

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat persaingan yang tinggi dalam dunia bisnis menjadikan perusahaan berada pada kondisi untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi atas keuangan maupun non keuangannya, terlebih bagi perusahaan yang memperdagangkan sahamnya di pasar modal. Sebagian besar perusahaan di Indonesia telah menjual sahamnya secara *go public* melalui perdagangan saham di pasar modal. Sejalan dengan fenomena tersebut, investor dan sejumlah analis pasar modal telah menentukan penilaian bahwa suatu ukuran kredibilitas perusahaan terlihat dari kelengkapan informasi yang disampaikan dalam laporan keuangan (Muhammad, 2009). Keberadaan dan ketersediaan informasi yang relevan dan akurat sangatlah dibutuhkan oleh pihak eksternal terutama investor dalam membantu dan menunjang kelancaran proses investasi dan pendanaan. Dengan penghasilan laba yang cukup baik, investor akan memandang adanya prospek mendatang yang diharapkan mampu memberikan return optimal bagi investor (Syafarina, 2017).

Laporan keuangan menjadi suatu sumber informasi utama bagi investor atas pengambilan keputusan investasi. Sejalan dengan tujuan laporan keuangan, yaitu memberikan informasi posisi keuangan, kinerja perusahaan, dan arus kas, serta memperlihatkan tanggungjawab manajemen atas sumber daya perusahaan yang dikelola, yang penting untuk diketahui oleh pemakai laporan keuangan (Kasmir, 2014). Informasi yang disajikan dengan benar menjadikan informasi tersebut dapat

dipergunakan oleh sebagian besar pengguna laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan (Alkartobi, 2017). Para manajer berasumsi bahwa pengungkapan informasi secara sukarela dan lebih luas menjadi salah satu upaya untuk mempertahankan dan mengoptimalkan tingkat kredibilitas perusahaan pemilik. Oleh karena itu, informasi akuntansi menjadi utama dan penting bagi investor sebagai sarana pertimbangan dalam proses berinvestasi di pasar modal.

Salah satu bentuk informasi pada laporan keuangan yang menjadi pertimbangan investor saat mengambil keputusan adalah informasi tentang laba perusahaan. Informasi laba adalah salah satu informasi pada laporan keuangan yang cukup menjadi perhatian investor dan sangat dinantikan penyampaiannya. Laporan laba rugi merupakan bagian dari laporan keuangan yang memuat informasi mengenai laba (*earnings*) yang diperoleh suatu perusahaan dalam kurun periode tertentu (Adam, Nurdin, & Imam, 2019). Laba dipandang sebagai elemen yang cukup kaya (*komprensif*) untuk merepresentasi kinerja suatu entitas secara keseluruhan (Fitri, 2013). Laba juga menjadi perhatian utama bagi pihak-pihak tertentu dalam memperkirakan kinerja dan tanggungjawab manajemen dalam pengelolaan sumberdaya yang dipercayakan, serta dapat dijadikan dasar pengukuran prospek kinerja perusahaan periode mendatang (Suryani Fitriah, 2020).

Laba akuntansi dikatakan berkualitas baik apabila laba yang dimiliki menunjukkan sedikit atau tidak ada gangguan yang dirasakan (*perceived kebisingan*) di dalamnya sehingga mampu mencerminkan pencapaian kinerja keuangan perusahaan yang sebenarnya (Sudarma & Ratnadi, 2015). Laba menjadi sebuah dasar pengambilan keputusan investasi yang memperlihatkan ukuran kinerja atas keberhasilan bagi suatu

perusahaan. Keputusan ekonomi yang ditetapkan investor bersumber dari informasi yang diperoleh dari laporan keuangan, umumnya terlihat dalam sebuah tindakan pelaku pasar yang disebut dengan reaksi pasar. Reaksi pasar terlihat dari adanya perubahan harga pasar (*return* saham) perusahaan tertentu yang cukup mencolok pada saat laba diumumkan, karena cukup besarnya perbedaan antara *return* yang terjadi (*actual retrun*) dengan *return* harapan (*expected retrun*) (Suryani Fitriah, 2020). Dengan kata lain, *return* kejutan atau *abnormal* (*unexpected atau abnormal return*) terjadi pada saat pengumuman laba.

Reaksi pasar tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah pengumuman terkait laba (*earnings related announcements*). Informasi laba mampu mengindikasikan keberhasilan perusahaan, yang selanjutnya dipergunakan untuk mengukur respon investor atau harga saham terhadap informasi laba akuntansi. Selain itu, juga sebagai sinyal penting yang memungkinkan investor dapat menilai prospek perusahaan melalui dividen per saham. Informasi menjadi dasar utama bagi investor dan calon investor dalam mengevaluasi perusahaan. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa jika perusahaan tidak mampu mempertahankan pencapaiannya dimasa mendatang, manajemen tidak akan mengambil risiko dengan membayar dividen yang tinggi pada waktu tertentu. Keadaan ini diakibatkan oleh kondisi ketidakpastian yang tinggi, dividen dapat menjadi ukuran yang baik terhadap tren profitabilitas perusahaan (Alkartobi, 2017).

Ketidakpastian atas informasi laba yang diterbitkan disebabkan adanya keterbatasan-keterbatasan pada laba yang dikarenakan berbagai penyebab, salah satunya asumsi dalam pengukuran dan adanya manipulasi yang kemungkinan

dilakukan manajemen laba dan menyebabkan informasi laba yang tersedia tidak lagi menggambarkan keadaan dari perusahaan yang sebenarnya. Sehingga dibutuhkan informasi yang mampu memberikan respon terhadap laba untuk mengetahui kualitas laba yang sesungguhnya dengan menggunakan *earnings response coefficient* atau koefisien respon laba. *Earning Response Coefficient* adalah koefisien yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat pengembalian investasi yang diharapkan investor dalam merespon laba yang dilaporkan (Adam et al., 2019).

Koefisien respon laba digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan reaksi pasar terhadap pengumuman laba suatu perusahaan. Kekuatan reaksi pasar dalam merespon informasi laba yang dilaporkan terlihat dari tingginya koefisien respon laba (*Earning Response Coefficient*) atau ERC, jika laba menunjukkan tingkat kekuatan respon yang tinggi (*power of response*), maka laba yang dilaporkan menjadi lebih berkualitas. Kualitas laba dapat dinyatakan sebagai kemampuan informasi laba dalam merespon pasar. Dengan kata lain, kekuatan reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin pada tingkat *earning response coefficient* (ERC) yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa laba yang dilaporkan cukup berkualitas (Paramita, 2012). Oleh karena itu, koefisien respon laba atau *earnings responses coefficient* (ERC) dapat digunakan untuk mengukur reaksi pasar melalui harga saham dalam merespon informasi laba.

Jika pada masa sebelumnya, pengetahuan tentang laba akuntansi lebih berfokus pada kandungan informasi, dalam perkembangan selanjutnya lebih mementingkan pada tingkat respon pasar terhadap informasi laba akuntansi yang disebut dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hal ini diutamakan pada faktor-faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient*, yaitu korelasi antara *unexpected*

earnings dengan *abnormal return* (Rofika, 2016). *Earning response coefficient* memperlihatkan reaksi pasar dalam merespon informasi tentang laba yang telah dipublikasikan oleh perusahaan, dalam hal ini tercermin dari pergerakan atau perubahan harga saham disekitar tanggal publikasi laporan keuangan (Natalia & Ratnadi, 2017). Tabel 1.1 menyajikan data mengenai pergerakan saham perusahaan disekitar tanggal publikasi laporan keuangan.

Tabel 1.1
Pergerakan Harga Saham Perusahaan di Sekitar Tanggal Publikasi
Laporan Keuangan

Kode	Tanggal Publikasi	T-2	T-1	T0	T+1	T+2
AKRA	17 Maret 2020	1,805	1,680	1,700	1,595	1,700
ASII	27 Februari 2020	6,225	6,050	5,950	5,525	5,700
GGRM	23 Maret 2020	32,900	39,475	37,725	36,400	41,800
PTBA	03 Maret 2020	2,240	2,200	2,370	2,470	2,460
PTPP	20 februari 2020	1,485	1,495	1,475	1,410	1,335

Sumber : data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan adanya perbedaan fluktuasi atas harga saham di sekitar *event window* pada setiap perusahaannya. Dikarenakan investor memiliki persepsi dan ekspektasi yang berbeda-beda dalam menanggapi informasi laba yang telah dilaporkan perusahaan. Setelah perusahaan mempublikasikan laporan keuangannya, secara teoritis volume dan harga saham juga akan menunjukkan perubahan (Subagyo dan Olivia, 2012). Jauh sebelum perusahaan menerbitkan laporan keuangan, pasar telah mempunyai ekspektasi mengenai berapa besar pendapatan yang dihasilkan perusahaan. Namun, jika pada saat pengumuman laba aktual ditemukan

adanya selisih dari ekspektasi laba yang diharapkan maka disebut sebagai pendapatan tak terduga (*unexpected earning*). Apabila laba aktual lebih besar dari laba ekspektasi maka hal ini akan menjadi *good news* yang dapat menarik investor untuk membeli saham perusahaan. Sebaliknya jika laba aktual lebih kecil dari laba yang diekpektasikan, akan menjadi *bad news* dan dapat mengakibatkan investor segera *take action* menjual saham perusahaan (Scott, 2015).

Penjabaran diatas membuktikan bahwa semakin kuatnya tingkat kredibilitas informasi yang dipublikasikan, dimana kemampuan informasi dalam menunjukkan *real condition* yang terjadi di perusahaan, maka akan mampu memperkuat respon pasar. Kuatnya reaksi tersebut tercermin dari tingginya nilai *earning response coefficient*. Nilai *earning response coefficient* yang tinggi mencerminkan bahwa laba dapat menjadi informasi yang memiliki relevansi nilai yang membantu investor dalam mengambil suatu keputusan. Sebaliknya, jika laporan keuangan dinilai kurang informatif dan diragukan kualitasnya, maka respon pasar dan nilai *earning response coefficient* akan semakin rendah (Sutrisna Dewi & Yadnyana, 2019).

Laporan keuangan yang diinformasikan perusahaan biasanya menimbulkan beberapa perbedaan kepentingan antara pihak internal dan external dan ini yang sudah sering terjadi yang sering diungkapkan oleh teori keagenan (*Agency Theory*). Perbedaan kepentingan ini bisa dihindari jika pihak pemakai laporan keuangan bisa mengerti dan mendapat sinyal yang jelas dari perusahaan (Tristiadi, 2012). Informasi yang disampaikan akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan suatu keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai yang positif, sehingga pasar diharapkan mampu memberikan reaksi yang baik pada saat

pengumuman (Adam et al., 2019). Oleh karena itu, keputusan tepat yang diambil para pengguna informasi seperti investor sebelum berinvestasi akan berdampak pada hasil (*feedback*) yang sesuai harapan. Dengan memahami faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap koefisien respon laba maka dapat diketahui pergerakan harga saham atas informasi laba dari suatu perusahaan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi koefisien respon laba adalah *leverage*. *Leverage* menunjukkan sejauh mana perusahaan mengandalkan pembiayaan yang berasal dari utang untuk mendanai operasi bisnisnya. *Leverage* merupakan faktor penting bagi kelangsungan suatu perusahaan, karena tingkat *leverage* akan secara langsung memberikan efek dalam mempengaruhi respon investor dalam menilai perusahaan (Alkartobi, 2017). Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka semakin rendah respon pasar yang dihasilkan, dan akan memberikan dampak negatif pada nilai *earning response coefficient*. Hal ini disebabkan jika perusahaan memiliki tingkat *leverage* tinggi melaporkan laba, perusahaan akan lebih memprioritaskan pembayaran utang kepada kreditur daripada membagikan dividen kepada investor sehingga respon investor akan menjadi negatif.

Selain *leverage*, salah satu informasi non akuntansi yang diidkasikan dapat mempengaruhi kualitas dari laba perusahaan adalah persistensi laba. Dimana persistensi laba ini merupakan revisi dari ekspektasi laba akuntansi masa depan (*expected future earnings*) yang diimplikasikan dari laba akuntansi tahun berjalan, sehingga persistensi laba dilihat dari inovasi laba tahun berjalan terkait dengan perubahan harga saham (Scott, 2015:164). Besarnya revisi ini menunjukkan tingkat persistensi laba. Persistensi laba mencerminkan kualitas laba perusahaan dan

menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu. Dalam hal ini, persistensi laba akuntansi berdasarkan inovasi terhadap pendapatan saat ini adalah informative terhadap laba ekspektasian periode mendatang, yaitu keuntungan masa depan yang diperoleh pemegang saham. Semakin kecil nilai koreksi laba akuntansi masa depan (semakin rendah tingkat persistensi laba akuntansi), semakin kuat hubungan laba akuntansi dengan *abnormal return* (semakin tinggi nilai koefisien respon laba). Semakin tinggi persistensi laba maka semakin tinggi *earings response coefficient*, hal ini terkait dengan kekuatan laba.

Faktor lain yang dikategorikan dapat mempengaruhi nilai koefisien respon laba adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dalam mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan besar atau kecilnya perusahaan tersebut, yang mampu mencerminkan besarnya risiko yang dihadapi dalam mempengaruhi pasar dalam pengambilan keputusan. Dalam hal ini, ukuran perusahaan dapat diukur dengan berbagai proksi seperti total aktiva, kapitalisasi pasar dan penjualan bersih (Kurnia & Sufiyati, 2015). Struktur modal bertujuan untuk memadukan sumber dan permanen yang selanjutnya digunakan perusahaan dengan cara yang diharapkan akan mampu memaksimalkan nilai perusahaan. Hal ini penting bagi perusahaan untuk membuat kebijakan pendanaan yang tepat. Pada saat pengumuman laba, investor sudah dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang ada di sepanjang tahun. Artinya pengumuman laba ini penting bagi investor dalam meningkatkan koefisien respon laba perusahaan. Hal ini dapat menjelaskan korelasi yang baik antara koefisien respon laba dengan ukuran perusahaan.

Dalam suatu praktik bisnis, perusahaan dapat dikatakan baik jika perusahaan tersebut memiliki efisiensi operasional yang baik, sehingga memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas adalah ukuran dari tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan, baik dengan modal bersama maupun modal sendiri. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi juga memiliki nilai ERC yang tinggi (Fitri, 2013). Profitabilitas suatu perusahaan dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba atau keuntungan bergantung pada besarnya penyerapan modal, investasi aktiva dari penjualan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menjadikan pengaruh laba akuntansi terhadap harga saham lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan laba akuntansi yang rendah (Fiyoni, 2020). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin besar kemampuan sebuah perusahaan dalam mencapai laba maka semakin besar kemungkinan tercapainya laba kejutan atau *unexpected earning* sehingga akan meningkatkan nilai koefisien respon laba perusahaan.

Sebelum melakukan suatu keputusan investasi, para analis pasar akan terlebih dahulu melakukan sebuah penilaian terhadap perusahaan. Salah satu penilaian tersebut adalah dengan menilai tingkat pertumbuhan perusahaan yang terlihat dari banyaknya saham yang beredar dengan harga saham yang terbentuk. Penilaian investor maupun pemegang saham terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan dapat dilihat dari harga saham yang terbentuk, melalui suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diterima. Kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*) menggambarkan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa selanjutnya. Dimana pemegang saham akan memberikan respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan

potensi pertumbuhan yang tinggi. Hal ini disebabkan atas tingginya tingkat kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan akan mengekspektasikan perolehan manfaat yang tinggi di masa yang akan datang. Dengan kata lain, semakin tinggi kemampuan suatu perusahaan untuk tumbuh maka semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk mendapatkan laba di masa depan yang akan datang, sehingga nilai koefien respon laba akan semakin tinggi (Buana, 2014).

Sejalan dengan penjelasan diatas, beberapa penelitian tentang *earnings response coefficient* (ERC) atau koefisien respon laba telah banyak dilakukan dengan melibatkan variabel-variabel independen yang berbeda-beda. Nataliantari et al. (2020) melakukan penelitian untuk menguji pengaruh Komponen *Good Corporate Governance*, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Sasongko, Kuning, & Wijayanto (2020) menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Firm Size*, *Profitability*, and *Leverage* pada *Earnings Response Coefficient* (ERC). Widiatmoko & Indarti (2018) menguji determinan koefisien respon laba dengan menitikberatkan pada pengaruh *Earnings Persistence*, *Growth*, *Systematic Risk*, *Capital Structure*, dan *Company's Size* pada *earnings response coefficient*. Awawdeh, Al-Sakini, & Nour (2020) menguji faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba studi terapan pada perusahaan industri di Yordania

Dari beberapa variabel yang diteliti menunjukkan adanya perbedaan hasil pada penelitian diatas dan fenomena yang terjadi belum mampu menjawab permasalahan yang ada, karena itu penelitian ini akan membahas lebih lanjut tentang faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba dan diharapkan hasil penelitian kali ini memiliki respon yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Berdasarkan penjabaran diatas

maka penelitian ini diberi judul “**Determinan Koefisien Respon Laba pada Perusahaan LQ-45 yang terdaftar di BEI**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, yang menitikberatkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi *Earning Response Coefisient*, maka dapat diajukan beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)?
2. Apakah persistensi laba berpengaruh terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)?
5. Apakah kesempatan bertumbuh berpengaruh terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)?

1.3. Tujuan penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persistensi laba terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kesempatan bertumbuh terhadap koefisien respon laba (*earning response coefficient*)

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi Peneliti, memberikan tambahan wawasan kepada peneliti mengenai determinan koefisien respon laba pada perusahaan indeks LQ-45 yang terdaftar di BEI.
2. Bagi perusahaan LQ-45, dapat memberikan kontribusi dalam menjelaskan mengenai determinan koefisien respon laba pada Perusahaan Indeks LQ-45 yang terdaftar di BEI.
3. Bagi Akademik, dapat menjadi bahan referensi atau rujukan bagi mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian mengenai determinan koefisien respon laba pada masa yang akan datang.

1.5. Kontribusi Penelitian

Penelitian tentang koefisien respon laba telah banyak dilakukan. Secara garis besar *Gap Research* yang ada adalah perbedaan hasil dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Nataliantari et al. (2020) melakukan penelitian untuk menguji pengaruh Komponen *Good Corporate Governance, Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) dengan hasil pengujian *leverage* dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan. ukuran perusahaan, dewan direksi dan kepemilikan istitusional berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

Berbeda dengan Awawdeh et al. (2020) yang menguji faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba studi terapan pada perusahaan industri di Yordania. Hasil regresi membuktikan bahwa *leverage ratio*, koefisien beta dan peluang bertumbuh berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ERC. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC, sedangkan profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap ERC. Dan penelitian Widiatmoko & Indarti (2018) yang menguji determinan koefisien respon laba dengan menitikberatkan pada pengaruh *Earnings Persistence, Growth, Systematic Risk, Capital Structure*, dan *Company's Size* pada *earnings response coefficient*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persistensi laba dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap koefisien respon laba, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap koefisien respon laba, sedangkan risiko sistematis, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Fiyoni (2020) yang menitikberatkan pada pengaruh *leverage*, persistensi laba, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap koefisien respon laba pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2018 dengan kesimpulan leverage berpengaruh signifikan negatif, persistensi laba berpengaruh signifikan positif, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap koefisien respon laba pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2018. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2018. Namun pada penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018. Sedangkan penulis meneliti menggunakan data pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2019 dengan menambahkan ukuran perusahaan sebagai variabel independen.