

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan bisnis investasi di pasar modal Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dengan meningkatnya bisnis investasi ini, membuat para investor memerlukan lebih banyak lagi informasi mengenai kinerja suatu perusahaan dan laporan keuangan suatu perusahaan guna untuk mempertimbangkan dan mengambil keputusan investor untuk berinvestasi. Informasi yang menjadi peran penting dalam pasar modal adalah laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan sarana utama bagi manajemen perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi keuangannya kepada publik. Khususnya untuk mereka yang menggunakan laporan keuangan untuk keputusan investasi.

Menurut *Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No.1* menyatakan bahwa laba memiliki kegunaan untuk menilai kinerja manajemen perusahaan, untuk membantu dalam mengestimasi kemampuan laba yang *representativ* pada periode jangka panjang, memprediksi besarnya laba yang dihasilkan dan memperkirakan risiko dalam investasi. Informasi terkait laba merupakan salah satu unsur yang sering diperhatikan dan dinantikan oleh investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki peningkatan laba yang signifikan setiap periodenya. Laba yang dibutuhkan oleh investor harus mencerminkan laba yang berkualitas dan dapat mempresentasikan kinerja

perusahaan yang sesungguhnya. Dengan adanya laba yang dihasilkan oleh perusahaan, itu akan meningkatkan investor datang dan menjadi daya tarik investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut.

Informasi laba merupakan hal yang paling direspon oleh investor karena dapat memberikan penjelasan mengenai kinerja perusahaan, namun informasi laba saja kadang tidak cukup sebagai dasar pengambilan keputusan. Adanya kenaikan laba yang dilaporkan dan penurunan harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan akan menyebabkan reaksi berbagai investor yang berbeda-beda. Hal ini yang dapat mengindikasikan bahwa para investor membutuhkan informasi keuangan perusahaan secara jelas dan lengkap tidak hanya informasi laba saja melainkan informasi-informasi lainnya yang mendukung untuk keputusan berinvestasi.

Penelitian ini dilakukan bertujuan agar seorang investor dapat merespon sebuah informasi laba akuntansi sesuai dengan kualitas informasi yang dibutuhkan. Laba akuntansi yang berkualitas yaitu laba yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya (Kadek dan I Gede, 2014). Laba yang dihasilkan perusahaan, baik itu negatif atau positif akan memberikan respon pasar atas sebuah informasi tentang laba akuntansi dapat dilihat dari pengaruh pergerakan harga saham yang disebut *earning response coefficient* (Zubaidi, et al 2011). Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin dari tingginya koefisien respon laba (*earnings response coefficient*). Koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) adalah salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur hubungan antara laba dan pengembalian saham

(Santoso, 2015). *Earnings response coefficient* didefinisikan sebagai efek dari tiap jumlah laba terhadap return saham yang diukur dengan koefisien kemiringan dalam regresi laba terhadap return abnormal dan *unexpected earnings*. *Earnings response coefficient* merupakan ukuran besarnya kekuatan hubungan laba akuntansi dengan harga saham, maka *earnings response coefficient* juga dapat digunakan sebagai salah satu pengukur kualitas laba secara tidak langsung serta memberi kritikan terhadap efektifitas dari penyajian sebuah laporan keuangan perusahaan agar nilai dari informasi yang terkandung dalam sebuah laporan keuangan tersebut lebih berguna bagi para pemakainya (Anggraeni Dian Kurniawati, 2014).

Respon pasar terhadap perubahan harga saham pada saat pengumuman laba dapat diketahui dari fenomena yang ada. Di tengah melemahnya beberapa sector industry dalam negeri, sector industry barang konsumsi masih mencatatkan pertumbuhan yang positif, bahkan dengan kenaikan di atas 20% (Sumber : www.neraca.co.id). Naiknya permintaan dalam negeri merupakan penyebab naiknya pertumbuhan pada sector industry barang konsumsi (Sumber : www.kemenperin.go.id). Selain itu, sector industry barang konsumsi tidak bergantung pada bahan baku impor dan lebih banyak menggunakan bahan baku domestic, sehingga industry ini cukup bertahan sampai sekarang diiringi pula dengan permintaan masyarakat yang selalu ada (Sumber : www.kompas.com).

Respon pasar terhadap perubahan harga saham saat pengumuman laba dapat di ketahui dari berbagai fenomena yang ada. Adapun fenomena-fenomena sektor industri barang konsumsi tersebut seperti PT. Indofood Sukses Makmur

Tbk (INDF) dan PT. Gudang Garam Tbk (GGRM). Reaksi pasar atas kenaikan kinerja yang ditunjukkan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, dengan memperoleh pendapatan di tahun 2015 sebesar Rp. 66,66 triliun, naik ditahun 2016 menjadi Rp. 70,19 triliun. Laba yang diperoleh juga ikut meningkat dari Rp. 4,17 triliun menjadi Rp. 4,14 triliun di tahun 2016. Dilihat dari pergerakan harga saham pada awal Januari 2018 sebesar Rp. 7.650 dan pada akhir April 2015 sudah berada di posisi Rp. 7.150 yang berarti sepanjang kuartal pertama harga saham INDF sedang mengalami penurunan walaupun kinerja perusahaan sedang mengalami kenaikan (Sumber : duniainvestasi.com).

Selain itu perusahaan sektor industri konsumsi yang mengalami kenaikan laba di alami oleh PT. Gudang Garam Tbk (GGRM). PT. Gudang Garam Tbk merupakan perusahaan rokok terbesar di Indonesia. Perusahaan ini mengalami laba akibatnya harga saham menjadi naik dan investor merespon positif atas kenaikan laba tersebut yang ditunjukkan dengan banyaknya investor yang berburu saham PT. Gudang Garam Tbk pada tahun 2015 ialah Rp 5,40 triliun dan naik cukup signifikan menjadi Rp 6,43 triliun di tahun 2016. Hal ini menyebabkan pada saat tanggal publikasi laporan keuangan di BEI pada 31 Maret 2017, harga saham naik sebesar Rp 2.850,00 dari yang awalnya Rp 62.800,00 per lembar menjadi Rp 65.650,00. Tidak hanya dari harga saham yang mengalami pergerakan, namun juga volume saham PT. Gudang Garam Tbk pada tanggal 30 Maret 2017 yakni satu hari sebelum tanggal publikasi laporan keuangan, volume saham yang beredar sebesar 1.625.600 lembar. Kenaikan terjadi di tanggal 31

Maret 2017 menjadi 3.581.900 lembar. Ini menunjukkan respon pasar sangat tinggi terhadap laba yang diumumkan oleh PT. Gudang Garam Tbk.

Berdasarkan uraian berbagai fenomena diatas, dapat diketahui bahwa betapa pentingnya laba untuk membuat keputusan investor untuk berinvestasi dan reaksi pasar terhadap informasi labanya. Kenaikan laba perusahaan juga tidak selalu diikuti dengan kenaikan harga sahamnya dan sebaliknya. Adanya fenomena diatas yang terjadi akan mempengaruhi dari reaksi pasar. Reaksi pasar yang telah terjadi membuat banyak peneliti yang mengkaji penelitian mengenai koefisien respon laba (*earnings response coefficient*).

Penelitian ini berlandaskan pada teori *signaling*. *Signaling Theory* adalah teori yang menjelaskan dan muncul karena adanya dorongan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi laporan keuangan ke pihak eksternal. Dalam hal ini, manajer harus memberikan petunjuk dan menginformasikan kepada investor agar mampu membuat keputusan dalam berinvestasi. karena informasi yang relevan dan akurat sangat diperlukan investor di pasar modal untuk alat analisis dalam mengambil sebuah keputusan dalam investasi (Ivan Kurnia dan Sufiyati, 2015).

Struktur modal merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang atau saham) dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan. Perusahaan yang memiliki hutang dalam jumlah besar menunjukkan struktur modal tersebut besar, yang dapat menyebabkan *earnings response coefficient* rendah. Perusahaan dengan struktur modal yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan

menggunakan lebih banyak hutang dalam struktur modalnya. Ini berarti bahwa tingkat ketidakpastian dari *return* yang akan diperoleh semakin tinggi pula. Semakin tinggi tingkat struktur modal akan semakin tinggi tingkat risiko yang dihadapi perusahaan sehingga menyebabkan investor kurang percaya terhadap laba yang dipublikasikan. Hal ini mencerminkan semakin besar tingkat struktur modal maka semakin rendah kualitas laba perusahaan tersebut. Koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) pada perusahaan yang memiliki struktur modal tinggi akan lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki struktur modal rendah (Wulansari, 2013). Pada teori signaling menjelaskan bahwa perusahaan dengan rasio struktur modal yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi lebih terbatas, karena akan membuat para investor kurang percaya dengan laba yang di publikasikan apabila perusahaan mempunyai tingkat struktur modal yang tinggi. Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titik Aryati dan Zafira Zaenal (2016) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC), hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sufiati (2015), Gunawan Santoso (2015), serta Muwarningsari (2008) juga menunjukkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Mulyani, *et al* (2007) dan Medy Nisrina M (2016) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Ukuran perusahaan (*firm size*) menurut penelitian Titik Aryati dan Zafira Zaenal (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan suatu ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan untuk menunjukkan kinerja suatu perusahaan dalam mengelola total aktivitya. Para investor akan semakin merespon suatu laba yang di publikasikan oleh perusahaan apabila aktiva suatu perusahaan itu besar dan investor lebih sering berinvestasi ke perusahaan yang besar karena dinilai mampu meningkatkan kinerja perusahaannya dengan meningkatkan kualitas labanya. Sesuai dengan teori signaling bahwa perusahaan besar akan mendorong perusahaan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal dan dapat membantu tingkat kepercayaan investor dalam keputusan berinvestasi. Karena perusahaan yang besar mempunyai peluang yang sangat besar dalam memberikan laba yang tinggi juga. Hasil penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan (*firm size*) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari Ivan Kurnia dan Sufiyati (2015), Gunawan Santoso (2015), serta Medy Nisrina M (2016) yang juga menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Namun berbeda penelitian yang dilakukan oleh I Gusti, *et al* (2016), Bitu Mashayekhi dan Zeynab Lotfi Aghel (2016) serta Muwarningsari (2008) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas menunjukkan pertumbuhan laba yang diharapkan perusahaan di masa yang akan datang. Pada teori signaling menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas, maka informasi yang diberikan oleh perusahaan ke pihak eksternal akan lebih akurat dan lebih transparan. Karena laba yang akan dihasilkan oleh perusahaan untuk di masa yang akan datang akan menarik minat investor dalam menanamkan modalnya. Dari hasil penelitian dari I Gusti, *et al* (2016) dan Gunawan Santoso (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas itu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC), dari hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gusti, *et al* (2016) dan Mahboobe Hasanzade, *et al* (2013) serta Medy Nisrina M (2016) yang menunjukkan bahwa hasil profitabilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC).

Pertumbuhan perusahaan merupakan peluang suatu perusahaan mengalami pertumbuhan di masa yang akan datang. Perusahaan yang labanya terus meningkat, menunjukkan bahwa perusahaan itu mengalami pertumbuhan. Karena semakin tinggi pertumbuhan perusahaan itu, maka semakin banyak kesempatan laba yang akan diperoleh, dibandingkan dengan perusahaan yang tidak bertumbuh. Pada teori signaling menunjukkan bahwa semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka akan meningkatkan dorongan manajer untuk memberikan petunjuk dan informasi mengenai laporan keuangan secara detail dan akurat agar pihak eksternal dapat memahami dan memperoleh informasi mengenai perusahaan. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahboobe Hasanzade, *et al*

(2013), Sri Mulyani, *et al* (2007) serta Medy Nisrina M (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan Santoso (2015) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena adanya ketidakkonsistenan dari penelitian terdahulu, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali **“Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”** sebagai judul dalam penelitian ini.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap koefisien respon laba?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap koefisien respon laba?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap koefisien respon laba?
4. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap koefisien respon laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh struktur modal terhadap koefisien respon laba.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap koefisien respon laba.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh profitabilitas terhadap koefisien respon laba.
4. Untuk menganalisis adanya pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap koefisien respon laba.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, maka manfaat yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk perusahaan untuk bahan evaluasi kinerja perusahaan. Selain itu, untuk memberikan motivasi atau pacuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja lebih baik lagi, guna untuk menarik minat investor untuk berinvestasi.

2. Manfaat bagi investor

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi investor dalam bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan untuk melakukan investasi di suatu perusahaan.

3. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan sarana pengembangan ataupun penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh bagi peneliti.

4. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat pengetahuan tentang Koefisien respon laba (*earning response coefficient*) dan sebagai referensi dalam pengerjaan skripsi dengan mengembangkan topik yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Penulisan proposal ini dibagi dalam beberapa bab yang saling berkaitan. Adapun proposal ini disusun secara sistematis sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian yang akan digunakan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi

operasional dan pengukuran variabel, penentuan populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan tentang gambaran subyek penelitian, memaparkan analisis data, dan pembahasan yang berisi penjelasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran untuk peneliti selanjutnya.

