

**Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earnings Response Coefficient* :
Studi Empiris Pada Emiten Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2007 - 2009**

Skripsi

**Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar
Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang**

Oktaviani

07.60.0004

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang**

2012

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah semakin luas pengungkapan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan perusahaan dapat menyebabkan turunnya *value relevance* informasi laba yang diproksi dengan ERC (*Earnings Response Coefficient*). ERC dapat digunakan sebagai alternatif untuk mengukur *value relevance* informasi laba. Semakin rendah ERC menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi para investor. Dalam penelitian ini, digunakan lima variabel kontrol yang berpengaruh terhadap berbedanya respon pasar terhadap informasi laba yaitu : risiko sistematis (*beta*), struktur modal (*leverage*), persistensi laba, *growth opportunities*, dan ukuran perusahaan (*informativeness of price*). Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2007-2009 yang telah disesuaikan dengan kriteria penelitian. Pengujian menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan uji t, diperoleh hasil bahwa luas pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC.

Kata kunci : *corporate social responsibility*, CSR, laba, *earnings response coefficient*, ERC, *leverage*, *size*, *growth*, persistensi laba, *beta*.

