

Pengaruh *Earning Persistence*, *Leverage*, *Profitability* dan *Firm Size* Terhadap *Earning Response Coefficient*

Fahreza Ihwan Nur Ardiansyah¹)*, Ovi Itsnaini Ulynnuha²)

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

b200210105@student.ums.ac.id¹)*, oiu368@ums.ac.id²)

ABSTRACT

Earning response coefficient (ERC) is a measure of how much abnormal stock return will be obtained by responding to unexpected earning as profit information published by the company. The purpose of this study was to test and analyze the effect of earning persistence, leverage, profitability and firm size on the earning response coefficient (ERC) in consumer goods sector companies consisting of primary and non-primary consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2021-2023 period. The sampling technique in this study used purposive sampling technique. A total of 82 companies have met the requirements as research objects so that the total sample used is 246 samples. The analysis method used in this study is the multiple linear regression analysis method. The results of the study show that the variables that affect the earning response coefficient are earning persistence. While leverage, profitability and firm size do not affect the earning response coefficient.

Keywords: *Earning Response Coefficient (ERC), Earning Persistence, Leverage, Profitability, Firm Size.*

ABSTRAK

Earning response coefficient (ERC) merupakan tolok ukur seberapa besar abnormal return saham yang akan diperoleh dengan merespons unexpected earning sebagai informasi laba yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh earning persistence, leverage, profitability dan Firm size terhadap earning response coefficient (ERC) pada perusahaan sektor barang konsumen yang terdiri dari perusahaan barang konsumen primer dan non primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Sebanyak 82 perusahaan telah memenuhi ketentuan sebagai objek penelitian sehingga total sampel yang digunakan 246 sampel. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap earning response coefficient adalah earning persistence. Sedangkan leverage, profitability dan Firm size tidak berpengaruh terhadap earning response coefficient.

Kata Kunci: *Earning Response Coefficient (ERC), Earning Persistence, Leverage, Profitability, Firm Size.*

PENDAHULUAN

Potensi pasar modal Indonesia mulai mengalami peningkatan dimasa pandemi COVID-19. Terbukti dengan jumlah para investor yang cukup meningkat

serta banyaknya perusahaan *fintech* yang memfasilitasi investor dari kalangan anak muda untuk memperjualbelikan produk-produk investasi seperti, saham, obligasi dan reksadana (Darmawan, 2022). Selain itu, peningkatan yang terjadi pada pasar modal terdapat pada melambungnya jumlah saham yang diperjualbelikan ditandai dengan peningkatan volume penjualan saham (Rachma, 2022). Peningkatan investor ini menggambarkan bahwa minat dan semangat masyarakat dalam berinvestasi cukup tinggi yang berakibat meningkatnya perekonomian Indonesia.

Dari laporan keuangan itu para investor akan melihat bagaimana hasil kinerja suatu perusahaan yang menjadi calon emiten. Menurut (Darmawan, 2022) menyebutkan bahwa laba yang digunakan sebagai informasi oleh investor umumnya berasal dari laba sesudah pajak (EAT/ *Earning After Tax*) yang nilai perolehan laba yang semakin tinggi maka kinerja suatu perusahaan dianggap bagus. Kualitas informasi laporan yang terkait dengan pengungkapan laba ataupun berita baik atau buruk yang berhubungan dengan profitabilitas perusahaan tersebut yang menjadi pemicu respons tersebut (Assagaf & Tyas, 2021).

Dengan adanya kejadian ini menimbulkan reaksi para investor yang membuat mereka melakukan analisa harga saham yang dapat memberikan *return* yang tinggi dengan risiko serendah mungkin (Dewi, 2020). (Sasongko et al., 2020) mengatakan pasar modal akan menyebabkan pasar bereaksi atas pengumuman margin, hal ini dapat diamati dari pergerakan saham dan investor. Pendapatan memiliki keterikatan dari asumsi perhitungan serta adanya kecurangan yang dibuat oleh manajemen perusahaan, dalam hal ini diperlukan informasi lain untuk memperkirakan *return* hasil saham perusahaan yakni *Earning Response Coefficient*.

(Immanuel, 2021) menyatakan *Earning Response Coefficient* merupakan bentuk salah satu dari *signaling theory*, perusahaan tersebut yang akan memberikan isyarat dalam wujud laporan laba kepada para *stakeholder* yang akan merespons sehingga berubahnya harga saham. Selisih antara margin yang diharapkan dengan *actual earning* perusahaan disebut dengan laba kejutan. Informasi laba kejutan dapat dimanfaatkan oleh investor untuk menganalisis reaksi pasar terkait pengumuman laba yang terdapat *return perusahaan* (Herlin Tundjung, 2020). *Unexpected earning* adalah peningkatan net profit dari tahun ke tahun. *Abnormal return* adalah perbedaan yang terdapat antara *return* saham dengan *return* pasar (Assagaf & Tyas, 2021).

Kenaikan margin perusahaan tidak selalu diiringi peningkatan harga saham dan juga sebaliknya. Fenomena tersebut menggambarkan reaksi pasar yang membuat peneliti mendalami *earning response coefficient* (Indah Sari & Rokhmania, 2020). Terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi reaksi para investor dalam menentukan keputusan, peneliti memfokuskan pada : *Earning persistence*, *leverage*, *profitability* dan *firm size*.

Earning persistence adalah sebuah parameter yang menjelaskan bagaimana kemampuan sebuah perusahaan dalam menjaga nilai keuntungannya agar tetap stabil dari masa ke masa (Ashma' & Rahmawati, 2019). Menurut (Ramadanti & Rahayu,

2019) persistensi laba merupakan cerminan kualitas laba pada perusahaan yang dapat digambarkan melalui kemampuan menjaga stabilitas laba dari tahun ke tahun.

Leverage adalah pemakaian *cost fix* di dalam aktivitas usaha yang bertujuan untuk mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi (Septiano et al., 2022). Menurut (Hakim et al., 2023) *leverage* merupakan sebuah tindakan untuk meningkatkan keuntungan. Berbagai perusahaan akan berusaha sebisa mungkin meningkatkan laba tertingginya menggunakan sumber daya yang ada pada perusahaan terlebih dahulu, tetapi seiring berkembangnya jaman biaya dan modal yang dimiliki oleh perusahaan akan ikut terkuras akibat tingginya beban-beban yang diperlukan dalam operasi.

Profitability merupakan cerminan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan kemampuan untuk mempengaruhi respons pasar atas publikasi informasi laba oleh perusahaan (Ramadanti & Rahayu, 2019). Dari perolehan laba yang besar akan memicu respons positif para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut (Pradita & Sunarsih, 2023). Di saat perusahaan melakukan publikasi laba maka para investor akan merespons publikasi itu dengan cepat (Wiranti, 2021).

Firm size adalah ukuran dari suatu perusahaan yang diidentifikasi berdasarkan jumlah total asetnya. Semakin banyak total aset dari perusahaan tersebut maka semakin besar ukuran entitas (Adi et al., 2020). *Firm size* juga merupakan cerminan dari ukuran perusahaan dan mengklasifikasikan perusahaan tersebut kategori perusahaan kecil atau besar dengan mengukur kepemilikan total aset dari perusahaan tersebut.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut (Sasongko et al., 2020) teori sinyal adalah teori yang memperhatikan tanda-tanda atas kondisi yang mencerminkan sebuah perusahaan. Teori sinyal menyebutkan jika perusahaan yang memiliki mutu yang baik maka mereka dengan sengaja akan menyampaikan sinyal kepada pasar. Jika terkandung nilai positif maka pasar menginterpretasikan informasi itu sebagai sinyal yang baik (*good news*) berupa peningkatan keuntungan perusahaan. Maka dari reaksi sinyal yang baik itu akan berdampak pada kenaikan harga saham (Herlin Tundjung, 2020). Jika respons investor positif, maka akan meningkatkan *earning response coefficient* (ERC) itu sendiri. Sedangkan investor merespons negatif, maka nilai ERC akan menurun sebab kurangnya ekspektasi keuntungan perusahaan tersebut dimasa yang akan datang.

Teori Efisiensi Pasar (*Market Efficiency Theory*)

Menurut (Pandana & Santioso, 2022) menjelaskan bahwa semua informasi yang beredar dapat direfleksikan dari harga saham, dari yang fundamental hingga penambahan *insider information*. Informasi ini akan mempengaruhi respons dari investor yang menyimpulkan bahwa keuntungan pasti mempunyai *value relevance* yang dapat dicerminkan dari harga saham. Teori efisiensi pasar menyatakan bahwa harga dari saham yang beredar dipasar tercipta dari informasi-informasi yang

diterbitkan oleh perusahaan yang nantinya pasar akan menunjukkan reaksinya terhadap informasi yang ditangkap sehingga akan berpengaruh terhadap respons pasar (Jamaludin Iskak, 2020).

Earning Response Coefficient

Menurut (Kusumawati et al., 2023) *Earning response coefficient* merupakan skala pengukuran tingkat pengembalian *abnormal* pada sebuah saham untuk menanggapi struktur *unexpected earning* yang tercatat pada perusahaan penerbit saham. Menurut (Anisa Navin & Suwarno Suwarno, 2024) *earning response coefficient* adalah sebuah indikator yang digunakan untuk menilai hubungan antara *return* saham dengan laba. ERC berfungsi untuk memperkirakan besaran respons pasar dalam menanggapi informasi laporan keuangan yang diumumkan oleh perusahaan. ERC merupakan koefisien yang didapatkan dari regresi antara proksi margin perusahaan dengan harga saham. Proksi yang digunakan margin akuntansi adalah *Unexpected Earning* (UE). Sedangkan *Cummulative Abnormal Return* (CAR) digunakan sebagai proksi harga saham.

Earning Persistence

Earning persistence adalah kemampuan sebuah perusahaan dalam mempertahankan laba secara stabil untuk beberapa periode ke depan. Kualitas laba tinggi dapat dipengaruhi dari perolehan laba yang stabil dari waktu ke waktu (Maskanah & Arif, 2024). Metode inovasi laba untuk tahun berjalan akan mempengaruhi perubahan harga saham yang dapat mencerminkan persistensi laba. Kinerja masa depan perusahaan yang baik dapat diindikasikan dari laba yang berhasil diperoleh dan dipertahankan (Lafasya et al., 2023). Menurut teori sinyal, jika perusahaan memberi kepastian kepada para investor mengenai kestabilan keuntungan perusahaannya maka, mereka akan merespons kabar baik dengan cara menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Hal ini akan berakibat naiknya nilai ERC karena perubahan laba yang stabil dari waktu ke waktu (Pradita & Sunarsih, 2023).

Leverage

Leverage merupakan sebuah parameter yang menggambarkan kemampuan memenuhi kebutuhan dan kewajiban perusahaan dengan utang. Sumber modal tambahan dari utang akan digunakan untuk menaikkan kinerja perusahaan serta menciptakan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba (Pandana & Santioso, 2022). *Leverage* yang tinggi menunjukkan kebanyakan aset perusahaan akan ditunjang oleh utang. Dengan nilai rasio *leverage* tinggi akan mengakibatkan bergesernya nilai perusahaan kebawah.

Profitability

Nilai *profitability* yang tinggi akan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan sehingga mereka akan merespons minatnya dalam menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Jika nilai *profitability* rendah maka para investor akan mencabut modal tersebut dari perusahaan (Sasongko et al., 2020).

Para investor dalam menilai kelayakan sebuah perusahaan untuk diinvestasikan akan memperhatikan nilai *profitability*. Perusahaan dengan nilai *profitability* yang tinggi akan cenderung diminati para investor dan memiliki potensi menghasilkan *return* yang tinggi (Alang et al., 2023).

Firm Size

Firm size merupakan sebuah parameter yang digunakan untuk mengategorikan perusahaan besar dan perusahaan kecil diukur dari total aset yang dimiliki, total penjualan dan jumlah modal yang beredar di pasaran. (Pandana & Santioso, 2022). Perusahaan dengan ukuran besar akan cenderung menjadi perhatian utama para investor dibandingkan perusahaan kecil. Keuntungan perusahaan berukuran besar akan jauh lebih tinggi dan besar yang mampu untuk melakukan pengembangan bisnisnya. *Firm size* yang besar mampu menggambarkan sebuah komitmen yang tinggi untuk berkembang dan melakukan ekspansi untuk menarik respons pasar agar mereka mau menanamkan modalnya di perusahaan tersebut karena mereka memperhitungkan adanya *return* yang sesuai dengan yang diharapkan (Sugiyanto et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data informasi berupa angka untuk diolah dan diuji dengan data lain. Data kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang merupakan dokumen laporan tahunan perusahaan yang diperoleh melalui website resmi idx. Purposive sampling dipilih untuk menentukan metode pengambilan sampel pada penelitian ini. Sampel pada penelitian ini merupakan perusahaan sektor barang konsumen yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama jangka waktu tiga tahun yaitu 2021-2023.

Variabel Dependen

Earning Response Coefficient

ERC dapat dihitung dengan *slope* β_1 dari hubungan antara CAR dan UE. Peneliti harus melakukan persamaan regresi untuk memperoleh nilai *slope* β_1 sesuai dengan tahun periode pengamatan. Terdapat beberapa langkah dalam mengukur ERC. Pertama mencari nilai CAR perusahaan terkait. Kedua mencari nilai UE kemudian menghitung nilai kedua tersebut.

a. Menghitung *cumulative abnormal return* (CAR)

Untuk memperkirakan nilai *abnormal return* dengan menghitung *short event window* semasa tujuh hari dengan rincian tiga hari sebelum peristiwa kemudian satu hari kejadian dan tiga hari sesudah peristiwa pada saat perusahaan menerbitkan informasi laba. Rumus untuk mencari nilai CAR sebagai berikut (Sasongko et al., 2020):

$$CAR_{i,t} = \sum AR_{i,t}$$

Keterangan:

CAR_{i,t} : Nilai CAR perusahaan i selama *event window*

AR_{i,t} : *Abnormal return* perusahaan i pada periode t

Untuk menghitung *Abnormal return* maka menggunakan rumus sebagai berikut:

$$AR_{i,t} = R_{i,t} - R_{m,t}$$

Keterangan:

AR_{i,t} : *Abnormal return* untuk perusahaan i pada periode t

R_{i,t} : *Return* harian saham perusahaan i pada periode t

R_{m,t} : *Return* harian pasar pada periode t

Rumus untuk menghitung *return* harian saham perusahaan sebagai berikut:

$$R_{i,t} = \frac{P_{i,t} - P_{i,t-1}}{P_{i,t-1}}$$

Keterangan:

R_{i,t} : *Return* harian perusahaan i pada periode t

P_{i,t} : Nilai harga saham perusahaan i pada periode t

P_{i,t-1} : Nilai harga saham perusahaan i pada periode t-1

Rumus untuk menghitung *return* harian pasar sebagai berikut:

$$R_{m,t} = \frac{IHSG_{t} - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan:

R_{m,t} : *Return* harian pasar pada periode t

P_{i,t} : Indeks Harga Saham Gabungan pada periode t

P_{i,t-1} : Indeks Harga Saham Gabungan pada periode t-1

b. Menghitung *unexpected earning* (UE)

Pendapatan tidak terduga dapat merujuk pada perbedaan antara margin yang diinginkan dengan margin aktual. Hal ini pasar akan merespons terhadap pengungkapan laba. Rumus untuk menghitung UE sebagai berikut:

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

Keterangan:

E_{i,t} : Laba Per Saham (EPS) Perusahaan I pada periode t

E_{i,t-1} : Laba Per Saham (EPS) Perusahaan I pada periode t-1

c. Menghitung ERC menggunakan rumus:

$$CAR_{i,t} = \alpha + \beta(UE_{i,t}) + \varepsilon$$

Keterangan:

CAR : *Cumulative Abnormal Return*

α : Konstanta

β : Koefisien yang menunjukkan ERC

UE : *Unexpected Earning*

ε : *Error*

Variabel Independen

Earning Persistence

Menurut (Pradita & Sunarsih, 2023) Pengukuran *earning persistence* dapat dilakukan dengan menentukan laba sebelum pajak tahun berjalan dan laba sebelum pajak tahun sebelumnya dibagi dengan total aset tahun berjalan. Rumus untuk menghitung *earning persistence* menurut (Saragih et al., 2024) sebagai berikut:

$$EP = \frac{EBT_t - EBT_{t-1}}{TAt}$$

Keterangan:

EP : *Earning Persistence*
EBT_t : *Earning Before Tax* Tahun Berjalan
EBT_{t-1} : *Earning Before Tax* Tahun Sebelumnya
TAt : Total Aset Tahun berjalan

Leverage

Pengukuran tingkat *leverage* dapat menggunakan *debt to equity ratio* (DER). Pengukuran menggunakan DER dapat mencerminkan proporsi total liabilitas dengan membagi total ekuitas keseluruhan perusahaan. Rumus DER menurut (Sipahutar et al., 2023) sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Profitability

Untuk mengukur kemampuan perusahaan tersebut pengukuran dapat menggunakan ROA untuk melihat bagaimana perusahaan dalam memperoleh laba dari total aset perusahaan yang dimiliki. Berikut rumus untuk mencari nilai ROA menurut (Nabila Zaina Aiffa & Isyfa Fuhrotun Nadhifah, 2024) yaitu:

$$ROA = \frac{\text{Net ProCit}}{\text{Total Aset}}$$

Firm Size

Firm size merupakan parameter dari total aset yang dikelola perusahaan secara maksimal. Total aset akan diubah ke logaritma natural untuk menentukan *firm size*. Rumus untuk menghitung *firm size* menurut (Kusumawati et al., 2023) yaitu:

$$FS = \ln (\text{Total Aset})$$

Keterangan:

FS : *Firm Size*
Ln : Logaritma Natural

Pada penelitian ini pengujian yang digunakan adalah uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas menggunakan CLT, uji multikolinearitas menggunakan tolerance dan VIF, uji autokorelasi menggunakan uji run tes dan uji heteroskedastisitas menggunakan uji spearman-Rho. Untuk analisis regresi linear berganda terdiri R square, uji F dan uji T. Dalam penelitian ini, bentuk persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$ERC = \alpha + \beta_1 EP + \beta_2 L + \beta_3 P + \beta_4 FS + \varepsilon$$

Keterangan:

ERC : *Earning Response Coefficient*

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

EP : *Earning Persistence*

L : *Leverage*

P : *Profitability*

FS : *Firm Size*

ε : Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif memberikan gambaran umum tentang variabel-variabel yang diujikan. Berikut tabel 1 di bawah:

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
ERC	178	-0,387	0,370	-0,00031	0,134142
Earning Persistence	178	-0,094	0,141	0,01603	0,042855
Leverage	178	0,046	2,476	0,68464	0,520613
Profitability	178	0,000	0,222	0,07646	0,052049
Firm Size	178	24,807	32,860	28,92625	1,840145
Valid N (listwise)	178				

Dari hasil tabel di atas dengan jumlah sampel 178 diperoleh kesimpulan beberapa variabel. Dari nilai rata-rata yang didapat oleh ERC yaitu -0,031%, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2021 hingga tahun 2023 perusahaan sektor barang konsumen baik primer maupun non-primer rata-rata mengalami penurunan respons pasar atas margin perusahaan yang dipublikasikan. Dari nilai rata-rata yang diperoleh *earning persistence* sebesar 1,603% dapat diinterpretasikan bahwa pada tahun 2021-2023 perusahaan barang konsumen baik primer maupun non-primer mengalami peningkatan dalam mempertahankan laba yang konsisten dan stabil dari tahun ke tahun sebesar 1,603%.

Nilai rata-rata *leverage* pada perusahaan barang konsumen primer maupun non-primer mampu mencukupi kebutuhan seluruh liabilitasnya sebesar 68,464%. Selain itu, setiap 0,68646 rupiah liabilitas entitas akan ditanggung satu rupiah dari ekuitas entitas. Nilai rata-rata *profitability* yang diperoleh sebesar 7,646% dapat diinterpretasikan bahwa pada tahun 2021-2023 rata-rata perusahaan barang konsumen primer maupun non-primer memiliki kemampuan untuk memperoleh keuntungan bersih sebesar 7,646% dari total aset yang dimiliki. Sedangkan nilai rata-rata yang diperoleh jumlah total aset rata-rata perusahaan barang konsumen primer dan non-primer pada tahun 2021-2023 sebesar Rp 3.651.831.724.606.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada penelitian ini pengujian yang digunakan untuk uji normalitas adalah uji CLT atau *Central Limit Theorem*. Uji CLT menggunakan asumsi jika sampel penelitian berjumlah lebih dari 30 sampel maka dianggap telah terdistribusi secara normal. Pada pengujian ini sampel yang digunakan berjumlah 246 sampel > 30 sampel, sehingga data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil *output* SPSS dari uji *tolerance* dan VIF semua variabel independen yang menghasilkan nilai VIF ≤ 10 serta nilai *tolerance* $\geq 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan pada penelitian ini tidak terjadi multikoliniearitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi menggunakan uji *run test* yang menghasilkan nilai sebesar 0,652. Model regresi tidak terjadi autokorelasi karena nilai sig 2-tailed 0,652 > 0,05. Dari hasil di atas maka pengujian *run test* lolos dari adanya autokorelasi pada variabel-variabel.

Uji Heteroskedastisitas

Pada pengujian ini menggunakan uji Spearman-Rho. Dari semua variabel independen yang ada diperoleh nilai signifikansi lebih besar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen tidak mengalami masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficient	
	B	Std. Error
(Constant)	0,023	0,157
<i>Earning Persistence</i>	-0,778	0,271
<i>Leverage</i>	0,009	0,020

Profitability	-0,118	0,223
Firm Size	0,000	0,005

Berdasarkan dari tabel 2 di atas dapat dilihat hasil dari perhitungan regresi linear yang nilai tersebut dapat dibuat rumus persamaan regresi untuk melengkapi hasil dalam penelitian sebagai berikut:

$$ERC = 0,023 - 0,778EP + 0,009L - 0,118P + 0,000FS + \varepsilon$$

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3. Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,279	0,078	0,056

Berdasarkan tabel 3 di atas ditunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan dari pengujian Adjusted R² sebesar 0,056. Dari hasil tersebut, maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel *earning persistence*, *leverage*, *profitability* dan *firm size* berpengaruh terhadap variabel *earning response coefficient* sebesar 5,6% sedangkan sisanya 94,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 4. Uji F

Model	F	Sig.
Regression	3,637	0,007 ^b

Berdasarkan tabel 4 di atas didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,007. Nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ artinya hipotesis diterima. Dari hasil tersebut, maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel *earning persistence*, *leverage*, *profitability* dan *firm size* secara simultan berpengaruh terhadap variabel *earning response coefficient* dan karena memenuhi syarat penelitian ini dikategorikan layak.

Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 5. Uji T

Variabel	Sig.	Syarat <	Keterangan
<i>Earning Persistence</i> (H ₁)	0,005	0,05	Diterima
<i>Leverage</i> (H ₂)	0,641	0,05	Ditolak
<i>Profitability</i> (H ₃)	0,615	0,05	Ditolak
<i>Firm Size</i> (H ₄)	0,959	0,05	Ditolak

Dari hasil tabel 5 di atas diperoleh hasil dan interpretasi sebagai berikut:

- a. Variabel *earning persistence* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,005. Nilai signifikansi 0,005 kurang dari 0,05 maka hipotesis ini diterima atau H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *earning persistence* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *earning response coefficient*.
- b. Variabel *leverage* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,641. Nilai signifikansi 0,641 kurang dari 0,05 maka hipotesis ini ditolak atau H2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel *earning response coefficient*.
- c. Variabel *profitability* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,615. Nilai signifikansi 0,615 lebih dari 0,05 maka hipotesis ini ditolak atau H3 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *profitability* tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel *earning response coefficient*.
- d. Variabel *firm size* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,959. Nilai signifikansi 0,959 lebih dari 0,05 maka hipotesis ini ditolak atau H4 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *firm size* tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel *earning response coefficient*.

Pembahasan

1. *Earning persistence* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC)

Pada hasil penelitian ini *earning persistence* berpengaruh terhadap ERC dikarenakan pembagian deviden menjadi penyebab terjadinya fluktuasi dari harga saham. Jika sebuah perusahaan mampu mempertahankan keuntungan yang diperolehnya terus menerus dari periode ke periode, maka akan meningkatkan nilai *earning response coefficient*. *Earning persistence* merupakan dampak dari pengembangan keuntungan yang ingin dicapai secara konsisten di masa depan yang dikaitkan dengan volatilitas harga saham. Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan jika adanya pengembangan terhadap margin perusahaan akan meningkatkan harga saham perusahaan tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Lafasya et al., (2023), Herlin Tundjung, (2020) dan (Ramadanti & Rahayu, 2019) yang menyimpulkan bahwa *earning persistence* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC).

2. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC)

Pada hasil penelitian ini *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC). Hal ini kemungkinan terjadi sebab para investor berasumsi jika sebuah perusahaan memiliki kredit dari pihak eksternal perusahaan, maka menimbulkan utang dari pendanaan kredit tersebut. Dengan kondisi utang yang lebih tinggi daripada nilai ekuitas perusahaan akan menyebabkan naiknya nilai *leverage* pada perusahaan tersebut. Hal ini membuat para investor cenderung kurang berminat dan percaya akan informasi laba akuntansi yang diumumkan perusahaan karena semakin besar

nilai *leverage* suatu perusahaan maka semakin besar juga risiko yang ditanggung perusahaan dimasa depan.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Ekawati & Yanti, 2022), (Septiano et al., 2022) dan (Nabila Zaina Aiffa & Isyfa Fuhrotun Nadhifah, 2024) yang menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC).

3. *Profitability* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC)

Pada hasil penelitian ini *profitability* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC). Hal ini membuktikan bahwa nilai *profitability* yang diproksikan ROA tidak menjadi acuan dalam mengambil keputusan investasi bagi para investor dan calon investor. Para investor menganggap bahwa nilai dari *profitability* yang diwakilkan ROA akan menggambarkan tingkat *return* aset yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini bukan menjadi fokus utama para investor dalam berinvestasi melainkan para investor akan berfokus pada tingkat *return* yang akan didapatkan dari investasi pada perusahaan tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian Sasongko et al., (2020), Jamaludin Iskak, (2020) dan Kusumawati et al., (2023) yang menyimpulkan bahwa *profitability* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC).

4. *Firm size* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC)

Pada hasil penelitian ini *firm size* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC). Hal ini bisa terjadi sebab para investor dan calon investor akan berasumsi jika ukuran besar kecilnya perusahaan yang akan ditanami modal belum tentu memiliki laba yang sama seperti ukuran perusahaan tersebut. Ada kemungkinan perusahaan dengan ukuran besar tidak selalu memberikan keuntungan yang tinggi juga, sebaliknya perusahaan dengan ukuran kecil pasti memiliki kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang besar untuk investor-investornya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Indah Sari & Rokhmania, (2020), Rachma, (2022) dan D. Dewi, (2020) yang menyimpulkan bahwa *firm size* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC).

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian diatas, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Earning persistence* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC). Perusahaan yang mampu mempertahankan keuntungan yang diperoleh dari waktu ke waktu akan menarik perhatian pasar dalam merespon keuntungan tersebut. Dengan besar kecilnya nilai *earning persistence* dapat mempengaruhi respon pasar sehingga berpengaruh terhadap ERC.

2. Tingkatan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC). Para investor dalam mengambil keputusan sebelum menanamkan modalnya tidak terlalu mengamati tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya *leverage* pada sebuah perusahaan tidak mempengaruhi ERC.
3. *Profitability* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC). Hal ini tidak menjadi dasar pengambilan keputusan dalam berinvestasi para investor karena mereka beranggapan jika *profitability* yang diprosikan ROA hanya memperlihatkan pengembalian aset bukan laba yang diinginkan investor. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan nilai *profitability* yang besar ataupun kecil tidak berpengaruh terhadap ERC.
4. Tolok ukur *firm size* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* (ERC). Para investor lebih memperhatikan perusahaan yang memiliki laba yang stabil tiap tahunnya dibandingkan besar kecilnya ukuran perusahaan tersebut. Maka dapat disimpulkan besar kecilnya ukuran dari sebuah perusahaan tidak dapat mempengaruhi nilai ERC.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. W., Putri, W. A. P., & Permatasari, W. D. (2020). Profitability, Leverage, Firm Size, Liquidity, and Total Assets Turnover on Liquidity, and Total Assets Turnover on Real Earning Management (An Empirical Real Earning Management (An Empirical Study on the Mining Company Classification Study on the Minin. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 129–140. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v5i2.12403>
- Alang, T., Saraswati, E., & Andayani, W. (2023). Determination Of Earning Response Coefficient with Corporate Social Responsibility Disclosure as a Moderating Variable. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 27(3), 409–423. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i3.10656>
- Anisa Navin, & Suwarno Suwarno. (2024). Pengaruh Growth Opportunities, Konservatisme Akuntansi dan Ukuran Perusahaan terhadap Earning Response Coefficient. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global*, 1(3), 288–311. <https://doi.org/10.61132/aeppg.v1i3.403>
- Ashma', F. U., & Rahmawati, E. (2019). Pengaruh Persistensi Laba, Book Tax Differences, Investment Opportunity Set dan Struktur Modal Terhadap Kualitas Laba dengan Konservatisme Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2017). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 206–219. <https://doi.org/10.18196/rab.030246>
- Assagaf, A., & Tyas, A. M. (2021). D. Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Earning Response Coefficient Yang Dimoderasi Oleh Accruals Earning Management: Studi Empiris Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. *Economics*

and Sustainable Development, 6(2), 38.
<https://doi.org/10.54980/esd.v6i2.157>

- Darmawan, O. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Profitabilitas, dan Persistensi Laba Terhadap Earning Response Coefficient The Effect of Firm Size, Capital Structure, Profitability, and Earning Persistence on Earning Response Coefficient (Empirical Study o. *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 1(2), 353–367.
- Dewi, D. (2020). Pengaruh Akuntansi Konservatif, Ukuran Perusahaan, Default Risk, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba. *Jurnal Riset Mahasiswa (BRAINY)*, 1(2), 8.
- 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>
- Hakim, M. Z., Nurlaila, N., Basuki, Hamdani, Mikrad, & Chanifah, S. (2023). Pengaruh Growth, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Earning Response Coefficient (ERC) Pada Sektor Energi Di Indonesia. *Jurnla EKonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 444–454.
- Herlin Tundjung, E. S. C. (2020). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Persistensi Laba, Dan Risiko Sistematis Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(4), 1479. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i4.9326>
- Immanuel, A. M. (2021). Effect of CSR, Financial Distress, and Corporate's Growth on Earning Response Coefficient. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 13(2), 362–374.
<https://doi.org/10.17509/jaset.v13i2.39621>
- Indah Sari, R. T., & Rokhmania, N. (2020). The effect of company size, company growth, earning growth, and capital structure on earning response coefficient. *The Indonesian Accounting Review*, 10(1), 83–94.
<https://doi.org/10.14414/tiar.v10i1.1773>
- Jamaludin Iskak, C. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Growth Opportunities, Dan Firm Size Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(3), 1286. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i3.9556>
- Kusumawati, E., Wahyuningtyas, A. P., & Sari, S. P. (2023). The Effect of Growth Opportunity, Profitability, CSR, Firm Size, And Leverage on Earning Response Coefficient. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 7(3), 309–320.
<https://doi.org/10.23917/reaksi.v7i3.22028>
- Lafasya, K., Anggreani, V., Hendarto, K., & Meiden, C. (2023). Meta Analisis: Pengaruh Persistensi Laba, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Earning Responses Coefficient. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Malahayati (JRAMM)*, 12(3), 241–248. <https://doi.org/10.33024/jur.jeram.v12i3.8474>

- Maskanah, S., & Arif, A. (2024). MENGUKUR KUALITAS LABA : PERAN PERSISTENSI LABA DALAM STABILITAS KEUANGAN PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN DI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 1199–1208.
- Nabila Zaina Aiffa, & Isyfa Fuhrotun Nadhifah. (2024). Pengaruh Firm Size, Leverage, Dan Profitability Terhadap Earning Response Coefficient. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(2), 90–105. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i2.350>
- Pandana, B. P., & Santioso, L. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi ERC Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(4), 1643–1652. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i4.21397>
- Pradita, R. I., & Sunarsih, S. (2023). Empirical Study of Earning Response Coefficient (Erc) in Consumer Goods Sector Companies. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 4(1), 34–50. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v4i1.24650>
- Rachma, N. (2022). Hubungan Struktur Modal (Leverage) Dan Ukuran Perusahaan (Firm Size) Terhadap Earning Response Coefficient Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2014-2015. *IMPREST : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 31–37. <https://doi.org/10.37476/imprest.v1i1.2974>
- Ramadanti, A. D., & Rahayu, Y. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Persistensi Laba terhadap Earning Response Coefficient (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(3), 1–17.
- Saragih, T., Widiyati, D., & Kee, S. (2024). INVESTIGATING THE DETERMINANTS OF EARNING RESPONSE COEFFICIENT IN INDUSTRIAL SECTOR: PANEL DATA ANALYSIS. *International Journal of Contemporary Accounting*, 6(1), 1–14.
- Sasongko, N., Kuning Puspawati, R., & Wijayanto, K. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size, Profitability, and Leverage On Earning Response Coefficient (ERC) (An Empirical Study of Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2015-2018). *JURNAL Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 21–35. <http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/index>
- Septiano, R., Nugraha Arifin, F., & Sari, L. (2022). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap earning response coefficient. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 193–202. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.28>
- Sipahutar, R. D., Yusrizal, Y., & Bi Rahmani, N. A. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Earning Response Coefficient (ERC) pada PT BSI Tbk. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3307–3325. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.1067>
- Sugiyanto, E., Trisnawati, R., & Kusumawati, E. (2021). Corporate Social Responsibility and Firm Value with Profitability, Firm Size, Managerial

Ownership, and Board of Commissioners as Moderating Variables. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 6(1), 18–26.
<http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/index>