

PENGARUH EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT (ERC) TERHADAP HARGA SAHAM

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)

**Ratna Wijayanti Daniar Paramita
Ery Hidayanti**

ABSTRACT

Salah satu sumber kemampuan harga saham dalam memprediksi laba perusahaan masa datang adalah dengan informasi yang terefleksi pada ekspektasi pasar. Laba akuntansi pada suatu periode menunjukkan: 1) dampak dari transaksi perdagangan selama periode fiskal yang menghasilkan kas (seperti penjualan tunai dan perubahan piutang), 2) dampak dari aktivitas periode yang lalu (seperti biaya penyusutan dan harga pokok penjualan), dan 3) dampak dari pengeluaran untuk investasi masa yang akan datang.

Penelitian ini dirancang untuk menjelaskan pengaruh variabel dependen berupa *Comulative Abnormal Return (CAR)* dan variabel independen *Unexpected Earning (UE)*. CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respon pasar terhadap laba akuntansi yang dipublikasikan. UE merupakan proksi laba akuntansi yang menunjukkan hasil kinerja keuangan perusahaan selama periode tertentu. Variabel independen lainnya adalah harga saham perusahaan. Model yang digunakan adalah model yang menghitung *Earning Response Coefficient (ERC)* sekaligus mencari hubungan antara *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap harga saham.

Penelitian ini meneliti 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2007-2011. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa *Earning Response Coefficient (ERC)* tidak dapat memprediksi harga saham perusahaan.

Kata kunci: *Earning Response Coefficient (ERC)*, *Comulative Abnormal Return (CAR)*, *Unexpected Earning (UE)*

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang diharapkan meningkat oleh para investor adalah laba perusahaan. Semakin tinggi laba perusahaan maka semakin besar pula pendapatan per lembar saham yang diperoleh para investor. Laporan laba sebagai produk informasi yang dihasilkan perusahaan, tidak terlepas dari

proses penyusunannya. Proses penyusunan laporan ini melibatkan pihak pengurus dalam pengelolaan perusahaan, di antaranya adalah pihak manajemen, dewan komisaris, dan pemegang saham. Kebijakan dan keputusan yang diambil oleh mereka dalam rangka proses penyusunan laporan keuangan terutama laba

akan menentukan kualitas laba. Laba yang memiliki kemampuan untuk memberikan respon (*power of response*) kepada pasar menunjukkan kualitas laba, yang diukur dengan *ERC*. Laba yang tidak menunjukkan informasi yang sebenarnya tentang kinerja manajemen dapat menyesatkan pihak pengguna laporan.

Studi yang dilakukan oleh Beaver dkk (1969) menunjukkan bahwa laba memiliki kandungan informasi yang tercermin dalam harga saham. Sedangkan Lev dan Zarowin (1999) dalam Etty (2008) menggunakan *Earning Response Coefficient (ERC)* sebagai alternatif untuk mengukur *value relevance* informasi laba. Rendahnya *Earning Response Coefficient (ERC)* menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi.

Salah satu sumber kemampuan harga saham dalam memprediksi laba perusahaan masa datang adalah dengan informasi yang terefleksi pada ekspektasi pasar. Laba akuntansi pada suatu periode menunjukkan: 1) dampak dari transaksi perdagangan selama periode fiskal yang menghasilkan kas (seperti penjualan tunai dan perubahan piutang), 2) dampak dari aktivitas periode yang lalu (seperti biaya penyusutan dan harga pokok penjualan), dan 3) dampak dari pengeluaran untuk investasi masa yang akan datang.

Dalam manajemen keuangan sering dilakukan penelitian mengenai hubungan antara return saham dengan laba untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan keduanya. Penelitian untuk masalah ini banyak yang menggunakan angka laba sebagai variabel yang dependen yang diregresikan dengan *return* saham sebagai variabel independen yang dihitung dengan berbagai metode. Selain menggunakan angka laba, ada juga metode lain yang bisa digunakan untuk mengukur laba, yaitu dengan menggunakan variabel *Earning Response Coefficient (ERC)*. Kuatnya

reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tingginya koefisien respon laba (*Earnings Response Coefficient*) atau *ERC*. Jika laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*), maka menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas.

Berawal dari penelitian yang dilakukan oleh Beaver dkk (1969), sejak tahun 1980 berkembang penelitian yang mengamati beberapa faktor yang mempengaruhi volatilitas dan besaran koefisien respon laba. Penelitian tentang *Earning Response Coefficient (ERC)* selalu dikaitkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *ERC*. Beberapa faktor yang diidentifikasi mempengaruhi perilaku koefisien respon laba yaitu risiko sistematis (Collins dan Kothari, 1989; Lipe, 1990), pertumbuhan (Collins dan Kothari, 1989), persistensi laba (Kormendi dan Lipe, 1987; Collins dan Kothari, 1989; Lipe, 1990), ukuran perusahaan (Collins, Kothari, dan Rayburn, 1987), Cho dan Jung (1991) melakukan meta analisis mengenai teori dan bukti empiris atas koefisien respon laba. Analisis yang dilakukan meliputi kerangka teoritis, isu metodologi, dan studi empiris atas koefisien respon laba.

Hal-hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya informasi laporan keuangan yang berkualitas, dan pasar merespon informasi tersebut dengan baik pula.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS Teori Keagenan

Teori keagenan (*Agency theory*) merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (*prinsipal*) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (*agensi*) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak

kerja sama.

Scott (2000) menyatakan bahwa perusahaan mempunyai banyak kontrak, misalnya kontrak kerja antara perusahaan dengan para manajernya dan kontrak pinjaman antara perusahaan dengan krediturnya. Kontrak kerja yang dimaksud adalah kontrak kerja antara pemilik modal dengan manajer perusahaan. Dimana antara *agent* dan *principal* ingin memaksimalkan *utility* masing-masing dengan informasi yang dimiliki.

Manajemen merupakan agen dari pemegang saham, sebagai pemilik perusahaan. Para pemegang saham berharap agen akan bertindak atas kepentingan mereka sehingga mendelegasikan wewenang kepada agen. Untuk dapat melakukan fungsinya dengan baik, manajemen harus diberikan insentif dan pengawasan yang memadai. Pengawasan dapat dilakukan melalui cara-cara seperti pengikatan agen, pemeriksaan laporan keuangan, dan pembatasan terhadap keputusan yang dapat diambil manajemen. Kegiatan pengawasan tentu saja membutuhkan biaya yang disebut dengan biaya agensi (*agency cost*). Biaya agensi adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan pengawasan manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak konsisten sesuai dengan perjanjian kontraktual perusahaan dengan kreditor dan pemegang saham. (Horne, 2005: 482)

Jensen dan Meckling (1976) telah mengembangkan suatu perlakuan analitis terhadap hubungan manajer dan pemilik. Dalam temuannya, ada konflik kepentingan jika seorang manajer memiliki saham yang lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah saham perusahaan, yang menimbulkan *agency problem*. Kepemilikan sebagian menyebabkan manajer tidak mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan kemakmuran pemilik untuk mengatasi *agency problem* ini dibutuhkan tambahan biaya yang disebut *agency cost*.

Signaling Theory dan Asimetri Informasi

Signaling theory membahas permasalahan mengenai Asimetri informasi. Teori ini didasarkan pada premis bahwa manajer dan pemegang saham tidak mempunyai akses informasi perusahaan yang sama. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajer, sedangkan pemegang saham tidak tahu informasi tersebut. Jadi, ada informasi yang tidak simetri (*asymmetric information*) antara manajer dan pemegang saham. Akibatnya, ketika struktur modal perusahaan mengalami perubahan, hal itu dapat membawa informasi kepada pemegang saham yang akan mengakibatkan nilai perusahaan berubah. Dengan kata lain, terjadi pertanda atau sinyal (*signaling*).

Asimetri informasi terjadi ketika terdapat ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh satu pihak dengan pihak yang lain. Teori keagenan (*agency teori*) mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal. Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Jadi, asimetri informasi timbul karena satu pihak memiliki pengetahuan yang tidak dimiliki oleh pihak lain. Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar. Dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk.

Teori Pasar Efisien

Dalam konteks ini yang dimaksud dengan pasar adalah pasar modal (*capital market*) dan pasar uang. Suatu pasar dikatakan efisien apabila tidak seorangpun, baik investor individu maupun investor institusi, akan

mampu memperoleh return tidak normal (abnormal return), setelah disesuaikan dengan risiko, dengan menggunakan strategi perdagangan yang ada. Artinya, harga-harga yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada atau "stock prices reflect all available information". Ekspresi yang lain menyebutkan bahwa dalam pasar yang efisien harga-harga aset atau sekuritas secara cepat dan utuh mencerminkan informasi yang tersedia tentang aset atau sekuritas tersebut.

Fama (1970) mengategorikan hipotesis pasar efisien menjadi tiga bentuk yakni pasar efisien lemah, pasar efisien setengah kuat, dan pasar efisien sangat kuat. Teori hipotesa pasar setengah kuat melandasi tentang value relevance informasi laba (pengaruh pengumuman laba terhadap reaksi investor). value relevance informasi laba membuktikan bahwa laba memiliki relevance value yang diketahui dari pengaruhnya terhadap reaksi investor yang digambarkan dalam harga saham. Semakin besar laba maka reaksi investor akan semakin tinggi. Untuk mengukur value relevance informasi laba atau untuk mengetahui hubungan laba terhadap retur saham dapat diukur menggunakan earning response coefficient (ERC).

Earnings Response Coefficient (ERC)

Kualitas laba dapat diindikasikan sebagai kemampuan informasi laba memberikan respon kepada pasar. Dengan kata lain, laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*). Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya *earnings response coefficients (ERC)*, menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. Scott (2000), Cho and Jung (1991) dalam Etty (2008) menyatakan bahwa *Earning Response Coefficient (ERC)*

mengukur seberapa besar return saham dalam merespon angka laba yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. Dengan kata lain *Earning Response Coefficient (ERC)* adalah reaksi atas laba yang diumumkan (*published*) oleh perusahaan. Reaksi ini mencerminkan kualitas dari laba yang dilaporkan perusahaan. Dan tinggi rendahnya *Earning Response Coefficient (ERC)* sangat ditentukan kekuatan responsif yang tercermin dari informasi (*good/ bad news*) yang terkandung dalam laba. *Earning Response Coefficient (ERC)* merupakan salah satu ukuran atau proksi yang digunakan untuk mengukur kualitas laba (Collins et al. 1984)

Pengertian Koefisien Respon Laba (*Earnings Response Coefficient*) menurut Cho dan Jung (1991) adalah sebagai berikut :

"Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap *return* saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi *abnormal returns* saham dan *unexpected earning*."

Pengaruh Earning Response Coefficient (ERC) terhadap harga saham

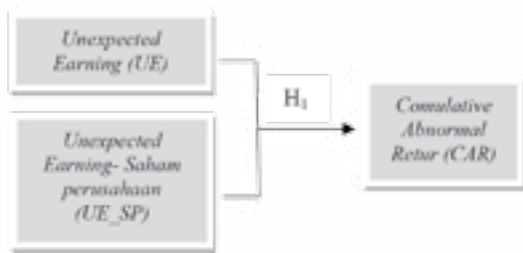
Penelitian yang menguji pengaruh koefisien respon laba terhadap harga saham dilakukan oleh Tan Kwang En (2002) yang menyimpulkan bahwa *Earning Response Coefficient (ERC)* tidak dapat menjelaskan harga saham dengan baik.

Kerangka Konseptual

Secara ringkas kerangka konseptual yang menjelaskan pengaruh *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap harga saham dapat dilihat pada gambar 1 berikut:

Gambar 1.

Kerangka Konseptual: Pengaruh *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap harga saham



Hipotesis

Berdasarkan bukti empiris atas hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan kerangka konseptual, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H₁: Terdapat pengaruh positif signifikan antara *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap harga saham.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menjelaskan pengaruh variabel dependen berupa *Cumulative Abnormal Return (CAR)* dan variabel independen *Unexpected Earning (UE)*. CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respon pasar terhadap laba akuntansi yang dipublikasikan. UE merupakan proksi laba akuntansi yang menunjukkan hasil kinerja keuangan perusahaan selama periode tertentu. Variabel independen lainnya adalah harga saham perusahaan. Model yang digunakan adalah model yang menghitung *Earning Response Coefficient (ERC)* sekaligus mencari hubungan antara *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap harga saham (Suwardjono, 1997).

Model yang digunakan dalam penelitian ini:

$$CAR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 UE_{it} + \alpha_2 UE_{it} SP_{it} + \epsilon_{it}$$

Dalam hal ini :

CAR_{it} = abnormal return kumulatif perusahaan i selama perioda pengamatan ±5 hari dari publikasi laporan keuangan

UE_{it} = *unexpected earnings*

SP_{it} = harga saham perusahaan

ε_{it} = komponen *error* dalam model atas perusahaan i pada perioda t.

Pengukuran Variabel

Cumulative Abnormal Return (CAR)

1. Menghitung variabel *Cumulative Abnormal Return (CAR)* dengan rumus:

$$CAR_{i(-5,+5)} = \sum_{t=-5}^{+5} AR_{it}$$

Dalam hal ini:

CAR_{i(-5,+5)} : *Comulative abnormal return* perusahaan i selama periode pengamatan kurang lebih 5 hari dari tanggal publikasi laporan keuangan. (5 hari sebelum, tanggal publikasi dan 5 hari setelah tanggal publikasi laporan keuangan)

AR_{it} : *abnormal return* perusahaan i pada hari t

(a) Dalam penelitian ini abnormal *return* dihitung menggunakan model sesuaian pasar (*market adjusted model*). Hal ini sesuai dengan Jones (1999) dalam Etty (2008) yang menjelaskan bahwa estimasi return sekuritas terbaik *return* pasar saat itu.

Abnormal return diperoleh dari:

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

Dalam hal ini:

CAR_{i,[t1,t2]} = *cumulative abnormal return* perusahaan i pada hari ke t, [t-5,t+5] adalah panjang interval *return* (periode akumulasi) dari t-5 hingga t+5

AR_{it} = *abnormal return* perusahaan i pada periode ke- t

R_{i,t} = *Return* perusahaan pada periode ke-t

R_{m,t} = *return* pasar pada periode ke-t

ε_{it} = standar error

Untuk memperoleh data *abnormal return*, terlebih dahulu harus mencari *Returns* saham harian dan *Returns* pasar harian.

Returns saham harian dihitung dengan rumus :

$$R_{it} = (P_{it} - P_{it-1}) / P_{it-1}$$

Dalam hal ini:

R_{it} = *returns* saham perusahaan i pada hari t

P_{it} = harga penutupan saham i pada hari t

P_{it-1} = harga penutupan saham i pada pada hari t-1.

Returns pasar harian dihitung sebagai berikut :

$$R_{m_t} = (IHS_{G_t} - IHS_{G_{t-1}}) / IHS_{G_{t-1}}$$

Dalam hal ini:

R_{m_t} = *returns* pasar harian

IHS_{G_t} = indeks harga saham gabungan pada hari t

$IHS_{G_{t-1}}$ = indeks harga saham gabungan pada hari t-1.

(b) *Unexpected Earnings* sebagai variabel independen yang diperhitungkan dengan model random walk.

Unexpected Earnings (UE) diartikan sebagai selisih laba akuntansi yang direalisasi dengan laba akuntansi yang diharapkan oleh pasar. *Unexpected Earning (UE)* diukur sesuai dengan penelitian Kalaapur (1994) dalam Novianty (2008) :

$$UE_{it} = \frac{(EPS_{it} - EPS_{it-1})}{P_{it-1}}$$

Dalam hal ini:

UE_{it} : *unexpected earnings* perusahaan i pada periode t

EPS_{it} : *earnings per share* perusahaan i pada periode t

EPS_{it-1} : *earnings per share* perusahaan i pada periode t-1 sebelumnya

P_{it-1} : harga saham sebelumnya

(c) Harga saham perusahaan

$$SP_{it} = \frac{(SP_{it} - SP_{it-1})}{SP_{it-1}}$$

Dalam hal ini:

SP_{it} adalah harga saham perusahaan i pada

periode t

SP_{it-1} adalah harga saham perusahaan i pada periode sebelum t

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi tidak langsung yaitu teknik dokumenter data sekunder, berupa pengambilan data laporan keuangan, data laporan tahunan, data harga pasar saham dan indeks harga saham gabungan (IHS) yang diperoleh melalui BEI di Pojok BEI Universitas Jember.

Selanjutnya data yang diperoleh dilakukan evaluasi dengan cara *cross sectional approach* dan *time-series analysis*. *Cross Sectional Approach* yaitu suatu cara mengevaluasi dengan jalan membandingkan dengan perusahaan lain, sedangkan cara *time-series analysis* melakukan evaluasi dengan jalan membandingkan laporan keuangan perusahaan dari satu periode dengan periode lainnya.

Rencana Analisis Data

Sebelum melakukan regresi data, dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik yang meliputi multikolonieritas, heterokedasitas dan autokorelasi. Setelah semua asumsi klasik terpenuhi selanjutnya model akan diregresikan secara keseluruhan (multivariat).

Teknik analisis data yang digunakan adalah mengestimasi data dengan menggunakan regresi berganda.

Kriteria yang digunakan untuk perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang nyata (signifikan) antar variabel

H_1 : Ada pengaruh yang nyata (signifikan) antar variabel.

Hipotesis diuji dengan mengevaluasi tingkat signifikan nilai F. Jika F adalah signifikan maka *Earning Response Coefficient*

(ERC) berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

HASIL PENGUJIAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Hasil pengujian menunjukkan nilai VIF (*variance inflation factor*) pada kedua variabel bebas sama sebesar 1,038. Karena nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa efek multikolonieritas bukan masalah berarti dalam perhitungan.

2. Uji heterokedastisitas

Hasil pengamatan dengan menggunakan grafik *scatterplot* terlihat pola yang menyebar dan tidak menunjukkan pola yang jelas. Hal ini berarti bahwa pada model regresi tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji autokorelasi

Hasil pengolahan data diperoleh nilai Durbin-Watson hitung sebesar 1,805. Nilai tersebut selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai Durbin-Watson tabel untuk n=100 dan k=2 diperoleh $d_L = 1,2837$ dan $d_U = 1,5666$. Dan menurut kriteria ($d_U < d_w < 4 - d_U$) nilai d'_{hitung} terletak antara $1,5666 < d'_{hitung} < 4 - 1,5666$ atau $1,5666 < d'_{hitung} < 2,4334$, maka dapat disimpulkan dalam model tidak terdapat gejala autokorelasi.

Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda (multiple regression analysis) SPSS versi 18.0 secara garis besar hasilnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 2

Persamaan regresi berganda untuk model pe-

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Dubin-Watson
1	,057 ^a	,003	-,017	,15191	1,805

a. Predictors: (Constant), UE_SP, UE
b. Dependent Variable: CAR

Tabel 3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,007	2	,004	,157	,855 ^a
	Residual	2,238	97	,023		
	Total	2,246	99			

a. Predictors: (Constant), UE_SP, UE
b. Dependent Variable: CAR

Tabel 4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,034	,017		2,000	,048
	UE	,021	,006	,039	,375	,708
	UE_SP	-,008	,006	-,050	-,481	,632

a. Dependent Variable: CAR

nelitian ini sebagai berikut:

$$CAR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 UE_{it} + \alpha_2 UE_{it} SP_{it} + \epsilon_{it}$$

Atau:

$$Y = 0,034 + 0,021x_1 - 0,008x_2 + \epsilon_{it}$$

Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan tentang adanya pengaruh searah yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen, dan sebaliknya.

Sedangkan untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 5,7%. Hal itu mengandung arti bahwa pengaruh *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap harga saham perusahaan adalah sebesar 5,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 0,157 dan memiliki nilai *p-value* $0,855$ pada tingkat signifikan (α) 5% atau 0,05.

Sesuai dengan kriteria pengujian apabila *p-value* 0,855 jauh lebih besar dari 0,05 yang artinya model regresi tidak dapat dipakai untuk memprediksi harga saham atau tidak ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap

harga saham perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tan Kwang En (2002) yang memberikan kesimpulan bahwa *Earning Response Coefficient (ERC)* tidak dapat memprediksi harga saham perusahaan.

Pembahasan

Seringkali pasar dapat merespon kondisi-kondisi yang diterjadi di pasar modal dengan baik dan memakai koefisien respon laba untuk melihat kualitas laba. Artinya bahwa *Earning Response Coefficient (ERC)* seharusnya dapat memprediksi harga saham perusahaan.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan kondisi yang seharusnya kemungkinan disebabkan oleh kurangnya variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu variabel yang memiliki pengaruh terhadap harga saham.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh antara *Earning Response Coefficient (ERC)* dan harga saham perusahaan atau dapat diartikan bahwa *Earning Response Coefficient (ERC)* tidak dapat memprediksi harga saham perusahaan.

Saran

Peluang untuk penelitian berikutnya sangat terbuka lebar diantaranya dengan menambah variabel independen atau variabel kontrol yang memiliki pengaruh terhadap harga saham, sehingga diharapkan hubungan variabel dapat dijelaskan.

Selain itu penelitian dapat dilakukan dengan periode yang berbeda, sehingga diharapkan hasil penelitian dapat menjelaskan dalam kondisi perekonomian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. Dan P. Zarowin. (1992) *Permanent vs. Transitory Components of Annual Earnings and Estimation Error in Earning Response Coefficients*. *Journal of Accounting and Economics*, 15, 249-64
- Ambarwati, Sri,. (2008) *Earnings Response Coefficient (ERC)*. *Akuntabilitas*, vol.7 no.2 hal:128-134
- Brigham, F Eugene and Joel F Houston. (2001) *Financial Management*. Edisi kedelapan, Jakarta. Erlangga.
- Chandrarin, G., (2002) *The Impact of Accounting Methods of Translation Gains (Losses) on the Earnings Response Coefficients*. *Proceeding Articles on SNA 5* 24-35.
- Cho, L.Y., and K. Jung. (1991). *Earnings Response Coefficients: A Synthesis of Theory and Empirical Evidence*. *Journal of Accounting Literature*, Vol.10. pp 85-116.
- Financial Accounting Standards Boards,. (2000) *Statement of Financial Accounting Concept Number 2: Qualitatif Characteristics of Accounting Information*. Stanford, Connecticut.
- Gultom, Corry. (2008) Pengaruh kebijakan *leverage*, kebijakan deviden dan *EPS* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* 47.
- Horne, Jemes. (2005) *Financial Manajemen, Prinsip-prinsip manajemen keuangan*. Salemba Empat.
- Kwan, Tan En. (2002) Pengaruh Koefisien Respon Laba Akuntansi Terhadap Harga Saham Dalam Masa Krisis Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, November 2002, Vol.2. No.1.

- Jensen-Meckling. (1976) *The Agency Theory Of The Firm : Managerial Behavior, Agency Cost And Ownership Structure Journal of Financial Economics 3 : 305-360*
- Murwaningsari, Etty. (2008) Beberapa faktor yang memengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC). *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) ke XI, Pontianak.*
- Samsul,Mohamad. (2006) Pasar modal dan manajemen portofolio. Erlangga, Jakarta
- Scott, William R., (2010) *Financial Accounting Theory. Second edition. Canada: PrenticeHall.*
- Susilowati, Christine,. (2008) Faktor-faktor penentu ERC. *Jurnal Ilmiah akuntansi Vol.7, November 2008 hlm 146-161.*