

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Di tengah kondisi global saat ini, bisnis investasi dan perkembangan pasar modal begitu pesat, sehingga memberikan dampak yang cukup besar pada persaingan perusahaan *go public*. Sebelum melakukan investasi, investor membutuhkan informasi yang relevan dalam mengambil keputusan. Informasi dalam kegiatan investasi yang dianggap relevan oleh para investor dalam mengambil keputusan adalah laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan mempunyai tujuan untuk menyediakan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi (Kartikahadi, 2016 hlm. 50). Laporan keuangan perusahaan diharapkan mampu mencerminkan kondisi keuangan perusahaan sesuai dengan kondisi riil sehingga dapat memberi informasi bagi investor dan calon investor guna mengambil keputusan yang terkait dengan investasi dana mereka.

Informasi laba merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang banyak mendapat perhatian. Informasi laba akan direspon oleh investor karena memberikan gambaran mengenai kinerja perusahaan. *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No.1 dalam Delvira & Nelvirita (2013) menyatakan bahwa laba memiliki manfaat untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan laba yang *representative* dalam jangka panjang, memprediksi laba dan menaksir risiko dalam investasi atau kredit. Laba yang diumumkan melalui laporan keuangan merupakan salah satu sinyal dari beberapa himpunan informasi yang tersedia bagi pasar modal (Delvira & Nelvirita, 2013). Informasi laba (rugi) dapat dikatakan bernilai jika publikasi atas informasi tersebut menyebabkan bergeraknya reaksi pasar.

Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perbedaan yang cukup besar antara *return* terjadi dengan *return* harapan pada saat pengumuman laba. Selisih antara laba harapan dan laba laporan (*actual return*) disebut laba kejutan (*unexpected*

*earnings*). Laba kejutan mempresentasikan informasi yang belum tertangkap oleh pasar sehingga pasar akan bereaksi pada saat pengumuman yang tercermin dari perubahan harga saham (*return*) perusahaan tersebut.

Penelitian Benston (1966), Ball & Bwown (1968) dalam Subagyo (2012) menemukan adanya hubungan yang signifikan antara pengumuman laba perusahaan dengan perubahan harga saham. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Beaver (1979) dalam Subagyo (2012) yang menunjukkan bahwa laba memiliki kandungan informasi yang tercermin dalam harga saham. Pada saat informasi perusahaan diumumkan mengandung laba, maka akan terjadi kecenderungan kenaikan harga saham, dan sebaliknya pada saat diumumkan jika perusahaan mengalami kerugian maka harga saham cenderung mengalami penurunan.

Untuk mengetahui kandungan informasi dalam laba dapat diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient* (ERC), yang dikenal dengan penelitian yang menjelaskan dan mengidentifikasi perbedaan respon pasar terhadap pengumuman laba (Scott, 2009) dalam Delvira & Nelvirita (2013). Koefisien ini mengukur respon harga saham terhadap informasi yang terkandung dalam laba akuntansi. Penelitian mengenai *Earnings Response Coefficient* berguna dalam analisis fundamental oleh investor, dalam model penilaian untuk menentukan reaksi pasar atas informasi laba suatu perusahaan. Jika informasi laba yang di terima semakin baik, maka diprediksi nilai *Earnings Response Coefficient* akan semakin tinggi. Jadi, *Earnings Response Coefficient* dapat menunjukkan baik buruknya kualitas laba tergantung pada *abnormal return* saham yang dilihat dari naik turunnya harga saham dan harga pasar berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan.

Reaksi pasar yang berbeda-beda terhadap informasi laba disebabkan oleh berbagai hal. Dalam penelitian ini, akan diuji faktor yang mungkin dapat mempengaruhi reaksi pasar terhadap informasi laba yaitu *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Persistensi Laba.

Efisiensi pasar adalah apabila harga-harga sekuritas yang diperdagangkan di dalam pasar modal mencerminkan semua informasi yang terpublikasi mengenai sekuritas tersebut (Rahmawati, 2012 hlm. 40). Efisiensi pasar berkaitan dengan

ukuran perusahaan sebab ukuran perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi yang dilakukan, dengan semakin besarnya ukuran Perusahaan maka akan semakin luas pula pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan sehingga memudahkan investor dalam memperoleh informasi dan meningkatkan kepercayaan investor.

Teori sinyal menjelaskan pentingnya informasi yang dikeluarkan perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan akan direspon pasar berupa sinyal positif atau negatif. Ketika laporan keuangan menunjukkan *Leverage* mengalami penurunan dan Persistensi Laba mengalami peningkatan maka informasi tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif. Sebaliknya jika *Leverage* mengalami kenaikan dan Persistensi Laba mengalami penurunan maka informasi tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal negatif. Dengan adanya sinyal yang positif maka investor akan tertarik menanamkan modal di perusahaan tersebut.

*Leverage* merupakan penggunaan utang dan aktiva oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap untuk meningkatkan laba potensial investor (Farizky, 2016). Perusahaan yang tingkat *leverage*-nya tinggi berarti memiliki utang yang lebih besar dibandingkan modal dalam mendanai asetnya. Dengan demikian jika terjadi peningkatan laba maka yang diuntungkan adalah pemberi utang, sehingga semakin baik kondisi laba perusahaan maka semakin negatif respon pemegang saham, karena pemegang saham beranggapan bahwa laba tersebut hanya menguntungkan kreditur. Informasi terhadap pengumuman laba direaksi cepat oleh kreditur, namun direspon negatif oleh investor karena beranggapan bahwa prioritas pembayaran hanya pada utang (Delvira & Nelvirita, 2013). Jika perusahaan memiliki *Leverage* tinggi, maka *Earnings Response Coefficient* akan lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *Leverage* rendah.

Ukuran Perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat melalui beberapa cara, salah satunya jumlah aktiva secara keseluruhan yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung menyampaikan informasi yang lebih komprehensif ke publik sehingga mempermudah investor dalam melakukan penilaian terhadap informasi keuangannya. Selain itu, perusahaan besar akan lebih mudah dalam mendapatkan pinjaman atau modal

karena investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang bertumbuh dan pengembaliannya lebih tinggi dari perusahaan kecil (Rofika, 2015), sehingga ketika laba diumumkan, informasi laba tersebut akan direspon positif oleh investor maka *Earnings Response Coefficient* akan semakin tinggi.

Fluktuasi laba perusahaan tidak bisa diabaikan, apabila laba yang diperoleh perusahaan terlalu rendah atau bahkan jauh lebih tinggi dari sebelumnya, akan sangat menarik perhatian investor karena akan menimbulkan harga saham yang tidak normal dalam kenaikan atau penurunan. Bukan perhatian positif namun akan melahirkan kecurigaan negatif dari investor. Karena itu, perusahaan harus memperhatikan persistensi laba, dimana kemampuan laba yang dijadikan indikator laba periode mendatang yang dihasilkan oleh perusahaan secara berulang-ulang (Imroatussolihah, 2013). Persistensi Laba ditemukan memiliki hubungan positif dengan *Earnings Response Coefficient*, karena semakin persisten atau semakin permanen laba perusahaan masa depan dengan laba sebelumnya, maka *Earnings Response Coefficient* akan semakin tinggi.

Berikut juga merupakan beberapa kasus yang terjadi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2015.

Tabel 1. Fenomena *Earnings Response Coefficient*

No	Kode Perusahaan	Tahun	Leverage	Ukuran Perusahaan	Persistensi Laba	ERC
1.	BATA	2014	<b>0,45</b>	<b>27,38</b>	1,55	<b>0,11</b>
		2015	<b>0,31</b>	<b>27,40</b>	-0,10	<b>0,02</b>
2.	INDF	2014	0,52	32,09	<b>1,51</b>	<b>0,06</b>
		2015	0,53	32,15	<b>0,69</b>	<b>0,13</b>

Sumber : Data Olahan

Pada tabel 1, dapat dilihat bahwa perusahaan PT. Sepatu Bata, Tbk (BATA) mengalami penurunan *Leverage* dari tahun 2014 sebesar 0,45 menjadi 0,31 ditahun 2015. Penurunan *Leverage* menandakan bahwa aset perusahaan lebih besar dibayai oleh modal sendiri dibandingkan dengan utang, tetapi dapat dilihat bahwa *Earnings Response Coefficient* perusahaan PT. Sepatu Bata, Tbk (BATA) juga mengalami penurunan dari tahun 2014 sebesar 0,11 ke 0,02 pada tahun 2015. Hal ini tidak sejalan dengan teori sebelumnya yang menyatakan bahwa apabila *Leverage* naik maka *Earnings Response Coefficient* menurun, begitupun

sebaliknya apabila *Leverage* turun maka *Earnings Response Coefficient* meningkat.

Dilihat dari tabel 1 bahwa Ukuran Perusahaan PT. Sepatu Bata, Tbk (BATA) mengalami peningkatan di tahun 2015 sebesar 27,40 dari tahun sebelumnya sebesar 27,38. Peningkatan tersebut menandakan bahwa Ukuran Perusahaan bertambah besar. Pada perusahaan yang berukuran besar akan berupaya menyediakan banyak informasi mengenai aktivitasnya dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Dengan informasi tersebut akan memudahkan para investor dalam pengambilan keputusan, sedangkan hasil olahan data menunjukkan bahwa *Earnings Response Coefficient* perusahaan tersebut mengalami penurunan di tahun 2015. Hal ini tidak sejalan dengan teori sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin tinggi pula *Earnings Response Coefficient*.

Dilihat dari tabel 1 bahwa Persistensi Laba PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk (INDF) mengalami penurunan dari tahun 2014 sebesar 1,51 ke tahun 2015 sebesar 0,69. Penurunan persistensi laba menandakan bahwa perusahaan belum bisa mempertahankan labanya secara terus menerus atau bersifat fluktuatif. Jika suatu perusahaan dengan persistensi laba yang besar, maka ekspektasi laba dimasa yang akan datang akan lebih pasti, sedangkan hasil olahan data menunjukkan bahwa *Earnings Response Coefficient* perusahaan tersebut mengalami kenaikan di tahun 2015 menjadi sebesar 0,13. Hal ini tidak sejalan dengan teori sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin persisten laba suatu perusahaan maka semakin tinggi pula *Earnings Response Coefficient*.

Penelitian mengenai mengenai pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* telah dilakukan oleh Dewi (2010), Rofika (2015), Hapsari & Simorangkir (2013), dan Imroatussolihah (2013) yang menyatakan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*. Namun terdapat hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Delvira & Nelvirita (2013), Sandi (2013), Kurnia & Sufiyati (2015) dan Hasanzadel *et al.* (2013) yang mengemukakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Penelitian mengenai mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* telah dilakukan oleh Sandi (2013), Dewi (2010), Mashayekhi & Aghel (2016) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh yang terhadap *Earnings Response Coefficient*. Namun terdapat hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rofika (2015), Hapsari & Simorangkir (2013), dan Kurnia & Sufiyati (2015) mengemukakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Penelitian mengenai mengenai pengaruh Persistensi Laba terhadap *Earnings Response Coefficient* telah dilakukan oleh Delvira & Nelvrita (2013) dan Mulyani (2007) yang menyatakan bahwa Persistensi Laba berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*. Namun terdapat hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan Rofika (2015), Mashayekhi & Aghel (2016), dan Imroatussolihah (2013) yang mengemukakan bahwa Persistensi Laba tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di perusahaan manufaktur dan adanya perbedaan hasil penelitian antara beberapa penelitian dengan variabel yang sama, maka akan dilakukan penelitian kembali mengenai pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Persistensi Laba terhadap *Earnings Response Coefficient*.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang masalah, maka permasalahan dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?
- b. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?
- c. Apakah Persistensi Laba berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?

### I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dapat dicapai melalui penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji apakah ada pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI.
- b. Untuk menguji apakah ada pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI.
- c. Untuk menguji apakah ada pengaruh Persistensi Laba terhadap *Earnings Response Coefficient* perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI.

### I.4 Manfaat Hasil Penelitian

- a. Manfaat teoritis
  - 1) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengetahuan dan wawasan peneliti dalam mengetahui bagaimana pengaruh yang terjadi antara *Leverage* dengan *Earnings Response Coefficient*, pengaruh ukuran perusahaan dengan *Earnings Response Coefficient* dan pengaruh persistensi laba dengan *Earnings Response Coefficient* memberikan bukti yang empiris apakah ada tidaknya pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Persistensi Laba terhadap *Earnings Response Coefficient*.
- b. Manfaat Praktis
  - 1) Investor  
Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi investor yang mau berinvestasi di pasar modal dengan membeli saham suatu perusahaan, untuk tidak hanya berfokus pada laba yang tinggi saja tetapi juga investor harus mempertimbangkan kualitas laba dalam laporan keuangan sehingga memberikan respon yang sesuai di dalam pasar modal.
  - 2) Perusahaan  
Bagi perusahaan, penelitian ini bermanfaat memacu kembali agar perusahaan dapat menghasilkan informasi laba yang berkualitas. Dengan adanya kualitas laporan keuangan perusahaan yang baik,

diharapkan investor dapat memberikan respon yang baik terhadap publikasi laporan keuangan perusahaan.

