

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya**

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan atau referensi untuk penelitian yang akan dilakukan adalah :

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
1	Ngadiman dan Yurike Hartini	Pengaruh ukuran perusahaan, persitensi laba akuntansi, struktur modal dan variabel indicator terhadap koefisien respon laba akuntansi perusahaan.	2009	Persitensi laba berpengaruh dengan koefisien respon laba. Namun, ukuran perusahaan, struktur modal dan variabel indicator tidak berpengaruh.
2	Indra Kusumawardhani dan Joko Setiyo Nugroho	Pengaruh corporate social responsibility, size, dan profitabilitas terhadap earnings response coefficient.	2010	Pengungkapan CSR, size, dan profitabilitas berpengaruh pada ERC.
3	Khoerul Umam Sandi	Faktor-faktor yang mempengaruhi earnings response coefficient	2013	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ERC. Namun variabel pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan kualitas audit tidak berpengaruh pada ERC.

4	Zahroh Naimah dan Siddharta Utama	Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan dan profitabilitas terhadap koefisien respon laba dan koefisien respon nilai buku ekuitas	2006	Ukuran perusahaan, pertumbuhan dan profitabilitas berpengaruh terhadap ERC.
5	Fajar Bayu Pamungkas	Pengaruh ukuran KAP, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap koefisien respon laba.	2014	Ukuran KAP dan profitabilitas berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Sedangkan ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh.
6	Khesia Anjelica dan Albertus Fani Prasetyawan	Pengaruh profitabilitas, umur perusahaan, ukuran perusahaan, kualitas audit dan struktur modal terhadap kualitas laba.	2014	Profitabilitas, umur perusahaan, struktur modal tidak berpengaruh pada kualitas laba. Namun, ukuran perusahaan dan kualitas audit berpengaruh.
7	Yossi Diantimala	Pengaruh akuntansi konservatif, ukuran perusahaan, dan <i>default risk</i> terhadap ERC.	2008	Pengaruh akuntansi konservatif, ukuran perusahaan dan <i>default risk</i> tidak berpengaruh terhadap ERC.
8	Dyah Hayu Pradipta dan Anna Purwaningsih	Pengaruh luas pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan terhadap <i>earning response coefficient</i> , dengan ukuran perusahaan dan leverage sebagai variabel kontrol.	2015	Pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan tidak berpengaruh terhadap ERC.

## 2.2 Teori Pasar Efisien

Penelitian ini, teori utama yang digunakan adalah teori pasar efisien. Pasar efisien, yaitu bagaimana suatu pasar bereaksi terhadap suatu informasi untuk mencapai harga keseimbangan yang baru. Jika pasar bereaksi dengan cepat dan akurat untuk mencapai harga keseimbangan baru yang sepenuhnya mencerminkan informasi yang tersedia, maka kondisi seperti ini disebut dengan pasar efisien. Efisien suatu pasar dapat diuji dengan melihat *return* tidak wajar atau *abnormal return* yang terjadi (Padan, 2012).

Sehubungan dengan penelitian mengenai ERC yang melihat adanya pergerakan harga saham sebagai reaksi pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan. Sari (2012) menyatakan bahwa pasar dikatakan efisien apabila harga semua saham yang diperjualbelikan merefleksikan seluruh informasi yang telah tersedia. Salah satu implikasi dari pasar efisien adalah harga saham akan bereaksi terhadap pengumuman laporan keuangan.

Dalam konteks ini yang dimaksud dengan pasar adalah pasar modal 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 resiko, dengan menggunakan strategi perdagangan yang ada. Artinya, harga-harga yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada. Ekspresi yang lain menyebutkan bahwa dalam pasar yang efisien harga-harga asset atau sekuritas secara cepat dan utuh mencerminkan informasi yang tersedia tentang asset atau sekuritas tersebut. (Paramita dan Hidayanti, 2013).

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 akan semakin tinggi. Untuk mengukur value relevance informasi laba atau untuk mengetahui hubungan laba terhadap retur saham dapat diukur menggunakan ERC.

### **2.3 Teori Signaling**

Teori signaling merupakan salah satu teori struktur modal yang dikembangkan untuk memperhitungkan kenyataan bahwa *insider* perusahaan pada umumnya memiliki informasi yang lebih baik dan cepat berkaitan dengan kondisi mutakhir dan prospek perusahaan dibandingkan dengan investor luar. Teori ini berlandaskan pada adanya permasalahan *asymmetric information* antara manajer yang *well informed* dan investor luar *poorly-informed*, karena manajer tidak menyampaikan informasi secara penuh terhadap hal-hal yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga ada kecenderungan memberikan penilaian yang rendah pada perusahaan yang berkualitas bagus dan berkualitas rendah (*pooling equilibrium*). Maka umumnya pasar akan merespon tersebut sebagai sinyal terhadap suatu peristiwa tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Paramita dan Hidayanti, 2013).

Sehubungan dengan penelitian mengenai ERC ini, serta sebagai implikasi dari teori signaling ini, bahwa laba akuntansi mampu memberikan informasi terhadap nilai perusahaan, perolehan laba yang tinggi, memungkinkan perolehan pendapatan (*return*) yang besar juga (dalam pengukuran determinan ERC). Dengan demikian bagi investor akan menangkap sinyal bahwa dividen yang diterima juga akan besar ketika investasi dilakukan pada perusahaan tersebut. Dalam teori signaling ini menjelaskan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja memberikan sinyal pada pasar. Dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Paramita dan Hidayanti, 2013).

#### **2.4 Earnings Response Coefficient**

Earnings Response Coefficient atau Koefisien Respon Laba merupakan suatu ukuran besaran abnormal return pasar sebagai respon atas komponen informasi laba tak terduga (*Unexpected Earnings*) atas sekuritas yang diterbitkan oleh perusahaan. ERC disebut juga pengaruh laba kejutan *unexpected earnings* terhadap *Cumulative Abnormal Return*, yang ditunjukkan melalui *slope coefficient* dalam regresi *abnormal return* saham dengan UE (Muwarningsari, 2008).

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien respon laba adalah reaksi CAR terhadap laba yang diumumkan oleh perusahaan. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Tinggi rendahnya koefisien respon laba tergantung dari *good news* atau *bad news* yang terkandung dalam laba. Koefisien respon laba juga didefinisikan oleh Arfan dan Antasari (2008) sebagai ukuran sensitivitas perubahan harga saham terhadap perubahan laba akuntansi.

Menurut Diantimala (2008), koefisien respon laba adalah reaksi pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan yang dapat diamati dari pergerakan harga saham disekitar tanggal publikasi laporan keuangan. ERC dapat dicari dari hasil regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi, proksi harga saham memakai CAR dan laba akuntansi diproksi dengan UE. Nilai ERC akan lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persisten di masa depan dan mempunyai kualitas laba yang baik.

## **2.5 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki penjualan lebih besar, modal lebih besar, karyawan lebih banyak. Dengan kata lain, semakin besar perusahaan, semakin banyak yang terlibat atau berkepentingan, dan perusahaan lebih besar biasanya merupakan target pusat perhatian. Perusahaan yang lebih besar juga lebih mungkin memperhatikan kinerja yang lebih baik, karena mereka cenderung sebagai subyek terhadap penelitian publik yang lebih cermat, sehingga perlu merespon lebih terbuka terhadap permintaan stakeholders. Jadi perusahaan yang lebih besar diperkirakan akan memberikan pengungkapan informasi lebih banyak bila dibandingkan dengan perusahaan yang size-nya (ukurannya) lebih kecil. Selain itu, pada perusahaan besar tersedia banyak informasi non-akuntansi sepanjang tahun, seperti persentase penawaran harga saham, reputasi auditor, dan jenis industri. Informasi tersebut digunakan oleh investor sebagai alat untuk menginterpretasikan laporan keuangan

dengan lebih baik, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dan mengurangi ketidakpastian. Pada saat pengumuman laba, informasi laba akan direpson positif oleh investor (Kusumawadhani dan Nugroho, 2010).

Menurut Diantimala (2008), ukuran perusahaan merupakan variabel yang mengukur seberapa besar atau kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan juga merupakan kemampuan perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian, sehingga investor yang bersikap hati-hati cenderung memperhitungkan besar kecilnya perusahaan saat akan menanamkan dananya dalam bentuk saham.

Menurut Simbolon (2009), Besar atau ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, pertumbuhan penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar, maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Dari ketiga variabel ini, nilai aktiva relative lebih stabil dibandingkan dengan market capitalized dan penjualan dalam mengukur ukuran perusahaan.

## **2.6 Pertumbuhan Perusahaan**

Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, seperti dengan melihat pertumbuhan penjualannya, pertumbuhan laba operasi perusahaan, pertumbuhan laba bersih, serta pertumbuhan modal sendiri. Semakin besar peluang pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi kesempatan mendapatkan atau menambah laba yang diperoleh perusahaan pada masa mendatang, sehingga akan meningkatkan harga saham dan respon pasar pula (Sandi, 2013).

Perusahaan yang pertumbuhannya tinggi dengan mempunyai kesempatan yang besar memungkinkan untuk membayar deviden yang rendah karena mereka mempunyai kesempatan *profitable* dalam mendanai investasinya secara internal, sehingga perusahaan tidak tergoda untuk membayar bagian yang lebih besar labanya dalam bentuk deviden (Arfan dan Antasari, 2008).

Pertumbuhan perusahaan tersebut dapat mempengaruhi koefisien respon laba. Hal ini sesuai dengan temuan-temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba (Collins dan Kothari, 1989). Perusahaan yang mengalami pertumbuhan tinggi akan mampu menyelesaikan proyek-proyeknya. Karenanya peningkatan laba akan direspon positif oleh investor.

Semakin besar peluang pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan atau menambah laba yang diperoleh perusahaan pada masa mendatang, sehingga akan meningkatkan harga saham dan respon pasar pula. Perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar akan memiliki ERC tinggi (Collins dan Kothari, 1989).

## **2.7 Profitabilitas Perusahaan**

Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal.

Menurut Hermuningsih (2014), profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Kemampuan ini bersumber pada

profitabilitas ekonomis dari pinjaman dan modal sendiri yang ditanamkan dalam bentuk aktiva dan keseluruhan efisiensi operasional perusahaan yang bersangkutan. Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antar laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain, profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Profitabilitas juga dapat diukur dengan jumlah laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Analisa (2011) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Menurut Suardana, dkk (2016) profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, baik dihubungkan dengan modal sendiri maupun modal bersama. Profitabilitas dapat menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah tergantung kepada besarnya penjualan, penanaman aktiva (investasi) dan penyerapan modal sendiri (equity).

Menurut Analisa (2011) rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Ada tiga rasio yang sering digunakan, yaitu : *profit margin*, *return on asset (ROA)*, dan *return on equity (ROE)*.

## **2.8 Hipotesis**

### **2.8.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap ERC**

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Perusahaan dengan ukuran lebih besar, memiliki penjualan lebih besar, modal lebih besar, dan karyawan lebih banyak. Selain itu, pada perusahaan besar tersedia banyak informasi non-akuntansi sepanjang tahun, seperti persentase penawaran harga saham, reputasi auditor, dan jenis industri. Sehingga perusahaan besar lebih menjadi pusat perhatian investor dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar diperkirakan akan memberikan pengungkapan informasi lebih banyak bila dibandingkan dengan perusahaan yang size-nya (ukurannya) lebih kecil (Kusumawardhani dan Nugroho, 2010).

Hasil penelitian Ngadiman dan Hartini (2011), “Pengaruh ukuran perusahaan, persitensi laba akuntansi, struktur modal dan variabel indicator terhadap koefisien respon laba akuntansi perusahaan” adalah persitensi laba berpengaruh dengan koefisien respon laba. Namun, ukuran perusahaan, struktur modal dan variabel indicator tidak berpengaruh. Namun hasil berbeda atas variabel ukuran perusahaan dari penelitian yang dilakukan oleh Indra Kusumawardhani dan Nugroho (2010), “Pengaruh corporate social responsibility, size, dan profitabilitas terhadap earnings response coefficient” adalah pengungkapan CSR, size, dan profitabilitas berpengaruh pada ERC.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesa utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC.

### **2.8.2 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap ERC**

Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size* (ukuran) perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, seperti dengan melihat pertumbuhan penjualannya, pertumbuhan laba operasi perusahaan, pertumbuhan laba bersih, serta pertumbuhan modal sendiri. Semakin besar peluang pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi kesempatan mendapatkan atau menambah laba yang diperoleh perusahaan pada masa mendatang, sehingga akan meningkatkan harga saham dan respon pasar pula (Sandi, 2013).

Hasil penelitian Sandi (2013), “Faktor-faktor yang mempengaruhi earnings response coefficient” adalah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ERC. Namun variabel pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan kualitas audit tidak berpengaruh pada ERC. Hasil yang berbeda pada variabel pertumbuhan perusahaan pada penelitian yang dilakukan oleh Naimah dan Utama (2006), “Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan dan profitabilitas terhadap koefisien respon laba dan koefisien respon nilai buku ekuitas” adalah ukuran perusahaan, pertumbuhan dan profitabilitas berpengaruh terhadap ERC.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesa kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H2 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC.

### **2.8.3 Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap ERC**

Menurut Hermuningsih (2014) profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Kemampuan ini bersumber pada profitabilitas ekonomis dari pinjaman dan modal sendiri yang ditanamkan dalam bentuk aktiva

dan keseluruhan efisiensi operasional perusahaan yang bersangkutan. Profitabilitas dapat diukur dengan jumlah laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Analisa (2011) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Hasil penelitian Pamungkas (2014), “Pengaruh ukuran KAP, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap koefisien respon laba” adalah ukuran KAP dan profitabilitas berpengaruh terhadap koefisien respon laba, sedangkan ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh. Hasil pengaruh dari variabel profitabilitas terhadap ERC, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anjelica dan Prasetyawan (2014) “Pengaruh profitabilitas, umur perusahaan, ukuran perusahaan, kualitas audit dan struktur modal terhadap kualitas laba” adalah Profitabilitas, umur perusahaan, struktur modal tidak berpengaruh pada kualitas laba. Namun, ukuran perusahaan dan kualitas audit berpengaruh.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesa ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H3 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC.

## **2.9 Rerangka Konseptual**

Diagram rerangka berfikir berikut memberikan gambaran mengenai bagaimana alur pemikiran dalam penelitian “Pengaruh ukuran, pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan terhadap earnings response coefficient”.

Variabel independen atau bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah earnings response coefficient.

Variabel-variabel yang akan digunakan dalam analisis ini terlebih dahulu diuji menggunakan uji asumsi klasik. Apabila pengujian asumsi klasik diterima, maka barulah dilanjutkan pengujian dengan menggunakan tehnik analisis regresi berganda.

**Gambar 1 - Diagram Rerangka Berfikir**

