

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan Terhadap *Earning Response* Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel *Coefficient* Moderasi

Naura Adena El Kavi¹, Muhammad Nuryatno Amin²

^{1,2}Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

nadenaek02@gmail.com¹

ABSTRACT

This research seeks to investigate the correlation between corporate social responsibility, audit quality, and company size in relation to the earning response coefficient, with capital structure as the moderating factor among firms listed on the Indonesia Stock Exchange throughout the 2019-2022 period. The study focuses on companies within the consumer non-cyclical sector listed on the Indonesia Stock Exchange during 2019-2022. Employing purposive sampling, 116 samples were selected within this timeframe. Quantitative data analysis using SPSS version 26.0 was employed to conduct multiple linear regression analysis for data processing. The findings of this investigation demonstrate a positive correlation between corporate social responsibility, audit quality, and firm size with the earning response coefficient. Moreover, it was observed that while capital structure acts as a moderator that reinforces the positive impact of corporate social responsibility and audit quality on the earning response coefficient, it does not amplify the positive impact of firm size on this coefficient.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Audit Quality, Firm Size, Capital Structure, Earning Response Coefficient.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara corporate social responsibility, kualitas audit, dan ukuran perusahaan terhadap earning response coefficient, dengan struktur modal sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sepanjang periode 2019-2022. Penelitian difokuskan pada perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam sektor consumer non-cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019-2022. Dengan menggunakan purposive sampling, 116 sampel dipilih dalam jangka waktu ini. Analisis data kuantitatif menggunakan SPSS versi 26.0 digunakan untuk melakukan analisis regresi linier berganda untuk pengolahan data. Temuan penelitian ini menunjukkan korelasi positif antara corporate social responsibility, kualitas audit, dan ukuran perusahaan terhadap earning response coefficient. Selain itu, diamati bahwa meskipun struktur modal bertindak sebagai variabel moderasi yang memperkuat dampak positif corporate social responsibility dan kualitas audit terhadap earning response coefficient, hal ini tidak memperkuat dampak positif ukuran perusahaan terhadap earning response coefficient.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Earning Response Coefficient.

PENDAHULUAN

Informasi laba sebagai informasi yang kerap kali dipandang investor dan

kreditor. Melalui informasi laba, perusahaan dapat mengukur keberhasilannya, mengukur lamanya perusahaan akan bertahan, dan juga memprediksi keuntungan yang diperoleh investor dan kreditor. Namun fakta mengenai angka laba sebenarnya menunjukkan bahwa tidak semua angka laba dapat diterima dengan baik oleh investor. Informasi laba yang dikeluarkan suatu perusahaan menyebabkan investor merevisi ekspektasi mereka sebelumnya terhadap kinerja perusahaan Scott dalam Irawan & Talpia (2021). Artinya tidak semua angka keuntungan mempunyai kandungan atau kualitas informasi yang sama. Penilaian terhadap kualitas angka laba suatu perusahaan didasarkan pada *earnings response coefisien* (ERC).

Pasar tertarik pada pengumuman pendapatan yang tidak terduga, ERC yang rendah berarti hasil informasi yang kurang informatif. Sebaliknya ERC yang tinggi menunjukkan laba yang informatif Sun et al., dalam Sadjarto & Evan (2023). *Earnings response coefficient*, yang dijelaskan oleh Scott dalam Wahuyudi & Kadir (2019), merujuk pada ukuran dari kebesaran *return abnormal* saham sebagai tanggapan terhadap *unexpected earnings*. Dari setiap saham yang dipunyainya, investor akan memperoleh dividen, sehingga tentu saja mereka bersemangat ketika suatu perusahaan mengumumkan keuntungan yang tinggi. Laba yang tinggi berarti perusahaan mengirimkan sinyal kepada masyarakat berupa kabar baik yang akan membuat minat investor untuk berinvestasi akan meningkat, Rivandi & Septiano dalam Septiano et al., (2022).

Fenomena fluktuasi harga saham ketika mengumumkan hasil labanya yang dapat diamati pada perusahaan terdaftar Bursa Efek Indonesia (BEI). Seperti dilansir media online Bareksa, di tengah anjloknya Indeks Harga Saham Gabungan sebesar PT Astra Otoparts Tbk (AUTO) justru mengalami kenaikan signifikan sebesar 13,41. Namun dari sisi kinerja laba, laba bersih perseroan pada kuartal I 2018 mengalami sedikit penurunan menjadi Rp 145,99 yaitu 1,07% jika harus diperbandingkan kuartal I 2017 dengan nilai Rp 147,57 miliar. Fenomena laba bersih dengan naiknya harga saham menunjukkan bahwa *earning response coefficient* perusahaan mengalami peningkatan yang merupakan kabar baik bagi perusahaan AUTO. Berbeda dengan PT Toshiba yang karena terbukanya kasus laporan keuangan yang direkayasa dan adanya kerugian yang terjadi pada tahun 2016 senilai 60 triliun, hal ini menjadikan PT Toshiba memperoleh respon yang negative dari pasar.

Corporate social responsibility juga merupakan bagian dari informasi yang dibutuhkan investor. *Corporate social responsibility* adalah cara berkelanjutan yang dihasilkan oleh kegiatan bisnis suatu perusahaan, untuk menjamin kelangsungan hidupnya di masa depan dengan memberikan dukungan terbaik kepada karyawannya, masyarakat, konsumen dan orang lain, hal ini merupakan kewajiban setiap perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Dengan mengungkapkan informasi sosial, perusahaan berpotensi memperoleh laba yang tinggi di masa depan sekaligus menjaga risiko lingkungan dan risiko lainnya tetap rendah.

Laporan keuangan yang dimiliki perusahaan yang telah dikeluarkannya laporan auditor, akan dijadikan sebagai sumber bagi pengguna yang ingin memakai laporan keuangan terkhusus bagi pemegang saham dalam pengambilan keputusan.

Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas auditor memiliki fungsi yang esensial dalam menelaah laporan keuangan yang perusahaan miliki. Sehingga dalam proses audit, kualitas auditor menjadi faktor penting yang perlu pemerhatian bagi auditor Irmawati dalam Nurfajri et al., (2022). Hal ini akan berdampak pada informasi laba yang perusahaan laporkan menjadi lebih andal karena adanya opini atas laporan keuangan perusahaan khususnya informasi laba yang disampaikan oleh auditor yang berkualitas.

Ukuran perusahaan juga dikaitkan dengan adanya *earning response coefficient* (ERC). Perusahaan akan mempunyai lebih banyak sumber daya dan lebih berpeluang mendapatkan kepercayaan dari pemilik dana apabila perusahaan tersebut besar dan cenderung stabil. Artinya dibandingkan perusahaan kecil, akan lebih gampang mendapatkan dana pada pasar modal, Yuliana & Yuyetta dalam Irawan & Talpia (2021). Perusahaan besar lebih cenderung memberikan informasi mengenai kinerja bisnisnya. Realisasi kinerja tersebut tidak serta merta hanya terjadi pada bentuk laporan keuangan saja, namun juga pada bentuk laporan-laporan lain yang sulit dicapai oleh perusahaan kecil dengan sumber daya yang terbatas, ujar Herdirinandasari et al., dalam Irawan & Talpia, (2021).

Struktur modal juga dapat memberikan pengaruh atas *earning response coefficient*. Struktur modal menunjukkan jumlah perbandingan utang untuk operasi keuangan dan ekuitas yang dilaporkan oleh perusahaan. Investasi dilakukan dengan menggunakan hutang menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih besar tanpa hutang meningkatkan jumlah ekuitas, sehingga memberi investor laba per saham yang lebih besar. Namun di satu sisi, investor akan beranggapan bahwa dibandingkan dengan pembayaran dividen lebih penting pembayaran utang kepada kreditor, maka investor akan memiliki pandangan yang negatif apabila perusahaan memiliki struktur modal yang tinggi.

Berdasarkan fenomena reaksi pasar terkait informasi laba yang dapat berdampak baik maupun buruk bagi perusahaan. Akhirnya dapat diketahui seberapa kuatnya reaksi pasar terkait dengan informasi laba yang perusahaan sajikan yaitu dengan mengenal apa saja yang dipengaruhi oleh *Earnings Response Coefficient*. Maka, berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas penelitian ini akan mengangkat judul yaitu Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Audit dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient* dengan Struktur Modal sebagai variabel moderasi untuk membuktikan penguatan atau pelemahan antara kedua hubungan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Sinyal

Teori sinyal diartikan pemberian sinyal oleh pengirim atau sinyal berbentuk informasi yang menggambarkan keadaan perusahaan dan berguna bagi penerima (Investor) Spence (1973). Inti dari teori sinyal adalah bagaimana perusahaan dapat menyediakan sinyal bagi pengguna yang memakai laporan keuangannya. Informasi apa saja yang manajemen telah lakukan dalam mewujudkan yang jadi keinginan

pemilik adalah wujud dari sinyal ini. Sinyal akan menunjukkan bahwa lebih baiknya perusahaan tersebut dibanding dengan perusahaan lainnya,

Teori Keagenan

Hubungan keagenan dapat diartikan saat satu orang atau lebih (pihak prinsipal) mempercayakan pemberian jasa kepada pihak lain, dan mendelegasikan sebuah pengambilan atas keputusan kepada orang lain (pihak agen), Jensen & Mackling dalam Aurel & Yanti, (2022). Dalam hal ini, prinsipal sebagai pemilik telah memberikan fasilitas dan dana guna kegiatan usaha berjalan dan memberikan keputusan kebijakan kepada agen. Prinsipal mempunyai harapan perusahaan dapat bisa melanjutkan usahanya dan agen dapat menghasilkan keuntungan dari uang yang telah di investasikan.

Teori Efisiensi Pasar (*Market Efficiency Theory*)

Suatu pasar dapat lebih efisien apabila tidak terdapat investor, entah itu perorangan ataupun lembaga yang dapat memperoleh keuntungan *abnormal* dalam jangka waktu yang berkelanjutan dengan memakai strategi perdagangan yang ada Fama (1970). Teori efisiensi pasar adalah data pada pasar modal yang langsung berkaitan dengan saham yang menimbulkan perbedaan harga perbandingan yang baru Ratnasari dalam Aurel & Yanti (2022).

Earning Response Coefficient

Earning Response Coefficient (ERC) bermanfaat dalam hubungannya di analisis fundamental investor dan dalam model penelitian yang menetapkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan. Koefisien respons laba yang tinggi mencerminkan reaksi pasar terlihat kuat atas informasi laba, dan nilai ERC yang hasilnya rendah mencerminkan reaksi pasar yang lemah juga, Ekawati & Yanti (2022). Persepsi investor terhadap kualitas angka laba yang terlihat pada besar kecilnya ERC yang akan menentukan reaksi investor terhadap laba yang dilaporkan. Laba sendiri mempunyai nilai informasi yang dapat dilihat dalam fluktuasi harga saham. Oleh karena itu, informasi mengenai angka laba yang diumumkan dapat mempengaruhi perilaku investor sebelum dan sesudah rilis laporan keuangan.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility adalah integrasi aspek bisnis dan sosial yang sejalan secara harmonis, dan memiliki tujuan untuk membantu perusahaan agar boleh berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingan, sekaligus menghasilkan keuntungan maksimal untuk meningkatkan nilai saham Low & Siegel (2020). Terdapat dua jenis CSR yaitu tanggung jawab sosial internal serta tanggung jawab sosial eksternal Wu et al., (2021). Jika perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih baik maka loyalitas pemegang saham tetap terjaga dan popularitas perusahaan yang baik akan mempengaruhi respon investor (Sasongko et al., (2020).

H1: *Corporate Social Responsibilities* berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient*.

Kualitas Audit

Berbagai penelitian telah mengusulkan berbagai definisi mengenai kualitas audit. Kualitas audit mencakup pekerjaan auditor untuk memeriksa laporan keuangan dengan akurat dan dengan standar yang telah ditetapkan Sinambela & Darmawan (2022). Secara umum, kualitas audit ialah kondisi dimana auditor bekerja dengan benar sesuai standar dan mampu mendeteksi serta melaporkan kesalahan kepada pihak yang berkepentingan. Investor cenderung memberikan respon yang lebih baik terhadap informasi keuangan dari perusahaan yang telah diaudit dengan baik karena mereka mempunyai kepercayaan yang lebih besar terhadap laporan keuangan.

H2: Kualitas Audit berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient*.

Ukuran Perusahaan

Perusahaan besar dan stabil cenderung mempunyai banyak sumber daya dan lebih berpeluang mendapatkan kepercayaan dari pemilik dana. Artinya penggalangan dana di pasar modal lebih mudah dibandingkan perusahaan kecil (Yuliana & Yuyetta, 2017). Sehingga, perusahaan yang lebih besar cenderung dianggap lebih stabil, lebih berorientasi masa depan, dan memiliki tata kelola perusahaan yang lebih canggih (Firmansyah & Herawaty, 2019). Di sisi lain, perusahaan yang jauh lebih kecil dianggap kurang memiliki kekuatan dan keberlanjutan. Oleh karena itu, investor akan bereaksi positif ketika perusahaan besar merilis hasil labanya, namun sebaliknya investor akan bereaksi negatif ketika perusahaan kecil merilis hasil labanya.

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

Struktur Modal

Perusahaan yang struktur modalnya sehat cenderung mendapatkan akses keuangan yang lebih baik. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk berinvestasi dalam program CSR dalam jangka panjang tanpa menghadapi tekanan keuangan yang tidak semestinya. Perusahaan dengan struktur permodalan yang baik akan lebih efektif mengalokasikan dananya pada program CSR yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Sehingga, investor dan pemangku kepentingan mempunyai reaksi positif yang lebih kuat terhadap CSR karena mereka melihat komitmen jangka panjang perusahaan didasarkan pada landasan keuangan yang stabil.

H4: Struktur Modal memperkuat pengaruh positif *Corporate Social Responsibilities* terhadap *Earning Response Coefficient*.

Ketika suatu perusahaan memiliki struktur modal yang sehat, maka perusahaan tersebut cenderung memiliki lebih sedikit masalah keuangan yang dapat mempengaruhi kualitas laporan keuangannya. Hal ini menciptakan lingkungan yang

lebih stabil dan dapat diandalkan dimana auditor eksternal dapat bekerja lebih baik. Struktur modal yang optimal juga dapat menunjukkan kepada pihak eksternal, termasuk auditor, bahwa suatu perusahaan dapat membiayai operasinya secara memadai dan memenuhi kewajiban keuangannya. Hal ini membangun kepercayaan, meningkatkan kolaborasi antara perusahaan dan auditor, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam proses audit.

H5: Struktur Modal memperkuat pengaruh positif Kualitas Audit terhadap *Earning Response Coefficient*.

Struktur modal perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi ukuran perusahaan. Struktur modal berkaitan dengan bagaimana perusahaan mendanai operasinya, sementara ukuran perusahaan lebih berkaitan dengan skala atau besarnya operasi perusahaan. Struktur modal yang sehat dapat mempengaruhi keputusan pertumbuhan perusahaan. Dengan struktur modal yang baik yang dimiliki, perusahaan akan lebih mudah mengakses dana yang dibutuhkan untuk pengembangan. Hal ini memudahkan perusahaan untuk menarik tambahan dana investasi dan ekspansi, yang dapat berdampak pada pertumbuhan dan ukuran perusahaan

H6: Struktur Modal memperkuat pengaruh positif Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, tujuannya menguji hipotesis yang telah dikemukakan, sesuai dengan ekspektasi hubungan yang diharapkan mengenai pengaruh variabel independen, moderasi, dan dependen. Metode penelitian yang digunakan adalah Pooling Data/Panel data yang menggabungkan *time series* dan *cross section*. Ditentukan dengan menggunakan kriteria *purposive sampling* sebagai berikut :

1. Perusahaan dalam sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.
2. Perusahaan dalam sektor *Consumer Non-Cyclical* yang memiliki laporan tahunan dan laporan keuangan dari 2019 hingga 2022.
3. Perusahaan dalam sektor *Consumer Non-Cyclical* yang menyajikan laporan keuangan tahunan dalam mata uang rupiah selama periode 2019-2022.
4. Perusahaan dalam sektor *Consumer Non-Cyclical* yang melakukan Initial Public Offering (IPO) sebelum tahun 2019.
5. Perusahaan dalam sektor *Consumer Non-Cyclical* yang memiliki laba positif atau konsisten tanpa kerugian selama 2019-2022.
6. Perusahaan dalam sektor *Consumer Non-Cyclical* yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunannya dari 2019 hingga 2022.

Definisi Operasional Variabel

Earning Response Coefficient

Laba mempunyai nilai informasi yang dapat dilihat dalam fluktuasi harga saham hal ini disebut dengan *Earning Response Coefficient* (ERC). Pergerakan harga saham sejalan atas keyakinan investor, sesuai atas teori efisiensi pasar yang menyatakan pasar merespon dengan cepat terhadap informasi baru. Oleh karena itu, informasi mengenai angka laba yang diumumkan dapat mempengaruhi perilaku investor sebelum dan sesudah rilis laporan keuangan. Peningkatan *unexpected earnings* berpotensi menyebabkan penurunan *abnormal return* saham, dan menunjukkan hubungan yang relevan terkait laba perusahaan yang diumumkan dan harga saham yang berubah. Berdasarkan penelitian Ekawati & Yanti (2022), adapun rumus dari ERC dihitung sebagai berikut:

$$ERC = \frac{CAR_{it} - \alpha}{UET_{it}}$$

Corporate Social Responsibility

CSR memakai pengukuran CSR Index yang mengacu pada Standar GRI 2016. Indikator kinerja keseluruhan dalam Standar GRI 2016 adalah 56 pengungkapan umum dan 77 pengungkapan khusus, yang masing-masing 34, 30 dan 13, yaitu pengungkapan sosial, lingkungan dan ekonomi GRI (2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tasya (2020), sebuah *variabel dummy* digunakan untuk mengevaluasi *corporate social responsibility*. *Variabel dummy* ini mengambil nilai (1) ketika perusahaan menampilkan *corporate social responsibility* dan (0) ketika tidak. Proksi perhitungan *Corporate social responsibility* dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Kualitas Audit

Kualitas audit adalah hasil pencapaian tingkat kepuasan yang diinginkan untuk mengevaluasi suatu kegiatan. Kualitas auditor diukur menggunakan *variabel dummy*. diberi nilai 1 ketika auditor perusahaan berasal dari Big Four atau terafiliasi dengan firma akuntansi publik internasional, sementara itu nilai 0 akan diberikan pada KAP Non Big Four, Wahyudi & Kadir (2019).

Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang terus berkembang mempunyai akses pembiayaan yang lebih mudah sehingga dapat mempengaruhi besar kecilnya perusahaan (Aurel & Yanti, 2022). Dasar penentuan ukuran perusahaan ada pada total aset perusahaan. Indikator pengukuran yang akan digunakan adalah sebagai berikut Pambudy., et al, (2022):

$$Size = Ln (Asset)$$

Struktur Modal

Sruktur modal sebagai informasi keuangan dalam perusahaan, dan tingkat jumlah hutang yang mana dapat memberikan pengaruh harga saham melalui reaksi investor. Berdasarkan penelitian Sadjiarto & Evan (2023) struktur modal dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholder's Equity}}$$

Teknik Analisis Data

Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini diskripsi atau gambaran yang dapat diperhatikan yaitu data dari nilai rata-rata, maksimum, minimum dan standar deviasi yang nantinya akan disajikan dengan gambar, grafik ataupun tabel Ghozali (2021, hal.19). Oleh karena itu dalam penelitian memanfaatkan analisis statistik deskriptif dengan tujuan untuk mengelaborasi data yang berhubungan antara variabel independen pertama *corporate social responsibility*, variabel independent kedua kualitas audit dan variabel independent ketiga ukuran perusahaan terhadap variabel dependen *earning response coefficient* dengan pemoderasi adalah struktur modal.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021 hal.196) uji normalitas memiliki tujuan guna mengetahui bagaimana variabel perancu atau residual pada suatu model regresi berdistribusi normal. Penelitian ini memakai uji statistic *Kolmogrov-Smirnov* terhadap *unstandarardized residual* dari hasil regresi. Dimana data tersebut dapat dinilai dengan probabilitas *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 menunjukkan distribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021 hal.196) uji multikolinearitas memiliki tujuan bagaimana model regresi yang didapati memiliki hubungan antara variabel independen. Jika Tolerance memiliki nilai di bawah 0,10 dan VIF melebihi 10, hal tersebut menandakan adanya masalah multikolinearitas dalam penelitian. Sebaliknya, ketika nilai-nilai tersebut tidak memenuhi kriteria tersebut, tidak ada indikasi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas, sebagaimana dipaparkan oleh Ghozali (2021 hal.178), bertujuan untuk mengevaluasi adanya ketidakseragaman varians dari residual antar pengamatan dalam suatu model regresi. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah uji Glejser untuk mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas. Saat melakukan penilaian dari uji heteroskedastisitas, nilai p-

value yang sama atau lebih besar dari 0,05 menunjukkan ketiadaan indikasi yang signifikan terhadap heteroskedastisitas pada model tersebut.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2021 hal.147), pemeriksaan autokorelasi berguna untuk mengidentifikasi korelasi antara kesalahan residual pada periode 't' dan 't-1' dalam model regresi linear. Uji Durbin Watson berguna untuk pengambilan keputusan berdasarkan rentang nilai DW. Jika hasil DWstat berada di antara nilai DU dan (4 - DU), maka tidak terdapat indikasi autokorelasi positif maupun negatif dalam model tersebut dan hipotesis tidak ditolak.

Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021, hal.147) Koefisien determinasi mengambil nilai dari 0 sampai 1. Nilai R^2 yang kecil dapat diartikan menjelaskan variasi variabel terikat, namun kekuatan variabel bebas sangat terbatas. Tapi jika nilai yang diperoleh mendekati 1, itu menandakan bahwa variabel independen menyediakan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen.

2. Uji Simultan (F-Test)

Menurut Ghozali (2021, hal.147) pada penelitian ini menggunakan uji f dalam menguji hipotesis Pada Uji F dijalankan pengujian secara simultan terhadap koefisien regresi. Uji F memperlihatkan bagaimana keseluruhan variabel terikat dalam model secara simultan mempengaruhi variabel bebas. Pengujian hipotesis dikatakan diterima atau tidak berdasarkan hasil berikut, apabila nilai F yang dihitung melebihi nilai F pada tabel atau probabilitasnya lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\text{sig} < 0,05$), ini menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen.

3. Uji Parsial (T-Test)

Menurut (Ghozali: 148, 2021) Uji t-statistic merupakan sebagai penunjuk Sejauh mana pengaruh setiap variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen secara individual. Penilaian didasarkan pada apakah nilai statistiknya < 0.05 , yang menandakan penerimaan hipotesis (adanya pengaruh).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
----------	---	---------	----------	------	----------------

ERC (Y)	116	-5,93	15,51	0,25	1,91
CSR (X1)	116	0,10	0,35	0,22	0,04
SIZE (X3)	116	23,20	32,83	29,47	2,01
DER (Z)	116	0,11	3,58	0,89	0,76
Valid N (listwise)	116				

Table 2 Deskriptif Statistik Kualitas Auditor

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Variabel	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	52	44.8	44.8	44.8
1	64	55.2	55.2	100.0
Total	116	100.0	100.0	

Nilai N mencerminkan jumlah data yang diamati, nilai *minimum* menunjukkan titik terendah dari variabel, nilai *maksimum* menunjukkan titik tertinggi dari variabel, *mean* mewakili rata-rata dari seluruh data, dan standar deviasi mencerminkan sebaran data yang menggambarkan fluktuasi dalam sifat heterogen atau homogen dari data tersebut.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Pengujian Normalitas

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
	<i>Unstandardized Residual</i>
N	116
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.086

Hasil uji *Kolmogorov* menghasilkan nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,086, melebihi nilai ambang 0,05 yang umumnya digunakan. Dengan demikian, kesimpulan yang bisa diambil adalah data yang digunakan dalam penelitian normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 4 Hasil Pengujian Multikolonieritas

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Variabel	Tolerance	VIF	Keputusan
CSR (X1)	0.520	1.922	Multikolonieritas Tidak Terjadi
AQ (X2)	0.736	1.358	Multikolonieritas Tidak Terjadi
SIZE (X3)	0.555	1.803	Multikolonieritas Tidak Terjadi
DER (Z)	0.801	1.248	Multikolonieritas Tidak Terjadi

CSR*DER (X1*Z)	0.357	2.799	Multikolineritas Tidak Terjadi
AQ*DER (X2*Z)	0.754	1.326	Multikolineritas Tidak Terjadi
SIZE*DER (X3*Z)	0.413	2.421	Multikolineritas Tidak Terjadi

Dari pengujian multikolinearitas dalam Tabel 3, tidak ada variabel yang menunjukkan nilai *tolerance* di bawah 0,10 dan tak satupun dari variabel independen memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) melebihi 10. Oleh karena itu, tidak ada bukti adanya masalah multikolinearitas di antara variabel independen dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Tabel 5 Hasil Pengujian Autokorelasi

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.564 ^a	0.318	0.300	0.49886	1.912

Hasil pengujian dengan Durbin Watson Test menunjukkan nilai DWstat pada model sebesar 1,912. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai dU dan 4-dU yang diambil dari tabel Durbin Watson pada tingkat signifikansi 5%, dengan jumlah pengamatan data sebanyak 116 dan 6 variabel. Nilai batas atas (dU) yang diperoleh adalah 1,807, sementara perhitungan (4-dU) menghasilkan angka 2,193. Menurut aturan, jika tidak ada autokorelasi, nilai DWstat harus berada di antara dU dan (4-dU), yakni $1,807 < 1,912 < 2,193$. Jadi, kesimpulannya adalah tidak ada tanda-tanda autokorelasi dalam penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 6 Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Variabel	Sig.	Keputusan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.335	Tidak ada heteroskedastisitas
Kualitas Audit	0.804	Tidak ada heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	0.151	Tidak ada heteroskedastisitas
Struktur Modal	0.061	Tidak ada heteroskedastisitas

Hasil uji Glejser terhadap heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi variabel independen, moderasi, dan interaksi antara keduanya lebih besar dari 0,05. Ini menandakan ketiadaan indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi yang

digunakan.

Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Tabel 7 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linear Berganda

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
CSR (X1)	1.183	0.699	0.169	1.691	0.094
AQ (X2)	0.473	0.101	0.394	4.699	0.000
SIZE (X3)	0.046	0.021	0.210	2.177	0.032
CSR*DER	6.049	3.110	0.254	1.945	0.054
AQ*DER	2.605	0.456	0.513	5.712	0.000
SIZE*DER	-0.121	0.046	-0.317	-2.609	0.010

Berdasarkan tabel 6, maka pengaruh CSR, kualitas audit, dan ukuran perusahaan pada ERC yang dimoderasi struktur modal memiliki persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,410 + 1,183CSR + 0,473AQ - 0,046SIZE + 6,049CSR*DER + 2,605AQ*DER - 0,121SIZE*DER$$

Hasil Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.564 ^a	0.318	0.300	0.49886

Dari Tabel 7, Adjusted R² yang didapat adalah 0,300, menunjukkan bahwa variabel independen dan interaksi yang diuji (CSR (X1), Kualitas Audit (X2), Ukuran Perusahaan (X3), serta interaksi dengan Struktur Modal (X1*Z, X2*Z, X3*Z)) mampu menjelaskan 30% variasi pada variabel dependen (ERC). Meski demikian, sekitar 70% variasi lainnya dalam model tidak dijelaskan oleh variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Regresi Simultan

Tabel 9 Hasil Pengujian Regresi Simultan

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Model	Sig Fstat
Regresi Liniear Berganda	0,000

Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi atau probabilitas sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa probabilitas F-statistik adalah kurang dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, ketiga variabel independen (CSR, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan), variabel moderasi (Struktur Modal), dan seluruh variabel interaksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (ERC). Dengan demikian, hipotesis alternatif diterima.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 10 Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Sumber: Pengolahan data sekunder, 2023

Variabel	Beta	t	Sig	Sig one tailed
CSR(X ₁)	1.183	1.691	0.094	0,047
AQ (X ₂)	0.473	4.699	0.000	0.000
SIZE (X ₃)	0.046	-2.367	0.032	0,016
CSR*DER (X ₁ *Z)	6.049	1.945	0.054	0,027
AQ*DER (X ₂ *Z)	2.605	5.712	0.000	0.000
SIZE*DER (X ₃ *Z)	-0.121	-2.609	0.010	0,005

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient*

Koefisien CSR (X₁) diperoleh sebesar 1,183 dari analisis statistik. Artinya, kenaikan satu satuan pada CSR (X₁) mengakibatkan kenaikan ERC (Y) sebesar 1,183 satuan. Hasil uji statistik menunjukkan konsistensi tanda beta dengan hipotesis yang diusulkan, menegaskan CSR (X₁) berdampak positif pada ERC (Y). Probabilitas untuk variabel CSR (X₁) sebesar 0,047, lebih rendah dari alpha 5%, sehingga H₁ diterima. Secara statistik, dapat disimpulkan bahwa CSR (X₁) berpengaruh positif terhadap ERC (Y). Hal ini konsisten dengan temuan studi sebelumnya yang dilakukan oleh Aprilia & Rahayu (2023). dan Sadjiarto & Evan (2023), yang juga menegaskan dampak positif CSR pada ERC.

Pengaruh Kualitas Audit terhadap *Earning Response Coefficient*

Koefisien Kualitas Audit (X₂) menunjukkan angka sebesar 0,473. Artinya, jika Kualitas Audit (X₂) meningkat satu satuan, ERC (Y) akan naik sebesar 0,473 satuan. Uji statistik mengonfirmasi bahwa tanda beta konsisten dengan hipotesis yang telah diajukan, menunjukkan bahwa Kualitas Audit (X₂) memiliki dampak positif pada ERC (Y). Selain itu, nilai probabilitas untuk variabel Kualitas Audit (X₂) adalah 0, yang kurang dari alpha 5%. Dengan demikian, H₂ diterima. Dari segi statistik, disimpulkan bahwa Kualitas Audit (X₂) berpengaruh positif pada ERC (Y). Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Wahyudi & Kadir (2019) dan Nurfajrin et al. (2022) yang juga menunjukkan dampak positif Kualitas Audit pada ERC.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient*

Koefisien Ukuran Perusahaan (X3) sebesar 0,046, yang menandakan setiap kenaikan satu satuan pada Ukuran Perusahaan (X3) berhubungan dengan kenaikan sebesar 0,046 satuan pada ERC (Y). Uji statistik memperlihatkan bahwa tanda beta konsisten dengan hipotesis, menegaskan bahwa Ukuran Perusahaan (X3) berperan positif pada ERC (Y). Probabilitas untuk variabel Ukuran Perusahaan (X3) adalah 0,016, lebih rendah dari alpha 5%, sehingga H3 diterima. Jadi, dari segi statistik, disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan (X3) memiliki dampak positif pada ERC (Y). Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Wahyudi & Kadir (2019), Pambudy et al. (2022), dan Aurel & Yanti (2022) yang juga menunjukkan dampak positif Ukuran Perusahaan pada ERC.

Struktur Modal dalam Memperkuat Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient*

Hasil analisis statistik menunjukkan koefisien CSR dimoderasi Struktur Modal (X1*Z) sebesar 6,049. Hal ini menandakan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada *Corporate Social Responsibilities* dimoderasi Struktur Modal (X1*Z) berkaitan dengan kenaikan sebesar 6,049 satuan pada ERC (Y). Uji statistik memperkuat hipotesis, menunjukkan bahwa tanda beta sesuai, yang menandakan bahwa Struktur Modal (Z) memperkuat dampak CSR (X1) terhadap ERC (Y). Angka signifikansi menunjukkan nilai 0,027, yang berada di bawah alpha 5%. sehingga H4 diterima. Dari segi statistik, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibilities* dimoderasi Struktur Modal (X1*Z) memiliki dampak positif pada ERC (Y). Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Tasya (2020) yang menunjukkan bahwa struktur modal tidak memperkuat efek positif antara CSR terhadap ERC.

Struktur Modal dalam Memperkuat Pengaruh Kualitas Audit terhadap *Earning Response Coefficient*

Hasil pengujian statistik menunjukkan koefisien Kualitas Audit dimoderasi Struktur Modal (X2*Z) sebesar 2,605. Ini berarti jika Kualitas Audit dimoderasi Struktur Modal (X2*Z) meningkat satu satuan, *Earning Response Coefficient* (Y) juga akan meningkat sebesar 2,605 satuan. Uji statistik memperkuat hipotesis dengan menunjukkan bahwa tanda beta sesuai, menandakan bahwa Struktur Modal (Z) memperkuat dampak Kualitas Audit (X2) terhadap *Earning Response Coefficient* (Y). Nilai signifikansi yang didapat adalah 0,000, kurang dari alpha 5%, sehingga H5 diterima. Dari perspektif statistik, disimpulkan bahwa Kualitas Audit dimoderasi Struktur Modal (X2*Z) memiliki dampak positif pada *Earning Response Coefficient* (Y).

Struktur Modal dalam Memperkuat Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient*

Hasil uji statistik menunjukkan koefisien Ukuran Perusahaan dimoderasi Struktur Modal (X3*Z) sebesar -0,121. Ini mengindikasikan bahwa jika Ukuran Perusahaan dimoderasi Struktur Modal (X3*Z) meningkat satu satuan, ERC (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,121 satuan. Namun, tanda beta yang ditemukan

tidak konsisten dengan hipotesis yang mengasumsikan bahwa Struktur Modal (Z) meningkatkan pengaruh antara Ukuran Perusahaan terhadap ERC (Y). Akibatnya, pengujian signifikansi tidak dilanjutkan, dan H6 ditolak. Dari perspektif statistik, disimpulkan bahwa tidak terdapat dampak positif dari Ukuran Perusahaan dimoderasi Struktur Modal ($X3*Z$) pada ERC (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini melakukan analisis terhadap dampak CSR, Kualitas Audit, dan Ukuran Perusahaan terhadap ERC, menggunakan Struktur Modal sebagai faktor penguat dalam sektor *consumer non-cyclical* BEI dari 2019 hingga 2022. Temuan dari pengujian sebagai berikut :

1. CSR berdampak positif pada *earning response coefficient* di perusahaan sektor *consumer non-cyclical* BEI (2019-2022), seiring dengan temuan Aprilia & Rahayu (2023), Sadjiarto & Evan (2023).
2. Kualitas Audit berdampak positif pada *earning response coefficient* di perusahaan sektor *consumer non-cyclical* BEI (2019-2022), sejalan dengan Wahyudi & Kadir (2019), Nurfajrin et al., (2022).
3. Ukuran Perusahaan memiliki dampak positif pada *earning response coefficient* di perusahaan sektor *consumer non-cyclical* BEI (2019-2022), seiring dengan temuan Wahyudi & Kadir (2019), Pambudy et al., (2022), Aurel & Yanti (2022).
4. Struktur Modal memperkuat pengaruh positif CSR pada *earning response coefficient* di perusahaan sektor *consumer non-cyclical* BEI (2019-2022), sesuai teori sinyal.
5. Struktur Modal memperkuat pengaruh positif Kualitas Audit pada *earning response coefficient* di perusahaan sektor *consumer non-cyclical* BEI (2019-2022), sejalan dengan teori stakeholder.
6. Struktur Modal tidak memperkuat pengaruh positif Ukuran Perusahaan pada *earning response coefficient* di perusahaan sektor *consumer non-cyclical* BEI (2019-2022).

Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan

Batasan dalam penelitian ini dapat menjadi poin penting untuk pertimbangan dalam penelitian berikutnya demi pencapaian hasil yang lebih optimal. Beberapa pembatasan yang teridentifikasi dalam penelitian ini termasuk:

1. Keterbatasan pada jumlah variabel yang diteliti, termasuk satu variabel terikat, tiga variabel bebas, dan satu variabel moderasi.
2. Durasi data penelitian hanya mencakup jangka waktu selama empat tahun, yakni dari tahun 2019 hingga 2022.

Keterbatasan-keterbatasan ini mungkin mempengaruhi kelengkapan analisis dan generalisasi hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian berikutnya dapat memperluas variabel yang diteliti dan memperpanjang rentang waktu data guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan luas mengenai hubungan

yang diteliti.

Saran

Berikut adalah beberapa saran untuk penelitian mendatang :

1. Mengikutsertakan perusahaan dari segmen industri lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai subjek penelitian untuk memperluas cakupan analisis.
2. Memperluas rentang waktu penelitian agar lebih panjang guna mengurangi potensi abnormalitas data yang mungkin terjadi.
3. Menginkorporasikan variabel independen tambahan seperti *growth opportunity* dan *default risk* untuk menggali dimensi lain yang mungkin berpengaruh terhadap fenomena yang diteliti.
4. Memasukkan variabel moderasi lain, seperti *profitabilitas*, guna memberikan perspektif yang lebih komprehensif terhadap pengaruh faktor-faktor yang mungkin memengaruhi hubungan antar variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, N. I., & Rahayu, S. I. (2023). The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures, Accounting Conservatism, and Leverage on Earnings Response Coefficient (ERC). *Research of Accounting and Governance*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.58777/rag.v1i1.14>
- Aurel oktavia, S., & Yanti, H. B. (2022). Analisis Pengaruh Prudence, Ukuran Perusahaan, Growth Opportunities, dan Default Risk Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 963–976. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14510>
- Ekawati, E., & Yanti, I. (2022). Pengaruh ISR, Leverage dan Likuiditas terhadap ERC pada Perusahaan yang Terdaftar di ISSI Tahun 2015-2020. *Bukhori: Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 147–163. <https://doi.org/10.35912/bukhori.v1i2.1473>
- Irawan, F., & Talpia, L. (2021). The Effect of Leverage, Firm Size, Earning Growth, and Earning Persistence on Earning Response Coefficient. *Bina Ekonomi*, 25(1), 41–56. <https://doi.org/10.26593/be.v25i1.5124.41-56>
- Low, M. P., & Siegel, D. (2020). A Bibliometric Analysis of Employee-Centred Corporate Social Responsibility Research in The 2000s. *Social Responsibility Journal*, 16(5), 691–717.
- Nurfajri, A. A., Abbas, D. S., & Zulaecha, H. E. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(3), 16–30.
- Pambudi, J. E., Febrianto, H. G., & Fitriana, A. I. (2022). Determinan Earning Response Coefficient (ERC) dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Eksogen. *Dynamic Management Journal*, 6(1), 31–41.
- Pratiwi, D. E., & Rohman, A. (2021). Pengaruh Independensi, Skeptisme Profesional, Pengalaman Audit, Kualitas Audit, Audit Tenure, dan Prosedur Audit terhadap Tanggung Jawab Auditor dalam Mendeteksi Kecurangan pada Laporan

- Keuangan (Studi Empiris pada Auditor Kantor Akuntan Publik di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(2).
- Sadjiarto, A., & Evan, N. (2023). The Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure and Capital Structure on Earning Response Coefficient of Indonesian Mining Companies. *International Journal of Organizational Behavior and Policy*, 2(2), 117-126. <https://doi.org/10.9744/ijobp.2.2.117-126>
- Septiano, R., Arifin, F. N., & Sari, L. (2022). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 193-202.
- Sinambela, E. A., & Darmawan, D. (2022). Peran Integritas dan Kompetensi Terhadap Kualitas Audit. *Realible Accounting Journal*, 1(2), 8-15.
- Tasya. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibilities dan Likuiditas Terhadap Earnings Response Coefficient Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(2), 191-206. <https://doi.org/10.25105/jat.v7i2.7222>
- Tibe, H., & Dewi, N. N. S. R. T. (2019). Pengaruh Kompleksitas Tugas, Pengalaman Auditor, Skeptisme dan Tekanan Anggaran Waktu Terhadap Audit Judgment. *Journal Research of Accounting*, 1(1), 45-62.
- Wahyudi, T., & Kadir, A. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Kualitas Auditor dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 20(1), 83-96.
- Windaputri, B. V., & Muharam, H. (2022). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2020). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Wu, Y., Farrukh, M., Raza, A., Meng, F., & Alam, I. (2021). Corporate Social Responsibility and Environmental Management, *Framing The Evolution of The Corporate Social Responsibility and Environmental Management Journal*, 28(4), 1397-1411.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.