

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada zaman globalisasi ini banyak kegiatan perekonomian yang sudah menggunakan teknologi dan informasi yang canggih dalam melakukan suatu kegiatan transaksi yang melibatkan banyak pihak. Hal ini membuat perubahan roda perekonomian bertumbuh cukup pesat, baik di pasar internasional maupun pasar domestik. Dengan perubahan yang dirasakan membuat tujuan dari perusahaan dapat mudah tercapai. Tujuan dari kebanyakan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan (*profit*). Untuk itu, diperlukan dana dalam mengembangkan dan memperoleh laba yang berdampak pada kekuatan dan kelangsungan hidup perusahaan. Pasar modal menjadi wadah bagi pihak perusahaan untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya, dan tempat berinvestasi jangka panjang oleh pihak investor.

Pasar modal merupakan dampak dari kecanggihan dalam bidang pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi khususnya pada sektor bisnis. Pasar modal memiliki peranan penting bagi perekonomian suatu negara karena memiliki berbagai macam fungsi salah satunya sebagai sarana pendanaan usaha bagi perusahaan dari para pemodal (investor). Pasar modal merupakan tempat jual beli berbagai instrumen keuangan berjangka panjang seperti obligasi, saham, reksadana dan berbagai macam instrumen keuangan lainnya. Menurut Alifiana dan Praptiningsih (2016) dengan adanya pasar modal pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dapat menginvestasikan dana yang dimiliki dengan harapan dapat memperoleh imbalan (*return*) di masa depan, sedangkan pihak *issuer* (perusahaan) dapat memanfaatkan dana tersebut untuk kepentingan perusahaan.

Para investor memerlukan suatu komponen informasi untuk dijadikan acuan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Untuk itu, laporan keuangan

perusahaan jadi bagian yang kompleks untuk kebutuhan para investor di mana terdapat informasi mengenai latar belakang, kinerja dan perubahan posisi keuangan perusahaan. Hal ini menjadi kewajiban setiap perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek dalam memberikan sarana informasi kegiatan perusahaan dalam bentuk laporan tahunan (*annual report*) maupun laporan keuangan (*financial statement*). Laporan keuangan merupakan media utama yang menyediakan informasi serta merangkum secara detail semua aktifitas perusahaan dan kemudian diberikan kepada *stakeholders* perusahaan. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar penggunanya Alifiana dan Praptiningsih (2016).

Laporan keuangan digunakan sebagai dasar untuk memprediksi pengambilan keputusan. Disamping itu informasi yang berasal dari laporan keuangan juga dapat memperlihatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu informasi akuntansi sangat penting untuk salah satu bagian pemakai laporan keuangan seperti investor untuk pertimbangan berinvestasi di pasar modal. Jika laporan keuangan disajikan oleh perusahaan yang terdaftar sesuai dengan aturan dan ketentuan atau standar yang berlaku, maka fungsi dalam pasar modal dapat berjalan efektif, sehingga laporan keuangan yang kompeten merupakan bagian yang penting dalam perkembangan pasar modal. Komponen dalam laporan keuangan seperti laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan (CALK) memiliki manfaat dan fungsinya masing-masing. Namun, dari kebanyakan investor akan melihat kinerja suatu perusahaan pada laporan laba rugi perusahaan, karena menganggap akan lebih efisien menafsirkan aktivitas operasi perusahaan.

Laporan laba rugi merupakan bagian laporan keuangan yang dicari para investor dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi kinerja suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk menginvestasikan modalnya. Selain itu pada laporan tersebut terdapat informasi mengenai rincian laba (*earnings*) yang dicapai suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Laba merupakan informasi pasar yang diyakini sebagai informasi utama karena dapat mempengaruhi investor dalam

membuat keputusan membeli, menjual atau menahan sekuritas yang diterbitkan oleh perusahaan Rahayu dan Suaryana (2015). Informasi mengenai laba mempunyai pengaruh penting terhadap kinerja perusahaan, terutama berpengaruh pada harga saham. Hal ini dibuktikan apabila terjadi kenaikan harga saham maka informasi laba yang disajikan dalam laporan keuangan dari periode sebelumnya mengalami kenaikan, dan demikian sebaliknya (Alifiana dan Praptiningsih, 2016).

Perusahaan sektor barang konsumsi atau *consumer goods* menjadi salah satu sektor yang kerap menjadi incaran para investor maupun debitur untuk bisa menanamkan modal maupun meminjamkan dana. Ini membuat laporan keuangan dari emiten yang dimiliki perusahaan barang konsumsi menjadi incaran untuk bisa menjadi instrumen analisis untuk melihat peluang keuntungan yang diharapkan. Sektor ini menjadi kekuatan pada pasar modal khususnya di industri manufaktur yang memiliki ketahanan pada saat keadaan ekonomi yang baik maupun buruk. Pada saat ini, Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi akibat pandemi virus COVID-19, tetapi kondisi perusahaan yang terdapat pada sektor ini tetap menunjukkan kestabilan dalam sisi perdagangan saham maupun penjualan komoditi masing-masing. Hal ini dikarenakan beberapa komoditi yang berada pada sektor ini merupakan barang yang di konsumsi masyarakat pada aktivitas sehari-hari yang membuat output perusahaan tetap stabil. Pada laman Bisnis.com, 2020 menjelaskan, seluruh sektor mencatatkan kinerja negatif pada kuartal pertama tahun 2020, tetapi sektor barang konsumsi yang mampu menjadi sektor dengan tingkat koreksi minim serta paling *defensif* diantara sektor lainnya dengan koreksi sebesar 19,17%. Ini menjadikan perusahaan pada sektor ini sebagai tujuan investor untuk menanamkan modalnya.

Untuk dapat menentukan laporan keuangan yang berkualitas pada sektor barang konsumsi yang dapat dijadikan alat analisis, diperlukan sebuah informasi mengenai laba dari perusahaan tersebut. Informasi laba merupakan salah satu instrumen yang digunakan investor maupun calon investor untuk menentukan pengambilan keputusan investasi. Investor melihat bahwa laba merupakan indikator kinerja perusahaan dan *return* di masa mendatang (Delvira dan Nelviritia,

2013). Namun laba itu sendiri memiliki keterbatasan yang dipengaruhi oleh asumsi perhitungan dan juga kemungkinan manipulasi data maupun informasi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Fungsi informasi laba perusahaan sangatlah terbatas dan juga kadang memberikan informasi yang bias, dibutuhkan informasi selain laba untuk mengasumsikan *return* saham perusahaan. Dengan asumsi bahwa investor akan menilai laba sekarang untuk memprediksi laba dan *return* dimasa yang akan datang, maka *future return* tersebut semakin berisiko jika reaksi investor terhadap *unexpected earnings* perusahaan juga semakin rendah (Santoso, 2015). Beberapa peneliti telah menemukan sebuah koefisien yang digunakan untuk mengukur kekuatan informasi laba dalam mempengaruhi *return* saham (*informativeness of earnings*) yang diukur dengan *earning response coefficient* (ERC) atau koefisien respon laba.

Koefisien respon laba adalah bentuk pengukuran informasi dalam laba. Apakah informasi laba tersebut telah mencerminkan keadaan yang sebenarnya, sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, dan juga dapat meningkatkan kebermanfaatan keputusan dalam pelaporan keuangan (Herdirinandasari dan Asyik, 2016). Menurut Paramita (2012) koefisien respon laba merupakan alat untuk mengukur seberapa besar reaksi pasar dalam merespon angka laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Reaksi pasar merupakan keputusan yang diambil oleh para pemakai laporan keuangan berdasarkan informasi yang diperoleh dari laporan keuangan yang pada umumnya tercermin dalam tindakan pelaku pasar. Reaksi pasar dipicu oleh berbagai hal, salah satunya adalah pengumuman yang berhubungan dengan laba (Susanto, 2012). Dengan kata lain, koefisien respon laba merupakan alat ukur yang digunakan pelaku pasar dalam mengukur informasi suatu laba yang berasal dari laporan keuangan perusahaan, kemudian akan menimbulkan reaksi dan respon lanjutan terhadap angka laba yang dilaporkan. Menurut Rahayu dan Suaryana (2015) secara umum koefisien respon laba diukur dengan slope koefisien dalam regresi *return abnormal* saham dengan laba atau *unexpected earnings*.

Investor akan lebih mudah memprediksi laba yang mungkin didapatkan dari investasi saham pada suatu perusahaan di masa datang dengan mengetahui koefisien respon laba suatu perusahaan. Dengan mengetahui berbagai macam faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba, maka dapat diketahui kemungkinan besar atau kecilnya harga saham atas informasi laba dari suatu perusahaan (Imroatussolihah, 2013). Berdasarkan beberapa penelitian, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba antara lain *leverage*, profitabilitas, kesempatan bertumbuh dan ukuran perusahaan.

Leverage merupakan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai suatu aset milik perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berarti memiliki utang lebih besar. Harahap (2015) menjelaskan bahwa rasio *leverage* menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*). Perusahaan yang memiliki *liability* lebih besar dari *equity* dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi (Fakhrudin, 2010). Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi, laba yang dimiliki perusahaan tersebut lebih dominan akan mengalir pada kreditur sehingga *good news* pada laba akan diberikan kepada kreditur dibanding pemegang saham. Ini membuat koefisien respon laba dipengaruhi negatif oleh *leverage* karena informasi terhadap pengumuman laba direaksi cepat oleh kreditur, namun direspon negatif oleh pemegang saham yang beranggapan perusahaan akan mengutamakan pembayaran hutang daripada pembayaran dividen (Delvira dan Nelvirita, 2013). Perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi juga dapat menimbulkan risiko kebangkrutan jika manajemen tidak mampu melakukan pembayaran pinjamannya.

Dalam penjelasan Hasanzade, Darabi, dan Mahfoozi (2013) kesempatan bertumbuh perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi sumber-sumber pendanaan potensial perusahaan (baik dari internal maupun eksternal) guna melakukan kegiatan investasi dan untuk memberikan perencanaan keuangan yang tepat bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar akan memiliki koefisien respon laba tinggi (Santoso,

2015). Pendapat tersebut didukung oleh Fauzan dan Purwanto (2017), perusahaan terus bertumbuh akan menarik respon positif dari investor lebih besar karena harapan keuntungan yang akan didapatkan dari perusahaan semakin tinggi sehingga akan menaikkan koefisien respon laba perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kesempatan bertumbuh perusahaan dapat menarik minat investor seperti pemegang saham karena asumsi yang disimpulkan bahwa perusahaan akan memiliki kestabilan dan kenaikan dari sisi keuntungan dan membuat *return* yang akan diperoleh akan meningkat pada periode selanjutnya. Penelitian Susanto (2012) mendukung pernyataan tersebut bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Namun pada penelitian Alifiana dan Praptiningsih (2016), Santoso (2015), Syarifulloh dan Wahyudin (2016) memberikan kesimpulan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

Profitabilitas juga dapat menjadi faktor penentu tinggi rendahnya koefisien respon laba. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi. Ini mempengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Koefisien respon laba pada perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi ditemukan lebih besar dibandingkan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang lebih rendah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Mahendra dan Wirama (2017) secara parsial bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba,. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2015) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan satu variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan agar variabel *leverage*, kesempatan bertumbuh perusahaan, dan profitabilitas terhadap variabel koefisien respon laba tidak dapat dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Ukuran perusahaan merupakan salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang tercermin atas aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan kemampuan perusahaan

dalam menghadapi ketidakpastian, sehingga investor yang bersikap hati-hati (*risk averse*) cenderung memperhitungkan besar kecil suatu perusahaan untuk digunakan investor dalam menentukan keputusan investasi (Indra, Zahron, dan Rosianawati, 2011). Menurut Susanto (2012) perusahaan besar dianggap memiliki lebih banyak informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi dalam saham perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala besar kecilnya perusahaan yang dapat mencerminkan risiko yang dihadapi serta mempengaruhi pasar dalam pengambilan keputusan yang dapat diukur dengan berbagai cara seperti dengan total aset, penjualan bersih dan kapitalisasi pasar perusahaan Alifiana dan Praptiningsih (2016).

Dengan latar belakang yang telah dijelaskan di atas judul yang diambil dalam penelitian ini adalah ” **PENGARUH *LEVERAGE*, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA (Studi Pada Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah *leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019?
- b. Apakah kesempatan bertumbuh secara parsial berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019?
- c. Apakah profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019?
- d. Apakah secara simultan *leverage*, kesempatan bertumbuh, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial *leverage* secara parsial terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019.
- b. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kesempatan bertumbuh terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019.
- c. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial profitabilitas terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019.
- d. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *leverage*, kesempatan bertumbuh, profitabilitas terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini membahas pengaruh informasi laba dengan melihat perubahan laba bersih dari periode sebelumnya yang akan berpengaruh terhadap perubahan harga saham di Bursa Efek Indonesia (BEI), diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan penulis dan pembaca dapat menjadi tambahan wawasan berpikir serta kajian mengenai pengaruh *leverage*, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas terhadap koefisien respon laba, sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai kesesuaian antara teori yang ada dengan fakta yang terjadi.

1.4.2 Aspek Praktis

a. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menginvestasikan modalnya dari penelitian

tentang pengaruh *leverage*, kesempatan bertumbuh, dan profitabilitas terhadap koefisien respon laba pada perusahaan barang konsumsi periode 2015-2019.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan terkait dalam pengungkapan dan pencatatan atas informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan agar memudahkan para pemangku kepentingan atau investor dalam membaca dan mengidentifikasi kualitas informasi yang terkandung.

c. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan, bahan referensi dalam penelitian sejenis dan pembandingan untuk penelitian selanjutnya, terutama bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) jurusan akuntansi agar pengembangan ilmu pengetahuan dapat berjalan dengan baik.