2. Kerangka Pemikiran****METODOLOGI PENELITIAN****Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa hubungan kausalitas yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen, yaitu *Default Risk*, Kesempatan bertumbuh, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap variabel dependen, yaitu *Earnings Response Coefficient*. Adapun tempat penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada periode 2016 – 2019. Dan waktu penelitian ini adalah dari bulan September tahun 2020.

Populasi dan Sampel**Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2019. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 39 perusahaan sektor industri barang konsumsi.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* artinya pengambilan sampel secara sengaja dan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang diperlukan, yang berarti pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu: (1) Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019. (2) Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan diantara periode 2016-2019. (3) Perusahaan yang tidak mencantumkan tanggal publikasi laporan keuangan. Setelah dilakukan seleksi terhadap keseluruhan data, terpilihlah 31 perusahaan yang menjadi sampel. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 4×31 sampel perusahaan = 124 unit sampel.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara mengumpulkan data sekunder yang diperoleh dari media internet dengan cara men – download laporan keuangan, laporan tahunan dan data harga saham perusahaan sektor industri barang konsumsi yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan alamat website www.idx.co.id dan www.investing.com. Dengan menggunakan teknik observasi tidak langsung yaitu teknik dokumenter data sekunder.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Pengukuran	Skala
1	<i>Earnings Response Coefficient</i>	$CAR_{it} = \alpha + \beta 1UE_{it} + e$ $CAR_{it} = CAR(-3,+3) = \sum AR_{it(-3+3)}$ $AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$ $R_{it} = \frac{P_{it} - p_{it-1}}{P_{it-1}}$ $R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$ $UE_{it} = \frac{AE_{it} - AE_{it-1}}{AE_{it-1}}$ Sumber: (Sari, 2018)	Rasio
2	<i>Default Risk</i>	$DAR = \frac{\text{total utang}}{\text{total aset}} \times 100\%$ Sumber: (Yuniarta, 2013)	Rasio
3	Kesempatan Bertumbuh	$\text{Market to book value ratio} = \frac{\text{Nilai pasar ekuitas}}{\text{Nilai buku ekuitas}} \times 100\%$ Sumber: (Farizky & Pardiman, 2016)	Rasio
4	Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ Sumber: (Anjani & Yadnya, 2017)	Rasio
5	Ukuran Perusahaan	$SIZE = \ln(\text{Total aset})$ Sumber: (Mahendra & Wirama, 2017)	Rasio

Analisis Pengaruh *Default Risk*, *Growth Opportunities*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Periode 2016 – 2019) (Okalesa, Dicky Pratama, dan Mielientesa Irman)

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif umumnya digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik suatu data yang dilihat dari nilai maximum, minimum dan rata-rata (Ghozali, 2013). Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah dan memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Analisis deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen) pada model regresi. Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas. Multikolinearitas diuji dengan cara melihat nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas (Ghozali, 2013).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya menyatakan seberapa baik suatu model untuk menjelaskan variasi variabel dependennya (Ghozali, 2013). Nilai R^2 yang semakin tinggi menjelaskan bahwa variabel independen semakin baik kemampuannya dalam menjelaskan variabel dependen pada penelitian. Semakin kecil nilai R^2 berarti semakin sedikit kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen pada penelitian. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Path Analysis

Secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2013). Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model causal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2013). Model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Model analisis jalur yang digunakan adalah pola hubungan sebab akibat. Oleh karena itu rumusan penelitian dalam kerangka analisis jalur hanya berkisar pada variabel bebas ($X_1, X_2, \dots, X_k$) berpengaruh terhadap variabel terikat Y , atau berapa besar pengaruh langsung, tidak langsung, dan pengaruh total maupun simultan seperangkat variabel bebas ($X_1, X_2, \dots, X_k$) terhadap variabel terikat Y . Model analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 \text{ DAR} + \beta_2 \text{ MBV} + \beta_3 \text{ ROA} + \beta_4 \text{ SIZE} + e$$

Keterangan:

Y : *Earnings Response Coefficient* (ERC)

$\beta_1 - \beta_4$: Koefisien Regresi

DAR : *Default Risk*

MBV : *Kesempatan Bertumbuh*

ROA : *Profitabilitas*

SIZE : *Ukuran Perusahaan*

e : *Standart error*

Uji Hipotesis (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2013) menyatakan bahwa Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu atau parsial, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan dan penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai-nilai $t < 0,05$, maka hipotesis ditolak, ini menunjukkan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. (2) Jika nilai-nilai $t > 0,05$, maka hipotesis diterima, ini menunjukkan bahwa suatu variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

HASIL PEMBAHASAN

Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat pada penelitian ini adalah *earnings response coefficient* (ERC). nilai tertinggi pada *Earnings Response Coefficient* (ERC) adalah 98.7496 yang dimiliki oleh perusahaan KLBF pada tahun 2019, perusahaan KLBF berturut-turut dari 2017-2019 memiliki nilai maksimal tertinggi. Nilai minimal terendah yaitu -155,1752 yang dimiliki oleh perusahaan TCID pada tahun 2018. Dan nilai rata-rata terbesar yaitu 4,5222 pada tahun 2016.

Variabel Bebas (X)

Variabel bebas yang diteliti pada penelitian ini adalah:

Default Risk (DAR)

Nilai maximum *Default Risk* tertinggi adalah 2,1830 yang dimiliki oleh perusahaan MGNA pada tahun 2019. Perusahaan MGNA memiliki nilai maximum tertinggi berturut-turut selama 4 tahun dari tahun 2016-2019. Nilai minimum terendah yaitu 0,0651 yang dimiliki perusahaan IIKP pada tahun 2019. Dan nilai rata-rata tertinggi adalah 0,4430 pada tahun 2019.

Kesempatan Bertumbuh (MBV)

Nilai maximum Kesempatan Bertumbuh tertinggi adalah 82,4444 yang dimiliki oleh perusahaan UNVR pada tahun 2017. Perusahaan UNVR memiliki nilai MBV tertinggi selama 4 tahun dari tahun 2016-2019. Nilai minimal terendah yaitu -0,4772 yang dimiliki oleh perusahaan MGNA pada tahun 2019. Dan nilai rata-rata tertinggi yaitu 6,4699 pada tahun 2016.

Profitabilitas (ROA)

Nilai maximum Profitabilitas tertinggi adalah 0,5267 yang dimiliki oleh perusahaan MLBI pada tahun 2017. Nilai minimum terendah yaitu -1,3693 yang dimiliki oleh perusahaan MGNA pada tahun 2019. Serta nilai rata-rata tertinggi adalah 0,0822 yaitu pada tahun 2017.

Ukuran Perusahaan (SIZE)

Nilai maximum Ukuran Perusahaan tertinggi adalah 32,2010 yang dimiliki oleh perusahaan INDF pada tahun 2018. Perusahaan INDF memiliki nilai maksimal tertinggi selama 4 tahun berturut-turut dari tahun 2016-2019. Nilai minimum terendah adalah 25,2101 yang dimiliki perusahaan MGNA pada tahun 2019. Serta nilai rata-rata tertinggi yaitu 28,7661 pada tahun 2019.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	VIF	Keterangan
1	<i>Default Risk</i>	2,353	Tidak ada Multikolinearitas
2	Kesempatan Bertumbuh	2,108	Tidak ada Multikolinearitas
3	Profitabilitas	3,214	Tidak ada Multikolinearitas
4	Ukuran Perusahaan	1,226	Tidak ada Multikolinearitas

Dependen: *Earnings Response Coefficient*

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai dari VIF pada variabel *Default Risk*, Kesempatan Bertumbuh, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan pada variabel independen dalam model regresi tidak terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Nilai R Square

No	Variabel	R Square	R Square Adjusted
1	<i>Earnings Response Coefficient</i>	0,029	-0,004

Sumber: Data diolah, 2020

Analisis Pengaruh *Default Risk*, *Growth Opportunities*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Periode 2016 – 2019) (Okalesa, Dicky Pratama, dan Mimelientesa Irman)

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian yang dilakukan didapatkan nilai R^2 atau nilai *R Square Adjusted* pada variabel *Default Risk*, *Kesempatan Bertumbuh*, *Profitabilitas* dan *Ukuran Perusahaan* terhadap *Earnings Response Coefficient* sebesar -0,004 (-0,4%) yang artinya variabel *Earnings Response Coefficient* tidak di pengaruhi oleh variabel *Default Risk*, *Kesempatan Bertumbuh*, *Profitabilitas* dan *Ukuran Perusahaan*

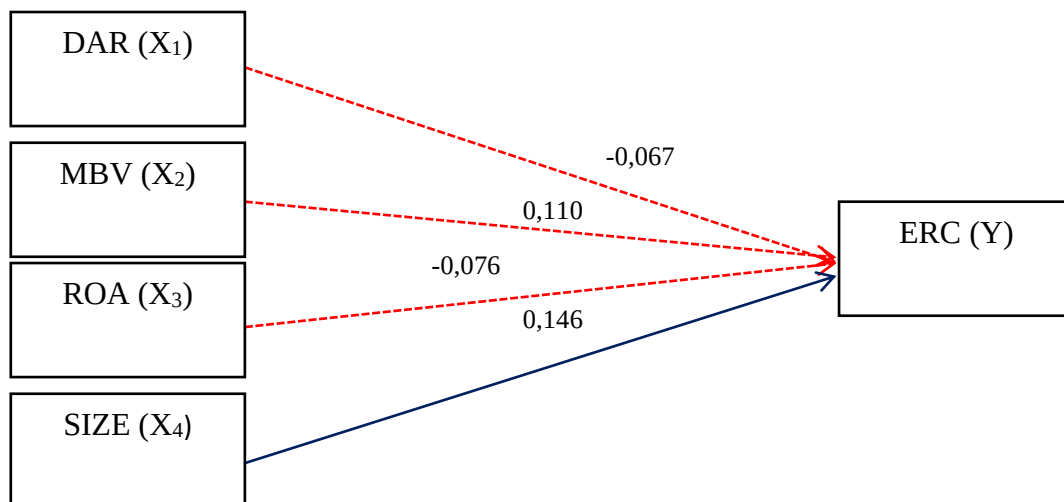
Path Analysis

Tabel 4. Path Coefficients

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Error (STERR)	T Statistics (IO/STERR)	P Values	Kesimpulan
DAR→E RC	-0,067	-0,102	0,159	0,423	0,673	Tidak Signifikan
MBV→E RC	0,110	0,138	0,206	0,537	0,592	Tidak Signifikan
ROA→E RC	-0,076	-0,103	0,156	0,484	0,628	Tidak Signifikan
SIZE→E RC	0,146	0,149	0,069	2,115	0,035	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2020

Berikut adalah output dari PLS:



Gambar 3. Output SmartPLS

Berdasarkan hasil dari uji pada tabel diatas, serta dapat dilihat di *ouput* yang dihasilkan PLS setelah dilakukan pengujian, disusunlah sebuah model regresi sebagai berikut:

$$Y = (-0,067 \text{ DAR}) + 0,110 \text{ MBV} - 0,076 \text{ ROA} + 0,146 \text{ SIZE}$$

Berdasarkan hasil model regresi diatas menunjukkan hasil interpretasi sebagai berikut: (1) Koefisien regresi variabel *Default Risk* (DAR) adalah sebesar -0,067. Artinya apabila *Default Risk* mengalami kenaikan satu-satuan, maka akan mempengaruhi ERC dengan kenaikan satu-satuan, yaitu sebesar 0,067 satuan. (2) Koefisien regresi variabel *Kesempatan Bertumbuh* (MBV) adalah sebesar 0,110. Artinya apabila *Kesempatan Bertumbuh* mengalami kenaikan satu-satuan, maka akan mempengaruhi ERC dengan kenaikan satu-satuan, yaitu sebesar 0,110 satuan. (3) Koefisien regresi variabel *Profitabilitas* (ROA) adalah sebesar 0,076. Artinya apabila *Profitabilitas* mengalami kenaikan satu-satuan, maka akan mempengaruhi ERC dengan kenaikan satu-satuan, yaitu sebesar 0,076. (4) Koefisien regresi variabel *Ukuran Perusahaan* (SIZE) adalah sebesar 0,146. Artinya

apabila Ukuran perusahaan mengalami kenaikan satu-satuan, maka akan mempengaruhi ERC dengan kenaikan satu-satuan, yaitu sebesar 0,146 satuan.

Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh Variabel *Default Risk* terhadap *Earnings Response Coefficient*

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah *Default Risk* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ho: $\beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Default Risk* terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ho: $\beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Default Risk* terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Berdasarkan Tabel 4 regresi linear berganda diketahui bahwa variabel *Default Risk* (DAR) memiliki nilai *P Value* sebesar 0,673 sedangkan alpha sebesar 0,05 (*P Value* > 0,05). Dengan kata lain, dapat ditarik kesimpulan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Default Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Variabel Kesempatan Bertumbuh terhadap *Earnings Response Coefficient*

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah Kesempatan Bertumbuh berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ho: $\beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesempatan Bertumbuh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ho: $\beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesempatan Bertumbuh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Berdasarkan Tabel 4 regresi linear berganda diketahui bahwa variabel Kesempatan Bertumbuh (MBV) memiliki nilai *P Value* sebesar 0,592 sedangkan alpha sebesar 0,05 (*P Value* > 0,05). Dengan kata lain, dapat ditarik kesimpulan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Kesempatan Bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Variabel Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ho: $\beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ho: $\beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Berdasarkan Tabel 4 regresi linear berganda diketahui bahwa variabel Profitabilitas (ROA) memiliki nilai *P Value* sebesar 0,628 sedangkan alpha sebesar 0,05 (*P Value* > 0,05). Dengan kata lain, dapat ditarik kesimpulan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Pengaruh Variabel Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ho: $\beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Ho: $\beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Berdasarkan Tabel 4 regresi linear berganda diketahui bahwa variabel Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki nilai *P Value* sebesar 0,035 sedangkan alpha sebesar 0,05 (*P Value* < 0,05). Dengan kata lain, dapat ditarik kesimpulan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Hasil Pembahasan

Pengaruh *Default Risk* terhadap *Earnings Response Coefficient*

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *default risk* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hasil ini menunjukkan bahwa *default risk* tidak memiliki dampak terhadap *earnings response coefficient* perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2019. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya nilai *debt to asset ratio* (DAR) tidak mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC) perusahaan. *Default risk* yang dihitung menggunakan *debt to asset ratio* (DAR) merupakan perbandingan utang dan aktiva dalam struktur keuangan jangka panjang perusahaan serta lebih menggambarkan target komposisi utang dan aktiva dalam jangka panjang perusahaan (Farizky & Pardiman, 2016). Bagi perusahaan yang memiliki *default risk* yang tinggi, laba yang dihasilkannya memberikan harapan

Analisis Pengaruh *Default Risk*, *Growth Opportunities*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Periode 2016 – 2019) (Okalesa, Dicky Pratama, dan Mimelientesa Irman)

yang baik untuk obligasi dan hutangnya. Hal tersebut merupakan kabar baik bagi *debtholders* dibandingkan pemegang sahamnya, karena debitur mempunyai keyakinan bahwa perusahaan akan mampu melakukan pembayaran atas hutang. Namun pada penelitian ini terjadi sebaliknya, hal ini disebabkan karena investor tidak memperhatikan tingkat *debt to asset ratio* (DAR) perusahaan sebagai dasar pertimbangan dalam melakukan investasi, karena hal tersebut hanya akan berkaitan dengan laba dan risiko yang akan diterima oleh investor. Hal ini terjadi karena kemungkinan para investor ingin mendapatkan keuntungan yang cepat atau investasi jangka pendek, sehingga investor mengabaikan risiko dan mengharapkan *high return* pada jenis perusahaan sektor industri barang konsumsi. Serta hal ini direspons negatif oleh investor karena investor beranggapan bahwa perusahaan akan lebih mengutamakan pembayaran hutang dari pada pembayaran dividen

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Groho, 2019) yang menemukan bahwa *default risk* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ratnasari et al., 2017) dan (Ratnasari et al., 2017) yang menemukan bahwa *default risk* memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Earnings Response Coefficient

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini berarti kesempatan bertumbuh tidak memiliki dampak terhadap *earnings response coefficient* perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2019. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya nilai *market to book value* (MBV) tidak mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC) perusahaan. Kesempatan bertumbuh menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Penilaian pasar (investor/pemegang saham) terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan nampak dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Pemegang saham akan memberi respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi di masa depan bagi investor (Arif, 2016). Namun hasil penelitian ini menunjukkan sebaliknya, hasil ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa hal tersebut bisa terjadi karena motivasi investor dalam investasinya bukan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang melainkan untuk mendapatkan *capital gain* (Arif, 2016). Faktor kesempatan bertumbuh biasanya diamati oleh investor yang mempunyai perspektif jangka panjang untuk mendapatkan *yield* dari investasi yang dilakukannya. Pengaruh kesempatan bertumbuh yang tidak signifikan terhadap *earnings response coefficient* dikarenakan kesempatan bertumbuh tidak menjadi pusat perhatian investor dalam membuat keputusan investasi (Ahmadillah, 2013). Hal ini membuktikan bahwa investor tidak melihat ekspektasi kesempatan bertumbuh pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada tahun 2016-2019, sehingga dapat disimpulkan investor lebih melihat sektor perusahaan ini dalam mendapatkan keuntungan atau *capital gain* yang cepat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Imroatussolihah, 2013) dan (Buana & Kristanti, 2014) yang menemukan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susanto, 2012) dan (Amelia, 2013) yang menemukan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Earnings Response Coefficient

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki dampak terhadap *earnings response coefficient* perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2019. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya nilai *return on asset* (ROA) tidak mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC) perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi. Apabila keuntungan perusahaan tinggi maka harga saham juga tinggi sehingga mampu menarik investor karena tingkat pengembalian sahamnya di perusahaan juga akan naik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan menaikkan *earnings response coefficient* (ERC). Namun pada penelitian ini asumsi tersebut ditolak. Ditolaknya variabel ini, karena profitabilitas diukur dengan ROA tidak menjadi acuan dalam berinvestasi. Investor kurang memandang profitabilitas yang diukur dengan ROA dikarenakan profitabilitas yang diukur dengan ROA hanya menjelaskan tingkat *return* atau tingkat pengembalian dari total aktiva/aset perusahaan. Investor mempunyai keyakinan potensi saham pada perusahaan akan membaik meskipun pada saat profitabilitas sedang tidak baik. Sementara untuk membuktikan kualitas dari sebuah laba harus dibuktikan oleh faktor-faktor selain laba, maka para investor lebih menimbang dengan faktor-faktor yang lain. Sehingga peningkatan pada ROA tidak mempengaruhi tingkat *earnings response coefficient* (ERC).

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Groho, 2019) dan (Fitri, 2013) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mahendra & Wirama, 2017) dan

(Herdirinandasari & Asyik, 2016) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak terhadap *earnings response coefficient* perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2019. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya nilai SIZE yang diukur dengan logaritma normal total aset mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC) perusahaan. Ukuran perusahaan atau *firm size* cenderung mencerminkan penilaian pemegang saham atas keseluruhan aspek dari *financial performance* di masa lampau dan prakiraan di masa yang akan datang. Semakin besarnya aset perusahaan akan membuat perusahaan memiliki kestabilan dalam kondisi keuangannya sehingga akan lebih mudah dalam memperoleh modal dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset yang lebih rendah, sehingga respon investor lebih tinggi terhadap perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar (Dewi & Wirajaya, 2013). Hal tersebut sesuai pada hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa investor beranggapan perusahaan dengan total aset yang besar merupakan tempat investasi yang lebih aman dibandingkan dengan perusahaan dengan total aset yang kecil. Karena perusahaan dengan aset yang besar cenderung lebih stabil pada saat mengalami krisis. Maka, ukuran perusahaan yang besar akan diikuti dengan adanya peningkatan nilai *earnings response coefficient*. Oleh karena itu informasi ukuran perusahaan akan memberikan dampak yang cukup berarti pada perubahan nilai *earnings response coefficient* perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ratnasari et al., 2017) dan (Novianti, 2014) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitri, 2013) dan (Ivan kurnia & Sufiyati, 2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

PENUTUP

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *default risk*, kesempatan bertumbuh, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016-2019. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis sebelumnya dapat disimpulkan bahwa: (1) Variabel *default risk* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016-2019. (2) Variabel kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016-2019. (3) Variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016-2019. (4) Variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016-2019.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dari kesimpulan yang telah dijabarkan maka peneliti dapat memberikan saran berbagai berikut: (1) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan penelitian pada perusahaan sektor lainnya agar mendapatkan hasil yang beragam. Kemudian agar dapat menggunakan rentang waktu data laporan keuangan lebih dari 4 tahun agar hasilnya lebih menggambarkan kondisi yang ada saat ini dan memberikan hasil yang lebih baik. Lalu agar dapat menggunakan variabel-variabel independen lainnya yang diduga dapat mempengaruhi *earnings response coefficient* seperti: persistensi laba, risiko sistematis, CSR dan lain sebagainya. (2) Bagi perusahaan diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan operasional dan investasi pada setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang kemudian dapat digunakan sebagai alat evaluasi kinerjanya selama ini. (3) Bagi investor diharapkan menjadi masukan dan acuan dalam menjalankan strategi yang tepat dalam menanamkan investasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan sebelum mengambil keputusan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmadillah, H. (2013). Pengaruh *Leverage*, Risiko Sistematis dan Kualitas Auditor Terhadap Relevansi Nilai Laba Akuntansi. *Jurnal Akuntansi*.
- Amelia, N. (2013). Pengaruh Risiko Sistematis dan Kesempatan bertumbuh Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*.
- Anjani, L. P. A., & Yadnya, I. P. (2017). Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI. 6(11), 5911–5940.
- Arif, R. N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (ERC) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Periode 2011-2015). *Jurnal Akuntansi*.
- Brigham, F. E., & Houston. (2011). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Terjemahan. Edisi 10. *Jakarta: Salemba*

Analisis Pengaruh *Default Risk*, *Growth Opportunities*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Periode 2016 – 2019) (Okalesa, Dicky Pratama, dan Mimelientesa Irman)

Empat.

- Buana, E. L., & Kristanti, T. F. (2014). Pengaruh Risiko Sistematis, Persistensi Laba dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2009-2012). *Jurnal Akuntansi*, 1.
- Delvira, M., & Nelvrita. (2013). Pengaruh Risiko Sistematis, *Leverage* dan Persistensi Laba terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). *Jurnal Wahana Riset Akuntansi*.
- Dewi, A. S. M., & Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 4.
- Farizky, M. G., & Pardiman. (2016). Pengaruh Risiko Kegagalan, Kesempatan Bertumbuh dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) Pada Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. *Jurnal Profita*.
- Fitri, L. (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). *UNIVERSITAS NEGERI PADANG*.
<https://doi.org/10.3109/14767058.2015.1135123>
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS. In *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 19*. <https://doi.org/10.2307/1579941>
- Groho, S. W. (2019). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Profitabilitas, *Growth Opportunities* dan *Default Risk* Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *Problem Set 2*.
- Herdinandasari, S. S., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Voluntary Disclosure* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
<https://doi.org/ISSN: 2460 - 0585>
- Imroatussolihah, E. (2013). Pengaruh Risiko, *Leverage*, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient* Pada Perusahaan *High Profile*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.
- Ivan kurnia, & Sufiyati. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Risiko Sistematis, dan *Investment Opportunity Set* Terhadap *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012-2014. *Jurnal Akuntansi*, 20.
- Jalil, M. R. (2013). Pengaruh Persistensi Laba, *Growth Opportunities* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Relevansi Nilai Laba Akuntansi. *Jurnal Akuntansi*.
- Lukman, I. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh dan *Leverage* Terhadap Keresponan Laba Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2012. In *Jurnal Akuntansi*.
- Mahendra, I. P. Y., & Wirama, D. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Pada *Earnings Response Coefficient*. *Jurnal Akuntansi*, 20.
- Mulianti, D., & Ginting, J. (2017). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Timeliness* dan Struktur Modal Terhadap *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014. *Jakpi*.
- Natsir, R. S. El. (2018). Pengaruh *Leverage* dan Persistensi Laba Terhadap *Earnings Response Coefficient* (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2016). *Jurnal Akuntansi*.
- Novianti, N. (2014). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi*, 13. <https://doi.org/10.15408/etk.v13i2.1882>
- Novita, R. (2019). Pengaruh *Default Risk*, Risiko Sistematis, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi*.
- Rahayu, L. P. A. K., & Suaryana, I. G. . A. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Risiko Gagal Bayar Pada Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi*, 13.
- Ratnasari, D., Sukarmanto, E., & Sofianty, D. (2017). Pengaruh Persistensi Laba, Ukuran Perusahaan dan *Default Risk* Terhadap *Earnings Response Coefficient* (Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Prosiding Akuntansi*.
- Sandi, K. U. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*. *Jurnal Akuntansi*.
- Sari, R. Y. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Risiko Sistematis, *Leverage*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). In *Journal of Islamic Finance and Accounting*.
- Setiawan, S. R. D. (2017). *BI: 2016, Tahun Penuh Tantangan Bagi Perekonomian Indonesia*. [Www.Money.Kompas.Com](https://money.kompas.com/read/2017/04/27/115243526/bi.2016.tahun.penuh.tantangan.bagi.perekonomian.indonesia).
<https://money.kompas.com/read/2017/04/27/115243526/bi.2016.tahun.penuh.tantangan.bagi.perekonomian.indonesia>

- Setiawati, E., & Nursiam. (2014). Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009-2011). *Isbn: 978-602-70429-1-9*.
- Silalahi, S. P. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*, *Beta* dan *Price to Book Value (PBV)* Terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*. *Jurnal Ekonomi*.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D. *Bandung: Alfabeta*.
- Susanto, Y. K. (2012). Determinan Koefisien Respon Laba. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen. Jurnal Akuntansi*, 23.
- Tandelilin, E. (2010). portofolio dan investasi. In *Kanisius*.
- Yuniarta, G. A. (2013). Pengaruh Risiko Kegagalan Utang dan Rasio Pembayaran Deviden Terhadap Kualitas Laba Akuntansi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*.
www.idx.co.id
www.investing.com