

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tinggi rendahnya aktivitas operasi maupun investasi perusahaan secara langsung mencerminkan ukuran suatu perusahaan. Perusahaan besar dianggap mampu untuk meningkatkan kinerja perusahaannya dengan upaya meningkatkan kualitas labanya, sehingga investor akan lebih memiliki kepercayaan kepada perusahaan besar. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan bahwa laporan keuangan perusahaan tersebut mengandung berita baik dan perusahaan yang mengalami berita baik akan cenderung menyerahkan laporan keuangannya tepat waktu. Jika perusahaan besar yang memberikan informasi laba dan laporan keuangan secara tepat waktu, maka perusahaan besar akan semakin mendapat respon dari pemegang saham. Perusahaan besar cenderung menjaga *image* perusahaan di mata investor dan calon investor, untuk menjaga *image* tersebut maka perusahaan - perusahaan besar berusaha menyampaikan laporan keuangan secara tepat waktu. Sebagai *goodnews* atau *badnews* informasi perusahaan besar akan selalu diikuti oleh investor dan calon investor dari tahun ke tahun.

Laporan laba rugi merupakan salah satu unsur dalam laporan keuangan yang menjadi perhatian investor, yang merupakan suatu laporan yang dicapai oleh perusahaan yang memberikan informasi mengenai laba atau rugi dalam satu periode. Laba pada laporan keuangan yang dicapai oleh perusahaanlah yang menjadi pusat perhatian investor dan calon investor. Investor dan calon investor

berharap bahwa laporan keuangan yang oleh perusahaan merupakan kondisi riil perusahaan pada saat itu dan dapat memberikan informasi untuk mengambil keputusan yang terkait dengan investasi dana.

Untuk mengetahui kualitas laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan *earning response coefficient*. *Earning Response Coefficient (ERC)* adalah suatu besaran yang mana digunakan untuk menunjukkan pengukuran kekuatan hubungan antara return saham dengan laba perusahaan. Apabila suatu perusahaan memiliki kinerja yang baik dan menghasilkan laba yang tinggi pula, maka dapat memberi keuntungan bagi investor yang menanamkan modalnya di suatu perusahaan dalam memperoleh pengembalian (*return*) tiap saham yang dimilikinya. Sedangkan apabila laba suatu perusahaan rendah, maka pengembalian (*return*) tiap saham yang dimiliki investor juga rendah, karena tinggi rendahnya return saham dipengaruhi oleh tinggi rendahnya laba yang didapatkan oleh perusahaan. Untuk membuat keputusan ekonomi, bagi investor dan calon investor tinggi rendahnya *earning response coefficient* mampu menunjukkan bahwa informasi yang terkandung dalam laba bersifat informatif atau tidak.

Pengukuran kualitas laba perlu dilakukan untuk memahami perbedaan kualitas laba dan kebutuhan akan perbandingan laba. Laba tidak mempunyai kualitas pengukuran yang mutlak, namun untuk menjelaskan dan menganalisis kualitas laba terdapat pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kualitatif berdasarkan *judgement* (pendapat) atau pandangan yang berdasarkan wawasan, pengalaman, dan logika sedangkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis rasio.

Untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang atau pihak luar dapat diukur dengan menggunakan *leverage*. Bagi kreditor informasi laba pada perusahaan merupakan berita baik dari pada bagi pemegang saham apabila tingkat *leverage* perusahaan tinggi. Investor dan calon investor akan kurang percaya pada laba yang dipublikasikan oleh perusahaan apabila memiliki tingkat *leverage* yang tinggi. Karena hutang ini yang diuntungkan bukanlah pemegang saham melainkan kreditor atau *debtholders*, dimana pembayaran hutang harus didahulukan dari pada pembagian dividen. Perusahaan akan memiliki risiko rugi yang lebih tinggi apabila memiliki tingkat hutang yang tinggi pula dan sebaliknya perusahaan yang memiliki rasio utang yang rendah tidak berisiko besar, tetapi peluang untuk melipat gandakan pengembalian atas ekuitas kecil. Karena itu, reaksi pasar lebih rendah terhadap berita baik perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi dibandingkan tingkat *leverage* yang rendah. Maka semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan akan semakin rendah *earnings response coefficient*.

Pada kenyataannya *leverage* (hutang) yang dimiliki perusahaan memiliki dampak positif terhadap investor dan calon investor yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan dikarenakan laporan keuangan perusahaan juga diawasi oleh kreditor oleh sebab itu perusahaan tidak dapat memanipulasi laporan keuangannya. Penelitian ini menggunakan variabel yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ratih Permata Dewi, dkk (2016) yang meneliti tentang Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Ketepatanwaktuan Penyampaian Laporan Keuangan dan Implikasinya pada *Earning Response Coefficient*. Dimana perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

adalah dengan menambah dua variabel yaitu penambahan variabel *leverage* dan *market to book value ratio*. Alasan peneliti menambah variabel independen *leverage* karena beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Misil Delvira dan Nelvirita (2013), dan Roni (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*. Disini peneliti ingin menguji ulang pengaruh *leverage* terhadap *earning response coefficient* karena menurut peneliti *leverage* (hutang) dapat membantu perusahaan apabila sedang kekurangan dana dan keuntungan yang diperoleh tidak hanya dirasakan oleh kreditor atau *debtholders* melainkan juga dapat dirasakan oleh pemegang saham. Dan alasan peneliti menambah variabel independen *market to book value ratio* karena dalam beberapa penelitian sebelumnya terdapat adanya perbedaan hasil penelitian diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Erma Seiawati, Nursiam, dan Fitri Apriliana (2014) menyatakan bahwa *market to book value ratio* berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient* berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Roni (2016) menyatakan bahwa *market to book value ratio* berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014 - 2016. Peneliti ingin menguji bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, *leverage*, dan *market to book value ratio* terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *earning response coefficient* ?
2. Bagaimanakah pengaruh Profitabilitas terhadap *earning response coefficient* ?
3. Bagaimanakah pengaruh Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan terhadap *earning response coefficient* ?
4. Bagaimanakah pengaruh *Leverage* terhadap *earning response coefficient* ?
5. Bagaimanakah pengaruh *Market To Book Value Ratio* terhadap *earning response coefficient* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap *earning response coefficient*
2. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh profitabilitas terhadap *earning response coefficient*
3. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan terhadap *earning response coefficient*
4. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh *leverage* terhadap *earning response coefficient*
5. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh *market to book value ratio* terhadap *earning response coefficient*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi ilmu ekonomi khususnya akuntansi, yaitu akuntansi keuangan tentang *Earning Response Coefficient*.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengetahui kualitas laba yang baik bagi perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Earning Response Coefficient* dan dapat membantu para investor dan calon investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi mengenai pembahasan *Earning Response Coefficient*.