

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi posisi keuangan, kinerja keuangan, dan laporan arus kas suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi (PSAK, 2015:3). FASB mengartikan pelaporan keuangan sebagai sistem dan sarana penyampaian (*means of communication*) informasi tentang segala kondisi dan kinerja perusahaan terutama dari segi keuangan dan tidak terbatas pada apa yang dapat disampaikan melalui statement keuangan (Suwardjono, 2013:101). Agar bermanfaat, laporan keuangan yang dibuat harus andal dan relevan yaitu informasi yang bebas dari kesalahan material, bias, dan penyajian secara jujur apa yang seharusnya disajikan atau secara wajar diharapkan disajikan serta dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pengguna dengan cara membantu mereka mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini atau masa depan, menegaskan, atau mengoreksi hasil evaluasi mereka di masa lalu.

Tujuan dari kebanyakan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan (*profit*). Keuntungan atau laba adalah selisih antara uang yang diperoleh dari pelanggan atas barang atau jasa dengan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang atau jasa tersebut yang termuat dalam laporan laba rugi. Laporan laba rugi atau *statement of profit and loss* adalah laporan yang mengukur

keberhasilan operasi perusahaan untuk satu periode (Kieso *et.al*, 2014:136). Laporan laba rugi merupakan salah satu komponen laporan keuangan yang sering menjadi perhatian bagi pengguna sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi.

Informasi laba dapat dikatakan relevan jika pelaku pasar menunjukkan reaksi pada saat suatu informasi dipublikasi yang dapat dilihat dari adanya pergerakan saham perusahaan. Pergerakan saham tersebut diukur melalui *returns* saham. Teori-teori serta bukti empiris menunjukkan bahwa terdapat variasi laba dan *returns* saham. *Earnings response coefficient* merupakan salah satu ukuran yang dapat digunakan untuk menilai hubungan laba dan *returns* saham. *Earnings Response Coefficient* berguna dalam analisis fundamental dalam menghitung nilai saham sebenarnya dengan menggunakan data keuangan perusahaan sebagai penilaian para investor untuk menentukan reaksi pasar atas informasi laba dalam *return* saham perusahaan sehingga kekuatan reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tinggi rendahnya *Earnings Response Coefficient*. Nilai *Earnings Response Coefficient* diprediksi lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persistensi di masa depan dan kualitas laba lebih baik (Fransisca dan I Gede, 2016). Pada sisi lain, reaksi yang diberikan pasar tergantung pada kualitas laba yang dihasilkan. Informasi yang dilaporkan bersifat *good news* apabila laba aktual lebih tinggi dari pada laba yang diharapkan. Sebaliknya, informasi bersifat *bad news* bila laba yang diharapkan lebih tinggi dari pada laba aktual. Reaksi pelaku pasar atas informasi laba tersebut berdampak pada pergerakan harga saham perusahaan yang tidak normal.

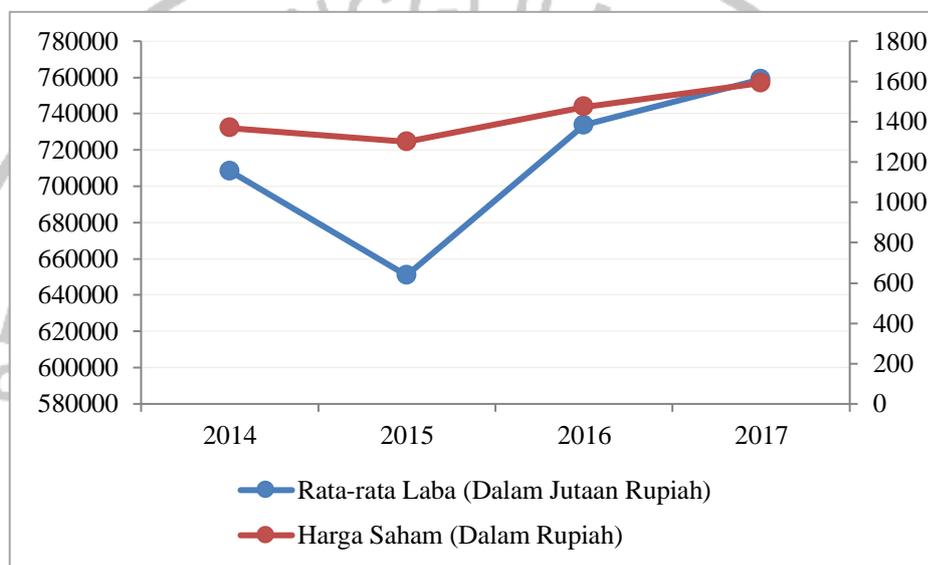
Berdasarkan hasil survei penjualan eceran BI, rata-rata pertumbuhan Indeks Penjualan Rill (IPR) pada 2018 diperkirakan mengalami pertumbuhan mencapai 7,7% secara tahunan, jauh diatas tahun sebelumnya yang hanya tumbuh 0,7%. Kabar tersebut direspon positif oleh para investor terutama saham-saham di sektor barang konsumsi dan manufaktur. Perusahaan yang menikmati dampak positif ini diantaranya PT Indah Kiat Pulp and Paper Tbk. (INKP) yang mengalami kenaikan harga saham sebesar 8,64% menjadi Rp 12.575, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SMGR) dimana mengalami kenaikan harga saham mencapai 6,47% menjadi Rp 11.925. Pada sektor barang konsumsi PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) melesat hingga 5,20% menjadi Rp 48.325 per saham (www.katadata.co.id).

Sebelumnya, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) memutuskan untuk membagikan dividen sebesar Rp 5 triliun atau setara dengan Rp 2.600 per saham tahun buku 2015. Pembagian dividen ini sesungguhnya naik drastis dari dividen tahun 2012-2014 yang tercatat sekitar Rp 1,5 triliun atau Rp 800 per saham. Dikatakan bahwa selesainya pembelanjaan anggaran barang modal menyebabkan level hutang perusahaan mengalami penurunan sehingga dividen diputuskan ditingkatkan hingga Rp 2.600 per saham. Selain itu pembagian dividen ini diproyeksikan sebagai akibat dari kenaikan laba sebesar 18,78% menjadi Rp 6,45 triliun dari sebelumnya Rp 5,4 triliun pada tahun 2014 (www.marketbisnis.com). Peningkatan laba tersebut menghasilkan respon yang positif dari pasar, dimana harga saham meningkat sekitar 4% menjadi Rp 66.250 per saham pada tanggal pengumuman. Menurut Ehrhardt dan Brigham (2011: 568) peningkatan deviden sering diikuti dengan kenaikan harga saham dan pemotongan deviden disertai

dengan penurunan harga saham. Selain itu respon positif ini disebabkan karena pasar berpandangan bahwa laba akan terus meningkat beberapa tahun kedepan sehingga dapat menarik para investor.

Gambar 1.1

GRAFIK RATA-RATA LABA DAN HARGA SAHAM MANUFAKTUR



Sumber: www.idx.co.id, diolah

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan bahwa laba perusahaan manufaktur pada tahun 2014 hingga 2017 mengalami perubahan yang searah dengan harga sahamnya. Pada tahun 2015 rata-rata laba perusahaan manufaktur mengalami penurunan dari tahun 2014 menjadi Rp650.854.000.000 dan begitu pula dengan harga sahamnya menjadi Rp1300,819. Dilanjutkan pada tahun 2016 hingga 2017, rata-rata laba perusahaan manufaktur mengalami kenaikan cukup signifikan menjadi Rp733.734.000.000 dan Rp759.005.000.000 serta diikuti dengan kenaikan harga saham menjadi Rp1474,137 dan Rp1592,452. Kenaikan laba mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki prestasi yang semakin meningkat

sehingga keuntungan yang dihasilkan melalui operasi semakin besar. Keuntungan yang semakin besar tersebut menyebabkan harga saham perusahaan mengalami kenaikan karena jumlah permintaan akan saham perusahaan meningkat pula.

Perubahan harga saham perusahaan menjadi imbas dari reaksi pasar terhadap informasi laba. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan, dengan kata lain laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*) (I Putu dan Ni Made, 2015). Pada kenyataannya manajer sering kali memiliki informasi yang lebih baik dibandingkan dengan investor karena tidak semua informasi yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan disampaikan oleh manajer. Situasi tersebut dikenal sebagai informasi asimetri (*asymmetric information*). Suatu informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan dipandang sebagai sinyal atau isyarat yang dapat mendorong reaksi pasar terhadap perusahaan. Informasi tersebut menjadi dasar bagi pelaku pasar untuk menilai ulang perusahaan dan merevaluasi harga saham yang tercermin dalam *Earnings Response Coefficient*. Terori sinyal menjelaskan bahwa informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana dampaknya terhadap perusahaan.

Secara teoritis, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* diantaranya ukuran perusahaan, konservatisme dan struktur modal. Suatu ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya aset yang

dimiliki. Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Oleh karena itu, semakin besar total aktiva suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula respon investor dalam menanggapi laba yang diumumkan. Peneliti Emunda dan Muhama (2017) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*. Peneliti Zuhairin (2017) juga mengungkapkan adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dan *Earnings Response Coefficient*, hasil yang sama juga diperoleh peneliti Rahmat dan Agus (2016), Agustina dan Agung (2015), Sugi (2015) dan Ety (2008). Namun hasil yang berbeda diperoleh peneliti I Putu dan Dewa (2017) dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*. Hasil yang sama juga diperoleh peneliti Suwarno dkk (2017), Diah dan Jihen (2017) serta Gunawan (2015).

Konservatisme adalah prinsip kehati-hatian dimana perusahaan tidak terburu-buru dalam mengakui aset dan laba serta segera mengakui hutang dan rugi yang memiliki peluang untuk terjadi. Peneliti Silfia (2017) menyatakan bahwa konservatisme terhadap *Earnings Response Coefficient* tidak berpengaruh. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa konservatisme berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (Abbas dkk 2014). Hasil yang sama juga didukung oleh peneliti Sri dan Aida (2017), Sugi (2015) bahwa konservatisme berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Perusahaan yang memiliki struktur modal besar, dapat dikatakan dalam kondisi kurang baik, hal ini disebabkan karena perusahaan tersebut memiliki

proporsi hutang lebih banyak dibandingkan dengan modal untuk membiayai investasinya. Sehingga dalam kondisi tersebut laba yang diperoleh perusahaan akan terpengaruh dan nantinya berpengaruh pula terhadap *Earnings Response Coefficient*. Peneliti Emunda dan Muhammad (2017) mengungkapkan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*. Hasil yang sama juga diperoleh peneliti Dhia dan Jihen (2017) dan Sugi (2015). Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh peneliti I Putu dan Dewa (2017) serta Gunawan (2015) dimana struktur modal tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Berdasarkan fenomena diatas, menunjukkan bahwa respon pasar terhadap suatu informasi bergantung pada kualitas kandungan informasi itu sendiri apakah informasi tersebut bersifat *good news* atau *bad news*. Selain itu masih banyaknya ditemukannya ketidakkonsistenan terhadap hasil penelitian terdahulu pada faktor-faktor *Earnings Response Coefficient* yang telah diuraikan sehingga mendorong peneliti untuk dilakukannya pengujian lebih lanjut dalam penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Konservatisme, Dan Struktur Modal Terhadap *Earnings Response Coefficient*”**.

1.2 Perumusan Masalah

- 1 Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?
- 2 Apakah konservatisme berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?
- 3 Apakah struktur modal berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*
2. Menguji pengaruh konservatisme terhadap *Earnings Response Coefficient*
3. Menguji pengaruh struktur modal terhadap *Earnings Response Coefficient*

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat baik secara teoritis, praktis maupun regulator

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Earnings Response Coefficient*, serta diharapkan mampu memberi kontribusi perkembangan ilmu pengetahuan secara teoritis.

2. Manfaat praktis dan regulator

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana sebagai implementasi atas pengetahuan tentang earnings response coefficient dan sebagai sarana untuk menambah wawasan peneliti sendiri.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penembangan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* bagi yang ingin melakukan penelitian ini.

c. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam analisa fundamental bagi para investor dan mempertimbangkan dalam membuat keputusan investasi melalui faktor-faktor yang akan diteliti.

d. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu membantu perusahaan sebagai bahan pertimbangan dengan melihat bagaimana seorang investor menilai dan bereaksi atas suatu informasi yang diterbitkan oleh perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi dibagi ke dalam beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan Skripsi

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan mengenai Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, dan Teknik Analisa Data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini dijelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan, keterbatasan, dan saran penelitian