

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan memerlukan modal dalam menjalankan kegiatan usahanya. Ketersediaan modal yang cukup dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh modal yaitu melalui pasar modal. Di pasar modal, perusahaan dapat mengajak para investor untuk menanamkan modal atau investasinya di perusahaan tersebut. Investor biasanya melakukan penilaian cepat (*quick review*) terhadap suatu perusahaan melalui informasi laba yang biasanya tertera di dalam laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi keuangan yang disajikan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan informasi keuangan kepada pihak eksternal perusahaan (investor, kreditor, pemerintah dan lain-lain).

Salah satu unsur dalam laporan keuangan yang diperhatikan adalah laporan laba rugi. Laporan laba rugi memberikan informasi mengenai laba (*earning*) yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode. Laba merupakan indikator yang digunakan untuk menilai prestasi perusahaan melalui kinerja operasional perusahaan (Audina dkk, 2017). Perusahaan yang melaporkan laba yang tinggi akan mendapatkan respon baik dari para investornya. Hal ini dikarenakan para investor tersebut akan mendapatkan *return* dari setiap kepemilikan saham yang mereka miliki. Hal ini juga merupakan kabar baik bagi para kreditor, karena mereka merasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan pendapatan bunga dan pengembalian pokok pinjaman yang telah mereka berikan kepada perusahaan.

Untuk mengetahui kualitas laba yang baik dapat diukur menggunakan *earning response coefficient*. Menurut Scott (2009) dalam Aristawati dan Rasmini (2018) *earning response coefficient* adalah ukuran besaran *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut.

Laba yang dipublikasikan dapat memberikan respon bervariasi, yang menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Laba yang

dilaporkan memiliki kekuatan respon (Dewi dan Putra, 2017). *Earning response coefficient* suatu perusahaan yang tinggi menggambarkan kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan tersebut. Sebaliknya, rendahnya *earning response coefficient* suatu perusahaan menggambarkan bahwa lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan yang menunjukkan bahwa informasi laba yang dilaporkan kurang informatif atau tidak berkualitas.

Laba mempunyai tingkat konservatisme yang berbeda. Konservatisme merupakan reaksi kehati-hatian (*prudent reaction*) dalam menghadapi ketidakpastian yang terdapat pada perusahaan untuk memastikan bahwa ketidakpastian serta risiko yang melekat pada lingkungan bisnis sudah cukup dipertimbangkan (Ratna, 2004 dalam Natalia dan Ratnadi, 2017). Menurut Penman dan Zhang (2002) hubungan antara konservatisme akuntansi dan kualitas laba tergantung pada pertumbuhan investasi perusahaan. Praktik penerapan akuntansi adalah pilihan metode akuntansi ditujukan pada metode yang melaporkan laba dan aktiva cenderung lebih rendah atau hutang yang cenderung lebih tinggi. Kecenderungan tersebut terjadi karena konservatisme menganut prinsip memperlambat pengakuan pendapatan dan mempercepat pengakuan biaya (Chen, *et al*, 2014). Dapat disimpulkan bahwa konservatisme akuntansi cenderung mengantisipasi rugi daripada mengantisipasi laba.

Jika laporan keuangan disajikan sesuai dengan prinsip konservatisme, maka dipercaya dapat meningkatkan tingkat kehati-hatian para investor pada saat melakukan investasi di suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang menerapkan prinsip konservatisme ini tidak menyajikan laba di laporan keuangan yang *overstated*. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat ditarik yaitu praktik konservatisme akuntansi akan meningkatkan *earning response coefficient* suatu perusahaan.

Selain konservatisme akuntansi, profitabilitas juga dapat mempengaruhi reaksi investor dalam menilai laba perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Hasanzade, Darabi dan Mahfoozi, 2015) atau dapat dikatakan bahwa profitabilitas merupakan gambaran keuntungan yang didapatkan perusahaan selama tahun berjalan.

Semakin tinggi laba suatu perusahaan, maka profitabilitas yang dihasilkan perusahaan juga meningkat. Lalu jika dikaitkan dengan *earning response coefficient* maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi pula *earning response coefficient* perusahaan tersebut. Hal ini dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut (investasi).

Growth Opportunity atau kesempatan bertumbuh suatu perusahaan merupakan peluang pertumbuhan perusahaan di masa depan (M. Umar, 2006 dalam Ceacilia 2010) Perusahaan yang memiliki pertumbuhan laba yang baik menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan bertumbuh yang baik pula. Perusahaan yang terus bertumbuh dapat dengan mudah mendapatkan modal, yang merupakan sumber pertumbuhan perusahaan dari para investor. Maka dari itu, informasi laba suatu perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang baik memiliki kemungkinan akan mendatangkan respon positif dari para investor.

Pertumbuhan perusahaan dapat digambarkan oleh bertambahnya hasil penjualan perusahaan tersebut. Pemegang saham atau investor akan memberikan respon positif atas laba kepada perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang tinggi karena para pemegang saham atau investor tersebut berharap akan mendapatkan manfaat yang besar di kemudian hari. Respon pemegang saham terhadap informasi laba tercermin dari naiknya harga saham atau bertambahnya volume penjualan saham perusahaan tersebut (Chusnulia dkk, 2014). Dari pernyataan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa apabila perusahaan terus bertumbuh, akan menimbulkan respon positif dari para investor, yang secara tidak langsung akan menaikkan *earning response coefficient* perusahaan tersebut.

Salah satu fenomena terkait *earning response coefficient* yaitu terjadi ditahun 2016. Dilansir dari media *online* okefinance, PT. Astra International Tbk (ASII) mengalami penurunan kinerja keuangan pada periode 2015. Laba bersih PT. Astra International mengalami penurunan hingga 25%. Sepanjang 2015 ASII hanya mencatatkan laba bersih sebesar Rp 14,46 triliun dan mengalami penurunan dibandingkan periode 2014 yang mendapatkan laba sebesar Rp 19,19 triliun. Namun kenyataannya, penurunan pendapatan yang dialami oleh PT. Astra

International Tbk tidak terlalu mempengaruhi kinerja saham perusahaan. Buktinya, saham Astra masih mampu mengalami kenaikan sebesar 2% pada Jum'at 26 Februari 2016. Di hari itu, saham ASII naik 150 poin atau 2,33% ke Rp 6.575.

Fenomena selanjutnya terjadi pada tahun 2018. Dilansir dari media *online* bareksa, harga saham PT. Astra Otoparts Tbk (AUTO) mengalami kenaikan 15% menjadi Rp 1.890 dari sebelumnya Rp 1.640. Namun dari sisi kinerja laba perusahaan mengalami penurunan tipis sebesar 1.07% menjadi Rp 145,99 miliar dibandingkan dengan kuartal I 2017 yaitu sebesar Rp 147,57 miliar. Penyebab penurunan laba bersih dikarenakan naiknya beban pokok pendapatan 10.41% menjadi Rp 3,33 miliar pada kuartal I 2018, dibandingkan dengan beban pokok pendapatan pada kuartal I 2017 yang sebesar Rp 3,47 triliun.

Kedua fenomena diatas menandakan bahwa kedua perusahaan tersebut mendapatkan respon positif atau kabar baik. Fenomena ini tidak sejalan dengan pendapat yang mengatakan bahwa investor lebih memilih perusahaan yang mengalami profitabilitas. Penurunan laba bersih yang diiringi dengan kenaikan harga saham menandakan bahwa perusahaan mengalami peningkatan *earning response coefficient*.

Fenomena selanjutnya terjadi pada tahun 2017. Dilansir dari media *online* CNBC Indonesia, tahun 2017 adalah tahun menguntungkan bagi PT Astra Internasional Tbk (ASII). Hal ini dikarenakan PT. Astra Internasional Tbk (ASII) mengalami kenaikan laba bersih sebesar 24,55%. Namun kenaikan laba bersih ini ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap kenaikan harga saham PT. Astra Internasional Tbk (ASII). Saham emiten berkode ASII tersebut melemah 1,81% ke Rp 8.150 per unit. Saham perusahaan tersebut bahkan menyentuh titik terendahnya menjadi Rp 8.000 pada 22 Februari, beberapa hari sebelum kinerja keuangan dirilis. Berdasarkan analisis yang CNBC Indonesia lakukan, profitabilitas Astra masih terjaga, tetapi ada indikasi perseroan menghadapi tantangan lebih berat di industri otomotif tahun lalu, sehingga berujung pada kenaikan inventornya di tengah kenaikan kewajiban jangka pendeknya. Kenaikan laba Astra tersebut tidak diimbangi dengan kenaikan harga saham Astra. Hal ini menandakan bahwa Astra mendapatkan respon yang kurang baik dari para investor meskipun mengalami kenaikan laba bersih perusahaan.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas, perlunya dilakukan penelitian kembali mengenai *earning response coefficient* ini juga dikarenakan masih adanya kesenjangan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya masih belum konsisten atau yang biasa disebut dengan istilah *gap research*. Kesenjangan tersebut terlihat pada beberapa penelitian terdahulu, misalnya penelitian terkait konservatisme akuntansi yang dilakukan oleh Kiryanto (2014) dengan judul *Analysis of the Characteristic Audit Committee on Earning Quality* mengatakan bahwa konservatisme akuntansi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Abbas et al. (2014) serta penelitian yang dilakukan oleh Desiriyana dan Ratnadi (2017) yang menunjukkan bahwa konservatisme akuntansi berpengaruh signifikan negatif terhadap *earning response coefficient*.

Penelitian terkait profitabilitas pernah dilakukan oleh Hasanzade, Darabi dan Mahfoozi (2013) yang berjudul *Factors Affecting the Earnings Response Coefficient: An Empirical Stucy for Iran* menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap *earning response coefficient*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasanzade, Darabi dan Mahfoozi (2013), penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dan Purwanto (2017) mengatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*.

Penelitian Goenawan (2013) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gurendrawati (2015) yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara *growth opportunity* terhadap *earning response coefficient*. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Medi dan Vinola (2016) serta penelitian yang dilakukan oleh Bitu dan Zeymah (2016) menunjukkan hasil bahwa *growth opportunity* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *earning response coefficient*.

Berkaitan dengan objek penelitian yang akan diteliti, peneliti memilih untuk menggunakan jenis perusahaan manufaktur. Hal ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang telah diuraikan sebelumnya, yang menjelaskan bahwa fenomena tersebut terjadi pada perusahaan manufaktur. Alasan lainnya yaitu karena perusahaan

manufaktur merupakan perusahaan yang relatif besar dan informasi yang tersedia di pasar terkait perusahaan manufaktur cukup banyak.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Profitabilitas dan *Growth Opportunity* terhadap *Earning Response Coefficient*.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan *gap research* di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah konservatisme akuntansi berpengaruh terhadap *earning response coefficient*?
- b. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *earning response coefficient*?
- c. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- a. Pengaruh konservatisme akuntansi terhadap *earning response coefficient*;
- b. Pengaruh profitabilitas terhadap *earning response coefficient*;
- c. Pengaruh *growth opportunity* terhadap *earning response coefficient*.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh konservatisme akuntansi, profitabilitas dan *growth opportunity* terhadap *earning response coefficient*.

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi para investor mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi *earning response coefficient* seperti konservatisme akuntansi, profitabilitas dan *growth opportunity*

sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan para investor dalam melakukan transaksi investasi di pasar modal untuk mencapai efisiensi dalam penanaman saham yang dilakukan.

3. Bagi Perusahaan

Menambah informasi kepada perusahaan tentang seberapa besar tingkat *earning response coefficient*-nya dipengaruhi oleh konservatisme akuntansi, profitabilitas dan *growth opportunity* sehingga dapat menghasilkan informasi laba yang lebih berkualitas.

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan untuk pengembangan lebih lanjut bagi peneliti lain yang berminat untuk meneliti topik *earning response coefficient*.

