

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laporan keuangan merupakan laporan yang menunjukkan kondisi finansial perusahaan dalam periode tertentu. Laporan keuangan terdiri dari laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan modal, laporan posisi keuangan, dan catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan perusahaan merupakan suatu sarana yang digunakan oleh investor dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini terjadi karena tujuan utama laporan keuangan yaitu untuk menyediakan informasi-informasi keuangan yang terkait dengan pengambilan keputusan. Tujuan utama investasi yang dilakukan oleh investor adalah memperoleh *return* yang maksimal dengan tingkat risiko yang rendah. Investor menggunakan laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi atas hasil analisis investor terhadap informasi yang disajikan dalam laporan keuangan.

Informasi keuangan yang diperlukan oleh investor untuk pengambilan keputusan investasi adalah informasi laba. Informasi laba yang diperlukan investor tersaji dalam laporan laba rugi. Informasi laba dapat menjadi indikator keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, sehingga investor sering menggunakan informasi laba sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. *Return* yang diharapkan oleh investor tercermin dalam informasi laba yang disajikan perusahaan, sehingga apabila laba yang diperoleh perusahaan rendah maka *return* yang diperoleh investor akan rendah pula. Tingkat perubahan *return*

dalam merespon informasi laba dapat diukur dengan menggunakan *earning response coefficient*.

Tabel 1.1
PERTUMBUHAN INDUSTRI MANUFAKTUR TAHUN 2017-2018

Keterangan	2017 (%)	2018 (%)
Triwulan I	4,28	4,50
Triwulan II	3,50	3,84
Triwulan III	4,85	4,33
Triwulan IV	4,46	3,90
Triwulan I-IV	4,27	4,14

Sumber: [https://kemenperin.go.id/download/19418/Laporan-Analisis-Perkembangan-Industri-Edisi-II-\(Triwulan-I\)-2018](https://kemenperin.go.id/download/19418/Laporan-Analisis-Perkembangan-Industri-Edisi-II-(Triwulan-I)-2018)

Informasi laba perusahaan yang meningkat setiap tahunnya menggambarkan bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan. Berdasarkan analisis perkembangan industri yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, sepanjang tahun 2017-2018 pertumbuhan perusahaan manufaktur mengalami kenaikan dan penurunan. Penurunan pertumbuhan industri manufaktur terjadi pada triwulan I-II tahun 2017 dan 2018. Peningkatan pertumbuhan industri terjadi pada triwulan II-III tahun 2017 dan 2018, sedangkan pada triwulan III-IV tahun 2017 dan 2018 terjadi penurunan pertumbuhan. Berdasarkan rata-rata persentase triwulan I-IV, pertumbuhan industri manufaktur pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan dari angka 4,27 % menjadi 4,14%. Penurunan pertumbuhan industri manufaktur disebabkan oleh produk industri manufaktur yang kalah bersaing dengan produk negara lain. Pertumbuhan perusahaan menjadi hal yang penting bagi pihak eksternal maupun internal perusahaan. Pihak eksternal perusahaan, seperti investor akan menilai penurunan pertumbuhan industri sebagai

hal yang negatif sehingga akan menurunkan minat investor untuk melakukan investasi dalam industri manufaktur. Penurunan pertumbuhan industri yang terjadi akan menghasilkan *return* yang rendah bagi para investor apabila investor melakukan investasi dalam industri tersebut, sehingga berakibat pada rendahnya *earning response coefficient*. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia dan industri barang konsumsi karena kedua sektor tersebut memiliki perkembangan perdagangan saham sektoral tertinggi pada industri manufaktur tahun 2018. Rata-rata perdagangan saham industri barang konsumsi sebesar 900,87 miliar, sedangkan rata-rata perdagangan saham industri dasar dan kimia sebesar 752,22 miliar. Sektor industri barang konsumsi memiliki nilai kapitalisasi pasar sebesar Rp. 1.399.327.508,7 sedangkan sektor industri dasar dan kimia memiliki nilai kapitalisasi pasar sebesar 623.916.549,1 (sumber: ojk.go.id). Investasi pada sektor industri manufaktur mengalami kenaikan pada tahun 2014 sebesar 195,74 triliun, naik menjadi 226,18 triliun pada tahun 2018 (sumber: kemeperin.go.id).

Investor memberikan kewenangan terhadap pihak manajemen perusahaan untuk bertindak atas nama investor yaitu dengan memberi kepercayaan dalam pengambilan keputusan atas investasi yang dilakukan investor. Hubungan kontraktual antara investor (*principal*) dengan manajemen perusahaan (*agen*) disebut dengan teori agensi (Jensen dan Meckling, 1976). Pihak investor dan pihak manajemen perusahaan mempunyai kepentingan masing-masing, sehingga dapat terjadi ketidakseimbangan informasi (*asymetri information*). Pihak manajemen perusahaan sebagai pihak yang melaksanakan kegiatan operasional perusahaan

yang bertujuan untuk memperoleh laba yang optimal memiliki informasi lebih banyak dibandingkan informasi yang diperoleh investor. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, investor harus melakukan pengawasan rutin terhadap kinerja manajemen perusahaan dan pihak manajemen perusahaan harus mempunyai batasan agar manipulasi laba perusahaan tidak terjadi. Pengawasan yang dilakukan investor terhadap perusahaan menimbulkan adanya biaya agensi (*agency cost*). Adanya perbedaan kepentingan antara agen dan *principal* juga dapat menimbulkan konflik keagenan (*agency conflict*).

Pihak manajemen perusahaan memberikan sinyal terhadap publik dengan tujuan bahwa dengan disampaikannya informasi keuangan tersebut terhadap publik dapat terjadi peningkatan dalam harga saham perusahaan, pemberian sinyal oleh pihak manajemen perusahaan tersebut disebut dengan teori *signaling* (Sugiarto, 2009). Teori *signaling* juga dapat menjelaskan cara suatu perusahaan untuk menyampaikan sinyal kepada investor atau pengguna laporan keuangan yang dapat digunakan dalam menganalisis dan mempertimbangkan pengambilan keputusan investasi. Sinyal yang diberikan perusahaan akan menimbulkan reaksi pasar. Reaksi pasar tersebut dapat dilihat melalui pergerakan saham. Selain itu, sinyal tersebut juga mampu menggambarkan kinerja perusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan maka dapat menarik respon pasar terhadap perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan menggambarkan perkembangan dari perusahaan, dimana hal tersebut akan memberikan nilai lebih dari sudut pandang investor yang berharap mendapatkan tingkat pengembalian atas investasi yang tinggi. Pertumbuhan perusahaan merupakan perubahan berupa peningkatan atau

penurunan total aset yang dimiliki perusahaan (Brigham dan Houston, 2009). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi memiliki informasi terkait dengan pertumbuhan perusahaan tersebut di dalam laporan keuangan yaitu berupa informasi laba yang sangat menarik bagi investor. Informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang tinggi akan diiringi dengan meningkatnya laba perusahaan. Meningkatnya laba perusahaan secara terus menerus akan mendapatkan respon positif dari para investor dalam mengambil keputusannya dan akan meningkatkan *earning response coefficient* (Fauzan dan Purwanto, 2017). Berdasarkan teori *signaling*, semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka akan meningkatkan dorongan manajer untuk memberikan informasi keuangan secara detail dan akurat dengan tujuan agar pihak eksternal dapat memahami dan memperoleh informasi mengenai perusahaan. Informasi keuangan tersebut dapat meningkatkan respon investor apabila di dalamnya terdapat laba perusahaan yang tinggi dan akan berdampak pada respon investor yang akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Fauzan, Agus Purwanto (2017) menyimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zahroh Naimah, Siddharta Utama (2006) dan Rofika (2015) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *earning response coefficient*.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Munawir, 2010). Profitabilitas dapat diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva yang dimiliki secara produktif. Suatu perusahaan harus dapat mempertahankan

kelangsungan hidupnya dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Apabila profitabilitas perusahaan tinggi, laba yang dihasilkan perusahaan akan meningkat. Meningkatnya laba perusahaan akan meningkatkan respon investor terhadap perusahaan, sehingga semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar *earning response coefficient* (I Gusti *et al.*, 2016). Berdasarkan teori *signaling*, tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi merupakan sebuah sinyal bahwa perusahaan menjanjikan keuntungan yang tinggi, sehingga dapat direspon dengan cepat oleh para investor. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahboobe Hasanazade, Roya Darabi, dan Gholamreza Mahfoozi (2013), Maisil Delvira dan Nelvirita (2013), I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi, I Ketut Yadnyana, dan I Putu Sudana (2016), Gusti Ayu Putu Sintya Aryanti dan Eka Ardhani Sisdyani (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan positif terhadap *earning response coefficient*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Fauzan dan Agus Purwanto (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earning response coefficient*.

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban perusahaan dalam jangka panjang atau jangka pendek (Kasmir, 2012). Rasio ini dapat digunakan untuk melihat seberapa besar kegiatan perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Besar kecilnya rasio ini tergantung dari besarnya pinjaman yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi berarti memiliki hutang yang besar. Perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi, laba perusahaan yang diperoleh akan mengalir lebih banyak pada kreditur, sehingga *good news* pada laba akan

diberikan kepada kreditur bukan kepada pemegang saham. Informasi terkait dengan pengumuman laba akan direspon cepat oleh kreditur, namun akan direspon negatif oleh investor. Investor merespon hal tersebut secara negatif karena baranggapan bahwa perusahaan akan mengutamakan pembayaran hutang daripada pembayaran dividen kepada investor. Respon negatif yang ditimbulkan oleh investor akan menyebabkan rendahnya *earning response coefficient* (Maisil, 2013). Berdasarkan teori agensi, tingginya *leverage* yang dimiliki perusahaan dapat menyebabkan konflik keagenan antara *shareholder* dengan *debtholder*. Konflik tersebut muncul karena *debtholder* yang mendapatkan pembayaran hutang dari perusahaan, sedangkan *shareholder* baru akan memperoleh pendapatan setelah perusahaan menyelesaikan kewajiban yang harus dibayarkan kepada *debtholder*. Hal tersebut akan berdampak pada rendahnya respon investor terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zeinab Ramzi Radchobeh, Shaer Biyabani, dan Hashem Nikoumaram (2012), Mahboobe Hasanzade, Roya Darabi, dan Gholamreza Mahfoozi (2013), Maisil Delvira dan Nelvirita (2013) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan pada *earning response coefficient*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Desriyana Natalia dan Ni Made Dwi Ratnadi (2017) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap *earning response coefficient*.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala yang digunakan dalam mengklasifikasikan besar atau kecilnya perusahaan dengan berbagai cara yaitu melalui total pendapatan, aset, dan modal perusahaan (Basyaib, 2007). Suatu perusahaan dapat dikatakan kuat apabila total pendapatan, aset dan modal

perusahaan berjumlah besar. Perusahaan yang berukuran besar akan mudah untuk melakukan inovasi dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Adanya inovasi tersebut akan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang akan semakin besar, besarnya laba yang diperoleh perusahaan akan menguntungkan investor karena *return* yang dibagikan pada investor akan tinggi sehingga semakin besar ukuran perusahaan semakin besar pula *earning response coefficient* (I Gusti *et al*, 2016). Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang berukuran besar memiliki *agency cost* yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. Perusahaan memiliki *agency cost* yang besar karena perusahaan harus menyampaikan pelaporan keuangan yang lengkap sebagai wujud pertanggungjawaban manajemen perusahaan. Laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan berukuran besar akan mendapatkan respon yang positif dari investor karena laba yang diperoleh juga tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh L.P. Agustina Kartika Rahayu dan I.G.N Agung Suaryana (2015), I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi, I Ketut Yadnyana, dan I Putu Sudana (2016), Khaerul Umam Sandi (2013), Zahroh Naimah dan Siddharta Utama (2006) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *earning response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Nana Nofianti (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan negatif terhadap *earning response coefficient*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rofika (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earning response coefficient*.

Struktur modal merupakan suatu faktor yang penting bagi perusahaan, karena baik buruknya struktur modal suatu perusahaan akan berdampak terhadap posisi

keuangan perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan (Kesuma, 2009). Struktur modal dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari hutang jangka panjang dengan ekuitas yang digunakan oleh perusahaan (Gitman, 2009). Perusahaan yang mempunyai struktur modal yang besar artinya perusahaan tersebut berada dalam kondisi kurang baik karena perusahaan menggunakan hutang yang besar sebagai sumber pendanaan dibandingkan modal sendiri. Kondisi tersebut akan menjadikan beban yang berat bagi perusahaan, sehingga akan berpengaruh pada laba perusahaan. Investor akan beranggapan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan akan lebih menguntungkan para *debtholder* jika perusahaan memiliki hutang yang besar, sehingga tingginya struktur modal akan berdampak pada rendahnya *earning response coefficient* (Nana, 2014). Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang memiliki struktur modal dengan tingkat hutang yang tinggi dapat menyebabkan *agency conflict* antara *shareholder* dengan *debtholder*. Perusahaan harus membayarkan kewajiban untuk melunasi hutang terhadap *debtholder*, sedangkan *shareholder* akan menerima pendapatan setelah perusahaan menyelesaikan kewajiban yang harus dibayarkan kepada *debtholder*. Kewajiban perusahaan terhadap *debtholder* akan menurunkan respon dari investor karena perusahaan lebih mengutamakan pembayaran hutang terhadap *debtholder*. Penelitian yang dilakukan oleh Made Vina Christhina dan Sri Rahayu (2018), Khoerul Umam Sandi (2013) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earning response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Zahroh Naimah, Siddharta Utama (2006) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh secara positif terhadap *earning response coefficient*,

sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nana Nofianti (2014) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh secara negatif terhadap *earning response coefficient*.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini penting dilakukan karena dapat membantu investor untuk membuat keputusan investasi dengan mengetahui *return* yang diperoleh perusahaan dan efektivitas perusahaan dengan melihat *earning response coefficient* suatu perusahaan, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN, DAN STRUKTUR LABA TERHADAP *EARNING RESPONSE COEFFICIENT* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2014-2018”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap *earning response coefficient*?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *earning response coefficient*?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earning response coefficient*?
5. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap *earning response coefficient*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap *earning response coefficient*.
2. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap *earning response coefficient*.
3. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap *earning response coefficient*.
4. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient*.
5. Untuk menguji pengaruh struktur modal terhadap *earning response coefficient*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
Secara teoritis penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam menambah wawasan yang lebih luas serta dijadikan sebagai bahan acuan atau informasi untuk melanjutkan penelitian dengan topik *earning response coefficient*.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi penulis diharapkan dapat menambah wawasan mengenai keuangan perusahaan khususnya mengenai *earning response coefficient* yang disajikan dalam penelitian ini.

- b. Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam penyajian laba perusahaan sehingga para calon investor dapat merespon laba yang disajikan perusahaan dengan baik.
- c. Bagi investor hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran untuk mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam melakukan investasi pada suatu perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu menjelaskan latar belakang permasalahan dimana latar belakang tersebut berkaitan dengan fenomena yang terjadi dan berkaitan dengan data awal dari variabel dependen dan menjelaskan alasan penelitian ini dilakukan serta menjelaskan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian yang diperoleh para pihak peneliti maupun pihak perusahaan serta sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua menjelaskan penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga mencakup rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengungkapan variabel, penentuan populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

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

BAB V PENUTUP

Bab lima menguraikan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran untuk peneliti sebelumnya.

