

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang membahas berkaitan *Earning Response Coefficient* yaitu sebagai berikut :

1. **Zuhairini (2017)**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara pengaruh konservatisme akuntansi terhadap *earning response coefficient*, *Islamic social reporting* terhadap *earning response coefficient*, pengaruh *leverage* terhadap *earning response coefficient*, ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient*. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 19 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia selama periode 2014-2015. Dengan menggunakan metode pemilihan sample yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi linear berganda. Penelitian ini mengungkapkan bahwa konservatisme akuntansi, *Islamic social reporting*, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* sedangkan pada ukuran perusahaan berpengaruh *negative earning response coefficient*.

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

1. Menggunakan *earning response coefficient* sebagai variabel dependen, ukuran perusahaan dan leverage sebagai variabel independen
2. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian terdahulu dan saat ini ialah analisis regresi berganda

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu menggunakan konservatisme akuntansi, *Islamic social reporting*, ukuran perusahaan dan *leverage* sedangkan pada penelitian sekarang selain menggunakan ukuran perusahaan dan *leverage* namun juga menambahkan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas sebagai variabel independen
2. Periode penelitian terdahulu menggunakan data penelitian tahun 2014-2015 sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan tahun 2015-2017.
3. Sampel perusahaan yang digunakan penelitian dahulu ialah perusahaan sektor barang industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan

2. Fauzan dan Purwanto (2017)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan csr, timeliness, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan risiko sistematis terhadap *earning response coefficient*. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini setelah menggunakan metode purposive sampling yaitu 153 perusahaan dengan 3 sektor berbeda yaitu perusahaan sektor manufaktur, sektor

pertambangan dan properti selama tahun 2013-2014. Teknik analisis yang digunakan yaitu metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pengungkapan csr dan *growth* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *earning response coefficient* sedangkan pada *timeliness*, profitabilitas dan risiko sistematis tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu menggunakan 3 sektor sebagai sampel penelitian sedangkan penelitian saat ini hanya menggunakan sektor pertambangan
2. Sumber data penelitian terdahulu menggunakan data dari Bursa Efek Indonesia dan Indonesian Capital Market Directory (ICMD) sedangkan penelitian saat ini hanya menggunakan data dari Bursa Efek Indonesia
3. Periode penelitian terdahulu yang digunakan sebagai data penelitian ialah tahun 2013-2014 sedangkan penelitian saat ini pada tahun 2013-2017

Persamaan dengan peneliti terdahulu :

1. Menggunakan *earning response coefficient* sebagai dependen sedangkan *profitabilitas* dan risiko sistematis sebagai independen
2. Teknik analisa penelitian terdahulu dan saat ini juga menggunakan teknik analisis regresi berganda
3. **Dewi dan Putra (2017)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *leverage* dan ukuran perusahaan pada *earning response coefficient*. Sampel yang digunakan dalam metode ini yaitu 42 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

selama tahun periode 2009-2013 dengan menggunakan metode purposive sampling. Teori analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative terhadap *earning response coefficient*

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

1. Menggunakan *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen dan *earning response coefficient* sebagai variabel dependen
2. Metode yang digunakan dengan menggunakan metode purposive sampling
3. Teknik analisis data yang digunakan penelitian terdahulu dan saat ini ialah teknik analisis regresi berganda

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

1. Sampel perusahaan yang digunakan penelitian dahulu ialah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan
2. Periode data yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu selama tahun 2009-2013 sedangkan pada penelitian saat ini pada dari tahun 2013-2017
4. **I Putu dan Dewa (2017)**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sejumlah bukti empiris mengenai pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient*. Dalam penentuan metode penentuan

sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Perusahaan sajalah yang memenuhi persyaratan dalam penelitian dan bergerak pada bidang manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. Periode tahun 2011-2015. Teknik analisis yang digunakan ialah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa pada struktur modal, dan ukuran perusahaan berpengaruh pada *earning response coefficient*. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh pada *earning response coefficient*

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu menggunakan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai salah satu independen sedangkan penelitian saat ini selain menggunakan ukuran perusahaan juga menambahkan *leverage* dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen
2. Periode penelitian terdahulu yang digunakan tahun 201-2015 sedangkan penelitian saat ini pada periode 2013-2017
3. Sampel perusahaan yang digunakan penelitian dahulu ialah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

1. Menggunakan *earning response coefficient* sebagai variabel dependen dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen dan menggunakan metode *purposive sampling*

5. Fajar dan Hapsari (2016)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, *firm size*, *capital structure* dan *profitabilitas* terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian ini menggunakan sampel penelitian yaitu 28 perusahaan perbankan periode tahun 2010-2014 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan analisis statistik deskriptif dan regresi data panel. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility*, *firm size*, *capital structure* dan *profitabilitas* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

1. Menggunakan *profitabilitas* dan *firm size* sebagai variabel independen dan *earnings response coefficient* sebagai variabel dependen.
2. Menggunakan metode purposive sampling dalam pemilihan sampel penelitian

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

1. Peneliti terdahulu menggunakan *corporate social responsibility* dan *firm size* sebagai variabel independen sedangkan penelitian saat ini menambahkan pertumbuhan penjualan dan *leverage* sebagai variabel independen
2. Sampel yang digunakan peneliti terdahulu perusahaan perbankan sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan sektor pertambangan

3. Periode yang digunakan penelitian terdahulu dari 2010-2014 sedangkan peneliti saat ini dari tahun 2013-2017
4. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu dengan analisis statistik deskriptif dan regresi data panel sedangkan penelitian saat ini dengan analisis regresi berganda

6. Mashayeki (2016)

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan terhadap *earning response coefficient*. Sampel yang digunakan ialah 82 perusahaan yang terdaftar di *Tehran Stock Exchange*. pada tahun 2001-2012. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*, sedangkan pada variabel persistensi laba berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*.

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

1. Menggunakan ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan sebagai variable independen, sedangkan *earning response coefficient* sebagai dependen.
2. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu dan saat ini adalah analisis regresi berganda

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

1. Periode data yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu selama tahun 2001-2012 sedangkan tahun ini menggunakan tahun 2013-2017
2. Sampel perusahaan yang digunakan penelitian dahulu ialah perusahaan yang terdaftar di Tehran Stock Exchanges sedangkan penelitian saat ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

7. **Kurnia dan Sufiyanti (2015)**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara pengaruh ukuran perusahaan, risiko sistematis, *leverage*, dan *investment opportunity* terhadap *earning response coefficient*. Sampel yang digunakan ialah 141 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014 dengan menggunakan metode purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya risiko sistematis yang berpengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

3. Menggunakan ukuran perusahaan, *leverage* sebagai variable independen, sedangkan *earning response coefficient* sebagai dependen.
4. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu dan saat ini adalah analisis regresi berganda

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

3. Periode data yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu selama tahun 2012-2014 sedangkan tahun ini menggunakan tahun 2015-2017

4. Sampel perusahaan yang digunakan penelitian dahulu ialah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan peneliti saat ini menggunakan sektor pertambangan

8. Hasanzade et al. (2013)

Penelitian ini bertujuan ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *earning response coefficient*. Faktor-faktor tersebut ialah profitabilitas, peluang tumbuh, dan risiko sistematis. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 202 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Tehran selama periode 7 tahun dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2012 dan dipilih secara purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient* sedangkan *profitabilitas*, peluang tumbuh, dan risiko sistematis memiliki pengaruh signifikan terhadap earnings response coefficient.

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu menggunakan *earnings response coefficient* sebagai variabel dependen sedangkan penelitian saat ini menggunakan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel independen
2. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian terdahulu dan saat ini ialah analisis regresi berganda

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu menggunakan menggunakan *leverage*, peluang tumbuh, profitabilitas, dan risiko sistematis sebagai variabel variabel

independen sedangkan penelitian saat ini selain menggunakan profitabilitas, dan leverage juga menambahkan ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan

2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Tehran selama periode tahun 2006-2012 sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2017

9. Delvira dan Nelvirita (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh risiko sistematis, *leverage*, dan persistensi laba terhadap *earning response coefficient*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 4 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2008-2010 dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa risiko sistematis berpengaruh signifikan negative terhadap *earning response coefficient*, *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*, dan persistensi laba berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*.

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

1. Menggunakan *earning response coefficient* sebagai variabel dependen dan risiko sistematis sebagai variabel independen
2. Sampel penelitian yang digunakan ialah perusahaan manufaktur dengan metode purposive sampling

3. Metode teknik analisis yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini ialah analisis regresi berganda

Perbedaan dengan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu menggunakan risiko sistematis, *leverage*, dan persistensi laba sebagai variabel independen sedangkan penelitian saat ini menggunakan *leverage* serta menambahkan ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen
2. Periode yang digunakan penelitian terdahulu dari tahun 2008-2010 sedangkan penelitian saat ini dari tahun 2013-2017

10. Morehi, dkk (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa jauh pengaruh leverage terhadap earning response coefficient. Sampel penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah 98 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Tehran dari tahun 2001-2007 dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Persamaan dengan penelitian terdahulu :

1. Menggunakan *earning response coefficient* sebagai variabel dependen dan *leverage* sebagai variabel independen
2. Sampel yang digunakan ialah perusahaan manufaktur dengan metode purposive sampling
3. Teknik analisis yang digunakan ialah analisis regresi berganda

Perbedaan dengan peneliti terdahulu :

1. Penelitian terdahulu hanya menggunakan *leverage* sebagai variabel independen sedangkan peneliti saat ini selain menggunakan variabel *leverage* juga menambahkan variable profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan sebagai independen
2. Periode pemilihan data penelitian penelitian terdahulu menggunakan data dari tahun 2001-2007 sedangkan peneliti saat ini menggunakan data dari tahun 2013-2017.

2.2 Landasan teori

Sebagai bahan penelitian berikut penjelasan terkait teori-teori yang digunakan ialah sebagai berikut :

2.2.1 *Signaling Theory* (Teori Sinyal)

Menurut Godfrey, et al. (2010 : 374) merupakan tindakan manajer dalam memberikan sinyal harapan kepada investor melalui akun-akun dalam laporan keuangan dengan tujuan dari sinyal yang diberikan dapat menjadikan tingkat pertumbuhan perusahaan semakin tinggi di masa mendatang. Teori persinyalan juga memprediksi bahwa perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak daripada yang dibutuhkan. Kualitas informasi yang diungkapkan pihak perusahaan dalam laporan keuangan juga mempengaruhi keputusan investor. Informasi yang terdapat dalam laporan keuangan akan digunakan pihak investor sebagai alat pengambilan keputusan investasi jika informasi tersebut lengkap,

akurat dan tepat waktu. Dampak positif dari teori sinyal yaitu perusahaan yang memberikan laporan keuangan yang bagus akan berbeda dengan perusahaan yang tidak memiliki “berita bagus”, perusahaan menyampaikan keadaan perusahaan pada pasar, penyampaian informasi bagus menghasilkan sinyal bahwa perusahaan tersebut memiliki kelangsungan hidup yang baik di masa yang akan datang, sehingga hal ini dapat menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Hendry, 2014).

Salah satu jenis informasi yang dapat digunakan investor sebagai sinyal dari perusahaan adalah laporan keuangan. Laporan keuangan mampu menunjukkan seberapa besar kinerja perusahaan dan dalam pengambilan keputusan. Apabila laporan keuangan perusahaan menunjukkan kinerja serta kondisi keuangan yang baik, maka hal ini merupakan sinyal baik bagi para investor atau pengguna laporan keuangan lainnya. Sebaliknya, apabila laporan keuangan dalam kondisi yang kurang baik, maka akan menurunkan respon investor terhadap informasi laporan keuangan tersebut. Hubungan teori sinyal dengan variabel penelitian yaitu adanya sinyal kabar baik maupun kabar buruk yang diberikan pada investor berupa informasi laba perusahaan. Apabila perusahaan menghasilkan laba dengan tingkat *leverage* yang tinggi maka akan menurunkan respon para investor dalam menerima sinyal *good news* dari perusahaan. Sebaliknya apabila laba yang dihasilkan memiliki tingkat *leverage* yang rendah maka akan meningkat sinyal *good news* bagi investor, karena para investor beranggapan bahwa perusahaan mampu mengelola aset perusahaan tanpa harus menggunakan hutang sebagai dana

operasional. Maka tinggi rendahnya *leverage* (rasio hutang) dalam informasi laba dapat meningkatkan *earning response coefficient*.

2.2.2 *Earning Response Coefficient*

Earning response coefficient merupakan komponen dalam informasi laba jika dipublikasikan akan memberikan reaksi pasar terhadap pengumuman laba tersebut terutama bagi para investor. Menurut Scott (2015) mendefinisikan ERC sebagai koefisien yang digunakan dalam pengukuran besarnya return saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan.

Muhammad Naceur (2015) menyatakan “ *The ERC captures the return sensitivity to the earning surprises*”, ERC disebut juga *pengaruh unexpected earnings* terhadap *cumulative abnormal return* yang ditunjukkan melalui slope dalam regresi *abnormal return* saham terhadap *unexpected earnings*. Tinggi rendahnya koefisien respon laba tergantung dari *good news* dan *bad news* yang terkandung dalam laba. Menurut Anggraeni Dian (2014) ERC merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Oleh karena itu untuk menghitung ERC dapat diperoleh melalui beberapa tahap perhitungan. Tahap pertama adalah menghitung nilai *cumulative abnormal return* (CAR) masing-masing perusahaan. CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respon pasar terhadap informasi akuntansi yang dipublikasikan. Tahap kedua adalah menghitung *unexpected earnings* masing-masing perusahaan. UE merupakan proksi laba akuntansi yang

menunjukkan kinerja periode tertentu. Setelah melakukan kedua tahapan tersebut maka akan dapat diperoleh nilai ERC.

Setiap perusahaan memiliki variasi hubungan yang berbeda antara laba perusahaan dengan return saham. Menurut Fauzan dan Purwanto (2017) semakin tinggi ERC maka akan semakin tinggi pula return saham yang diharapkan dari peningkatan laba. Sehingga pihak investor dapat lebih tanggap dalam memprediksi laba yang mungkin diperoleh dari investasi saham di masa mendatang dengan mengetahui tingkat ERC perusahaan. Besarnya tingkat ERC tidak hanya dipengaruhi oleh faktor informasi financial perusahaan saja tapi juga dapat berasal dari faktor-faktor *non financial* seperti kegiatan sosial perusahaan. Menurut Delvira dan Nelvirita (2013) menyatakan bahwa terdapat pengaruh laba kejutan (*unexpected earnings*) terhadap besarnya return saham ditunjukkan dari slope coefficient dalam regresi *abnormal return* saham dengan *unexpected earning*, maka berikut beberapa langkah dalam menghitung ERC :

1. Mencari nilai Abnormal Return

Menghitung Abnormal Return yaitu mencari nilai return saham harian dan return pasar harian dengan rumus sebagai berikut :

- a. Menghitung return saham harian dengan rumus :

$$R_{it} = \frac{(P_{it} - P_{it-1})}{P_{it}}$$

Keterangan :

R_{it} = return saham perusahaan i pada hari ke t

P_{it} = harga penutupan saham i pada hari ke t

P_{it-1} = harga penutupan saham i pada hari ke t-1

b. Menghitung *return* pasar harian:

Expected return adalah return yang diharapkan oleh investor ketika menanamkan sahamnya.

$$R_{mt} = \frac{(IHS G_t - IHS G_{t-1})}{IHS G_{t-1}}$$

Keterangan :

R_{mt} = return pasar harian

$IHS G_t$ = indeks harga saham gabungan pada hari t

$IHS G_{t-1}$ = indeks harga saham gabungan pada hari t-1

c. Menghitung nilai *abnormal return*

Untuk menghitung *abnormal return* (AR_{it}) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Keterangan ;

AR_{it} = *Abnormal return* perusahaan I pada periode ke t

R_{it} = Return saham perusahaan pada periode ke t

R_{mt} = Return pasar pada periode ke t

2. Menghitung nilai *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

Untuk mendapatkan kecepatan reaksi pasar dapat menggunakan jendela peristiwa.

$$CAR_{it} (-5,+5) = \sum_{-5}^{+5} AR_{it}$$

Dimana :

CAR_{it} = *Abnormal return* kumulatif perusahaan i selama periode pengamatan \pm 5 hari tanggal publikasi laporan keuangan (dihitung dalam jendela peristiwa selama 11 hari, yaitu 5 hari sebelum peristiwa, 1 hari peristiwa, dan 5 hari setelah peristiwa)

AR_{it} = *Abnormal return* perusahaan i pada hari publikasi

3. Menghitung nilai *Unexpected Earnings* (UE)

Unexpected Earnings (UE) atau laba kejutan adalah selisih antara laba per saham sesungguhnya dengan laba per saham ekspektasian. Model langkah acak mengestimasi laba periode berjalan sama dengan laba periode sebelumnya.

Dengan demikian *unexpected Earnings* (UE) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$UE_{it} = \frac{(EPS_{it} - EPS_{it-1})}{EPS_{it-1}}$$

Keterangan:

UE_{it} = *Unexpected Earnings* perusahaan i pada periode t

EPS_{it} = *Earning per share* perusahaan i pada periode t

EPS_{it-1} = *Earning per share* perusahaan i pada periode t-1

Berdasarkan langkah-langkah diatas, ERC dapat dirumuskan dengan

persamaan berikut:

$$CAR_{it} = \alpha + \beta UE_{it} + \epsilon$$

Keterangan:

CAR_{it} = *Cumulative abnormal return* perusahaan i pada waktu t

UE_{it} = *Unexpected earnings* perusahaan i pada waktu t

α = Konstanta

β = Koefisien yang menunjukkan ERC

e = *Error*

2.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal (Brigham, 2006 dalam Fitri 2013). Ukuran perusahaan dibagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan kecil (*small size*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan besar (*large size*). Besarnya suatu ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor pendukung yang menunjukkan bagaimana kondisi perusahaan untuk menentukan ukuran (besar kecilnya) perusahaan, misalnya dalam hal banyak jumlah karyawan yang melakukan aktivitas operasi perusahaan, besarnya total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu serta jumlah aktiva perusahaan dengan banyak jumlah saham yang beredar. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil (Nofianti, 2014). Semakin besar ukuran suatu perusahaan akan semakin mudah mendapat modal eksternal dalam jumlah yang lebih besar, investor pun lebih tertarik dalam menanamkan investasinya pada perusahaan tersebut. Berikut adalah rumus untuk menghitung ukuran perusahaan

$$UP = \text{Log TA}$$

Keterangan :

UP = Ukuran perusahaan
Log = Logaritma natural
TA = Total aset perusahaan

2.2.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang diperuntukan untuk mengetahui seberapa banyak perusahaan mampu memperoleh laba, tingkat efektivitas manajemen atau efisiensi perusahaan dapat dilihat dengan rasio profitabilitas yang bisa dibuktikan dari laba yang diperoleh dalam penjualan dan investasi (Kasmir, 2014:115). Seringnya beberapa penelitian menunjukkan jika perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan hutang yang relative kecil. Penjelasan praktis ini menunjukkan bahwa suatu perusahaan yang profitable tidak membutuhkan pembiayaan yang cukup besar dengan adanya hutang.

Motivasi investor melakukan investasi pada perusahaan adalah untuk mendapatkan return atau pengembalian. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar return yang diharapkan oleh investor. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, pengaruh laba akuntansi terhadap harga saham akan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan laba akuntansi yang rendah (Setyawati, 2014). Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA). Nilai ROA yang semakin besar menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, dikarenakan tingkat *return* semakin besar. ROA dihitung dengan membandingkan nilai laba bersih setelah pajak (*net profit after taxes*) terhadap total asset perusahaan.

Rumus :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

2.2.5 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Pertumbuhan aset dapat dilihat dari total aset suatu perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki suatu perusahaan maka akan meningkatkan laba (Wasika, 2015). Pertumbuhan perusahaan memiliki hubungan positif dengan laba, karena laba pada suatu perusahaan dapat dijadikan acuan ataupun suatu alat ukur apakah perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan yang baik atau buruk. Semakin cepat tingkat pertumbuhan maka akan semakin besar dana yang dibutuhkan untuk membiayai perusahaan tersebut.

Perusahaan yang terus menerus memiliki kesempatan maka akan semakin besar dalam mendapatkan laba yang besar di masa mendatang. Pengaruh laba akuntansi terhadap harga saham akan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan rendah. Oleh karena itu, pertumbuhan diprediksikan berhubungan positif dengan *earning response coefficient*. Perusahaan yang memiliki nilai pertumbuhan perusahaan yang tinggi maka akan meningkatkan kesempatan mendapat laba semakin tinggi dimasa yang akan datang. Menurut Wina Syafrina (2017) pertumbuhan perusahaan diproksikan oleh *Price to book value* (PBV) yaitu harga pasar per lembar saham dibagi dengan ekuitas per saham. Nilai ekuitas per saham di peroleh dari hasil total ekuitas dibagi jumlah saham beredar. Berikut ini merupakan rumus PBV :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar per lembar saham biasa}}{\text{Ekuitas per saham}}$$

2.2.6 *Leverage*

Leverage menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2014:112). Menurut Delvira dan Nelvirita (2013) dengan memperbesar tingkat leverage maka hal ini akan berarti bahwa tingkat kepastian dari return atau penghasilan yang akan diperoleh semakin tinggi pula. Risiko yang dimaksudkan seperti ketidakpastian dalam hubungannya membayar kewajiban-kewajiban tetapnya. Tingkat *leverage* ini bisa saja berbeda tiap-tiap perusahaan, atau dari satu periode ke periode lainnya di dalam satu perusahaan. *Leverage* dapat dicari dengan menggunakan rumus *Debt to Equity Ratio* (Kasmir, 2014:156-157) :

Berikut rumus mencari DER :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.2.7 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient*

Perusahaan besar dianggap memiliki informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil (Nofianti, 2014). Hal ini sejalan dengan perusahaan yang berukuran besar lebih banyak memberikan informasi bagaimana sistem dan kinerja perusahaan yang cukup baik dalam mengelola, mengendalikan serta mengatur semua aset perusahaan secara efisien dan efektif untuk memaksimalkan laba yang dihasilkan. Kondisi inilah yang menarik investor pada perusahaan besar para investor lebih merasa terjamin dan percaya. Investor beranggapan perusahaan

besar mampu memberikan keuntungan lebih bagi para investor serta dianggap mampu dalam meningkatkan kualitas dan kinerja perusahaan. Penelitian ini mendukung teori sinyal, bahwa semakin besarnya ukuran perusahaan maka perusahaan itu mampu memberikan sinyal positif bagi pasar sebagai perusahaan yang memiliki kinerja yang cukup baik dibandingkan perusahaan lain. Secara tidak langsung akan menerima respon pasar yang baik. Maka semakin besar perusahaan akan meningkatkan tingkat *earning response coefficient*.

Besarnya jumlah total aset yang dilaporkan dalam laporan keuangan perusahaan sebagai tolak ukur besarnya ukuran perusahaan. Dengan demikian pengaruh ukuran perusahaan memberikan respon positif investor terhadap laba yang di umumkan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi dan Putra (2017), Zuhairini (2017), I Putu dan Dewa (2017), Fajar dan Hapsari (2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient* yang tinggi.

2.2.8 Pengaruh profitabilitas terhadap *earning response coefficient*

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah cabang dan lainnya (Harahap; 2015: 304). Dengan demikian, profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan menarik perhatian para investor untuk melakukan investasi. Dimana, para investor akan memperoleh return dari laba yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka secara tidak langsung menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dengan efektivitas kinerja yang tinggi sehingga mampu menghasilkan laba yang besar pula. Para investor pun akan memberikan respon pasar yang positif karena para investor beranggapan bahwa dengan tingkat profitabilitas maka tingkat return dari laba yang dihasilkan akan lebih menguntungkan. Penelitian ini mendukung teori sinyal, dimana informasi terkait tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan sebuah sinyal bahwa perusahaan tersebut menjanjikan tingkat keuntungan yang tinggi sehingga para investor pun cepat memberikan respon.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa semakin besar tingkat profitabilitas perusahaan akan meningkatkan *earning response coefficient* sekaligus memberikan respon positif bagi investor terhadap perusahaan. Hal ini diperkuat dengan hasil pernyataan peneliti terdahulu yaitu Fajar dan Hapsari (2016) dan Hazande et al. (2013)

2.2.9 Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap *earning response coefficient*

Prospek pertumbuhan perusahaan adalah sebuah kesempatan bertumbuhnya perusahaan dimasa mendatang. Apabila perusahaan terus mengalami pertumbuhan maka akan menarik respon positif dari investor lebih besar karena para investor mengharapkan keuntungan yang akan di dapatkan dari perusahaan semakin tinggi sehingga akan meningkatkan respon laba perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan teori sinyal yang digunakan dalam penelitian ini

dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi maka akan menjadi sebuah sinyal baik kepada investor maupun pengguna laporan keuangan lainnya, dan apabila mereka tertarik akan mudah menarik modal terutama modal dari para investor (Fauzan dan Purwanto, 2017). Hal ini terjadi karena terdapat informasi terkait tingkat pertumbuhan yang tinggi sehingga akan memberikan respon yang baik dari para investor yang ingin mendapatkan keuntungan dari perusahaan tersebut. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Fauzan Purwanto (2017), dan Dewi dan Putra (2017) yang menyimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap *earning response coefficient*

2.2.10 Pengaruh *leverage* terhadap *earning response coefficient*

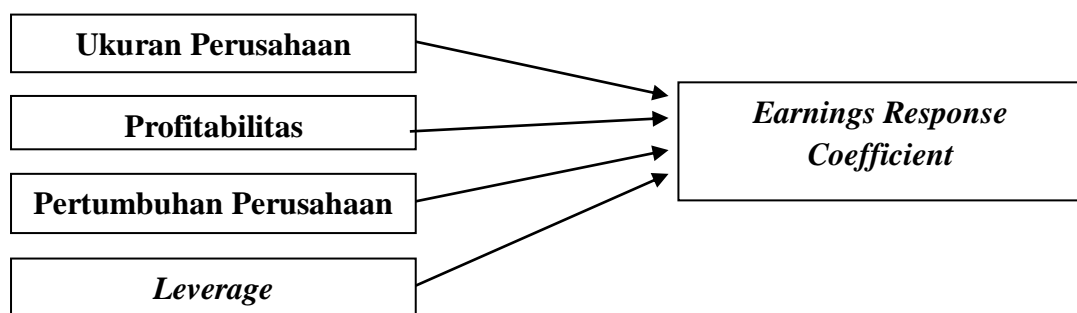
Leverage menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2014:112). *Leverage* akan memperbesar keberhasilan (laba) dan kegagalan (rugi) manajerial. Jika suatu perusahaan memiliki tingkat hutang yang cukup tinggi akan menyebabkan *financial leverage* semakin besar pula. Hal ini menyebabkan investor merasa kurang percaya akan publikasi laba oleh perusahaan karena para investor akan beranggapan bahwa perusahaan akan lebih mengutamakan pembayaran utang terlebih dahulu kepada para *debtholders* daripada pembayaran dividen. Tingkat *leverage* yang terlalu tinggi menyebabkan tingkat risiko yang besar pula hal inilah yang membuat para investor merasa khawatir jika berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian, respon pasar akan relative rendah saat pengumuman laba. Hal ini mencerminkan kualitas laba suatu perusahaan kurang atau tidak dalam kondisi baik. Para investor akan lebih memiliki kepercayaan terhadap perusahaan besar karena investor menganggap

perusahaan besar akan terus berusaha dalam meningkatkan kualitas labanya. Hubungan dengan teori sinyal yang digunakan yaitu saat pengumuman informasi keuangan mampu memberikan sinyal *good news* jika laba yang dihasilkan memiliki tingkat *leverage* yang rendah maka akan meningkatkan sinyal *good news* bagi investor. Sekaligus mampu meningkatkan *earning response coefficient*.

Berdasarkan penjelasan diatas dijelaskan bahwa semakin besar tingkat *leverage* perusahaan akan menurunkan respon positif investor pada saat pengumuman laba. Hal ini diperkuat dengan hasil pernyataan peneliti terdahulu oleh Dewi dan Putra (2017) dan Morehi (2013) menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, risiko sistematis, dan *leverage* sebagai variabel independen sedangkan *earning response coefficient* sebagai variabel dependen. Kerangka pemikiran penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : diolah peneliti

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient*, profitabilitas terhadap *earning response coefficient*, pertumbuhan perusahaan terhadap *earning response coefficient*, dan *leverage* terhadap *earning response coefficient*. Penelitian ini menggunakan teori sinyal (*Signalling Theory*). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori maka hipotesis yang dimunculkan sebagai berikut :

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earning response coefficient*

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap *earning response coefficient*,

H3 : Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap *earning response coefficient*

H4 : *Leverage* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*