

**PENGARUH *LEVERAGE*, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**  
**(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

**Mikhael Tulus Pangidoan, Flourien Nurul Chusnah**

Departemen Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Jakarta, Indonesia

[pangidoanmikhael@gmail.com](mailto:pangidoanmikhael@gmail.com) ; [flo@stei.ac.id](mailto:flo@stei.ac.id)

***Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel leverage, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas terhadap koefisien respon laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatif kausal, dengan pendekatan kuantitatif dan metoda analisis data menggunakan analisis regresi data panel pada software Eviews 10. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Sampel ditentukan berdasarkan metode purposive sampling, sehingga didapatkan sampel sebanyak 26 perusahaan.*

*Penelitian ini menggunakan variabel dependen, variabel kontrol dan variabel independen. Sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah leverage, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas, serta variabel kontrol pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan terhadap variabel independen yaitu koefisien respon laba.*

*Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial leverage memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap koefisien respon laba. Namun kesempatan bertumbuh dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Secara simultan leverage, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 6.42%. Sisanya 93.58% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.*

**Kata Kunci:** *Leverage, Kesempatan Bertumbuh, Profitabilitas, Koefisien Respon Laba*

## **I. PENDAHULUAN**

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. 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.

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. 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 & 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. Sektor ini menjadi kekuatan pada pasar modal di industri manufaktur yang memiliki ketahanan pada saat keadaan ekonomi yang baik maupun buruk. Pada saat ini, Indonesia mengalami kontraksi

## ***PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA***

***(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)***

pertumbuhan ekonomi akibat pandemi virus COVID-19, tetapi kondisi perusahaan yang terdapat pada sektor ini 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%.

Untuk dapat menentukan laporan keuangan yang berkualitas pada sektor barang konsumsi agar 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 Nelvirita, 2013). 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. 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.

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. 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 *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).

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.

Profitabilitas juga dapat menjadi faktor penentu tinggi rendahnya koefisien respon laba. 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. 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 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 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.

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)”**.

## **II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Landasan Teori**

#### **Laporan Keuangan**

Laporan keuangan ialah penyajian terstruktur dari posisi dan kinerja keuangan suatu perusahaan. Menurut Hery (2015) laporan keuangan merupakan sebagai produk terakhir dari pengikhtisaran data transaksi dan serangkaian tahap pencatatan yang dijalankan oleh seorang akuntan dengan harapan dapat melaporkan setiap data keuangan sehingga terbentuklah laporan keuangan yang telah dihasilkan oleh sebuah entitas.

Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi.

#### **Pasar modal**

Menurut (*Bursa Efek Indonesia*, 2018) pasar modal atau *capital market* merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang (obligasi), ekuitas (saham), reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah), dan sebagai sarana bagi kegiatan berinvestasi.

#### **Teori Efisiensi Pasar**

Pasar efisien merupakan pasar di mana harga semua sekuritas yang diperdagangkan telah mencerminkan semua informasi yang tersedia (Alifiana dan Praptiningsih, 2016). Suatu pasar dikatakan efisien apabila tidak seorangpun, baik investor individu maupun investor institusi, akan

# **PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

**(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

---

mampu memperoleh *return* tidak normal (*abnormal return*), setelah disesuaikan dengan risiko, dengan menggunakan strategi perdagangan yang ada atau “*stock prices reflect all available information*”.

Efisiensi pasar berkaitan langsung dengan relevan atau tidaknya kegiatan untuk berusaha memprediksi arah harga. Pasar saham atau pasar modal dapat dikategorikan sebagai pasar yang efisien, hal ini didasari asumsi bahwa harga di masa mendatang hanya tergantung dari datangnya informasi baru dimasa mendatang yang tidak diketahui sebelumnya.

## **Teori Sinyal**

Teori sinyal atau *signaling theory* merupakan gagasan dimana satu pihak memiliki suatu informasi yang melekat tentang pihak tersebut dan disampaikan kepada pihak lain. Teori ini berdasar dari terjadinya *asymmetric information* yaitu terjadinya penyimpangan dari sebuah informasi yang sempurna Fauzan dan Purwanto (2017). Menurut Syarifulloh dan Wahyudin (2016) teori ini mengasumsikan bahwa informasi yang diterima oleh pihak internal dan eksternal berbeda (asimetri informasi). Pihak internal dianggap memiliki informasi tentang perusahaan lebih akurat dibandingkan pihak eksternal. Adanya asimetri informasi ini mendorong perusahaan untuk memberikan informasi baik dalam bentuk laporan keuangan maupun non keuangan (Alifiana dan Praptiningsih 2016).

Menurut (Godfrey et al., 2010) menyatakan konsekuensi logis dari teori sinyal akan ada insentif bagi semua manajer untuk menandakan ekspektasi laba di masa depan, jika investor percaya sinyal, harga saham akan meningkat dan pemegang saham akan mendapat manfaat. Teori ini menjelaskan keuntungan yang akan diperoleh berupa pengaruh pada peningkatan harga saham dipasar karena banyak investor yang berekspektasi positif dan memilih saham entitas tersebut. Teori ini merupakan informasi yang diberikan perusahaan terkait guna memberikan petunjuk kepada investor untuk pengambilan keputusan (Alifiana dan Praptiningsih 2016). Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

## **Koefisien Respon Laba**

Menurut Paramita (2012) kualitas laba dapat diindikasikan sebagai kemampuan informasi laba memberikan respon kepada pasar, dengan kata lain laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*), kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya *earnings response coefficient* (ERC), menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. *Earnings response coefficient* merupakan koefisien yang didapatkan dari *unexpected earnings* dengan *abnormal returns*. Jadi tinggi rendahnya kualitas informasi laba yang direpson oleh pasar dapat digambarkan oleh *earnings response coefficient* (ERC), dengan kata lain semakin bagus kandungan informasi maka semakin tinggi pula nilai koefisien respon laba (Sari et al., 2018).

Bila investor mempunyai anggapan bahwa informasi keuangan memiliki tingkat kredibilitas tinggi maka investor akan bereaksi atas laporan keuangan. Bila angka laba mengandung informasi, diteorikan pasar akan bereaksi terhadap pengumuman laba. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya *earnings response coefficient* (ERC), menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas.. Namun jika sebaliknya, reaksi yang rendah akan terjadi jika laporan keuangan memiliki kualitas yang diragukan. Koefisien respon laba merupakan proksi dari kualitas laba (Santoso, 2015).

Menurut Susanto (2012) penelitian mengenai koefisien respon laba berguna dalam analisis fundamental oleh investor, dalam model penelitian untuk menentukan reaksi pasar atas informasi laba suatu perusahaan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba, maka dapat diketahui kemungkinan besar kecilnya harga saham atas informasi laba.

### **Leverage**

Menurut Harrison Jr *et al.* (2012) mendefinisikan *leverage* sebagai “rasio utang mengindikasikan proporsi aset perusahaan yang dibiayai dengan utang. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar baik utang lancar maupun utang jangka panjang atau total kewajiban”.

Harahap (2015:306) menjelaskan bahwa rasio *leverage* menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun aset. *Leverage* biasanya dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap untuk memperbesar tingkat penghasilan bagi pemilik perusahaan, yang akan membuat ketidakpastian dari *return* yang akan diperoleh akan semakin tinggi Delvira dan Nelvrita (2013).

Menurut Dewi dan Putra (2017) *leverage* merupakan “penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetap, sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. *Leverage* digunakan untuk menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset dan sumber dana untuk memperbesar hasil pengembalian kepada pemiliknya. Namun bila memiliki utang yang terlalu besar, perusahaan akan berfokus pada resiko-resiko yang terjadi akibat besarnya utang akan menghambat inisiatif dan fleksibilitas manajemen untuk mengejar kesempatan yang menguntungkan”.

### **Kesempatan Bertumbuh**

Kesempatan bertumbuh menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan, ini membuat prospek yang positif bagi pertumbuhan perusahaan yang dapat mendatangkan laba perusahaan. Perusahaan yang terus menerus tumbuh, dengan mudah menarik modal, dan ini merupakan sumber pertumbuhan (Setiawati *et al.*, 2014).

Menurut Hasanzade *et al.* (2013) kesempatan bertumbuh perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi sumber-sumber pendanaan potensial perusahaan (baik internal maupun eksternal) guna melakukan kegiatan investasi dan untuk memberikan perencanaan keuangan yang tepat bagi perusahaan.

Menurut Fauzan dan Purwanto (2017) prospek pertumbuhan sebuah perusahaan adalah sebuah kesempatan bertumbuhnya perusahaan di masa mendatang. Apabila perusahaan terus bertumbuh maka akan menarik respon positif dari investor lebih besar karena harapan keuntungan yang akan didapatkan dari perusahaan semakin tinggi sehingga akan menaikkan koefisien respon laba tersebut. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi menjadi sebuah sinyal yang baik kepada para *stakeholder*, dan apabila mereka tertarik akan mudah menarik modal, terutama modal dari para investor.

### **Profitabilitas**

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki efisiensi profesional yang baik, sehingga memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi (Fauzan dan Purwanto, 2017). Profitabilitas suatu perusahaan mencerminkan keefektifan perusahaan yang memengaruhi respon investor terhadap informasi laba dalam pengambilan keputusan investasi. Profitabilitas merupakan salah satu elemen dalam penilaian kinerja dan efisien perusahaan sehingga erat kaitannya dengan laba yang dihasilkan (Santoso, 2015).

Mahendra dan Wirama (2017) mengungkapkan profitabilitas yang tinggi akan berdampak positif terhadap koefisien respon laba, karena profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kemampuan untuk menghasilkan keuntungan atau laba yang diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan, sehingga hal tersebut dapat menarik para investor untuk berinvestasi. Karena tujuan utama investor melakukan investasi untuk memperoleh *return* yang besar, atas dasar ini investor akan mencari perusahaan yang memberikan pengembalian investasi yang besar.

# **PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

**(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

---

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Koefisien Respon Laba**

Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi, berarti semakin berat beban keuangan yang di hadapi perusahaan, semakin tinggi risiko yang dihadapi oleh perusahaan maka semakin tinggi juga tingkat ketidakpastian akan kelangsungan hidup perusahaan, sehingga semakin kecil koefisien respon laba perusahaan (Subagyo dan Olivia, 2012).

Tingginya *leverage* mengakibatkan investor “takut” untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut dikarenakan risiko yang cukup tinggi sehingga respon pasar terhadap pengumuman laba menjadi relatif rendah. Respon pasar yang relatif rendah ini akan mencerminkan bahwa laba suatu perusahaan kurang atau tidak berkualitas (Dewi dan Putra, 2017).

Penelitian yang dilakukan Sari *et al.* (2018) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Ini juga didukung oleh penelitian Mehdi *et al.* (2010) bahwa setiap perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi membuat *earnings response coefficient* semakin rendah. Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dilakukan, maka hipotesis pertama yang diajukan adalah:

H<sub>1</sub> : *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba

### **Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Koefisien Respon Laba**

Kesempatan bertumbuh suatu perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek positif yang dapat mendatangkan laba perusahaan. Prospek tersebut menjadi sebuah sinyal baik terhadap investor maupun para pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya. Apabila perusahaan terus bertumbuh maka akan menarik respon positif dari investor lebih besar karena harapan keuntungan yang didapatkan dari perusahaan semakin tinggi sehingga menaikkan koefisien respon laba perusahaan tersebut (Fauzan dan Purwanto 2017).

Pemegang saham akan memberikan respon yang lebih kepada perusahaan yang memiliki kemungkinan kesempatan bertumbuh yang tinggi, karena perusahaan dengan kesempatan bertumbuh tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi di masa depan bagi pemegang saham (Susanto, 2012).

Teori tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Susanto (2012) dan Hasanzade *et al.* (2013) yang membuktikan bahwa perusahaan dengan kesempatan bertumbuh lebih besar akan memperoleh koefisien respon laba yang tinggi. Berdasarkan analisis dan penelitian terdahulu, maka hipotesis kedua yang diajukan adalah:

H<sub>2</sub> : Kesempatan bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Koefisien Respon Laba**

Profitabilitas memiliki kaitan dengan reaksi pasar atas laba perusahaan. Rasio profitabilitas menjadi hal yang diperlukan bagi investor dikarenakan dapat mengukur kinerja perusahaan untuk mempertimbangkan sejauh mana investasi yang akan dilakukan akan mampu memberikan *return* yang sesuai dengan tingkat yang diisyaratkan investor.

Menurut Aryanti dan Sisdyani (2016) profitabilitas berhubungan positif dengan respon investor, yaitu semakin besar profitabilitas maka semakin besar pula respon investor. Apabila profitabilitas dikaitkan dengan koefisien respon laba maka dapat dikatakan bahwa jika profitabilitas perusahaan tinggi, laba yang dihasilkan perusahaan meningkat, yang selanjutnya akan mempengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya.

Menurut penelitian Setiawati *et al.* (2014) besar kecilnya profitabilitas yang diperoleh perusahaan berpengaruh terhadap koefisien respon laba (ERC), sehingga mampu digunakan untuk meningkatkan koefisien respon laba dimasa mendatang dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Sejalan dengan penelitian Mahendra dan Wirama (2017) dengan kesimpulan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan pada *earnings response coefficient*. Penelitian Aryanti dan Sisdyani (2016) menunjukkan profitabilitas berpengaruh pada *earnings response coefficient* dan nilai koefisien regresi menunjukkan tanda positif, yang artinya profitabilitas berpengaruh positif

terhadap *earnings response coefficient* . Berdasarkan dari beberapa penjelasan diatas, maka hipotesis yang akan dinyatakan oleh peneliti adalah:

H<sub>3</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba

### **Pengaruh *Leverage*, Kesempatan Bertumbuh, Profitabilitas terhadap Koefisien Respon Laba**

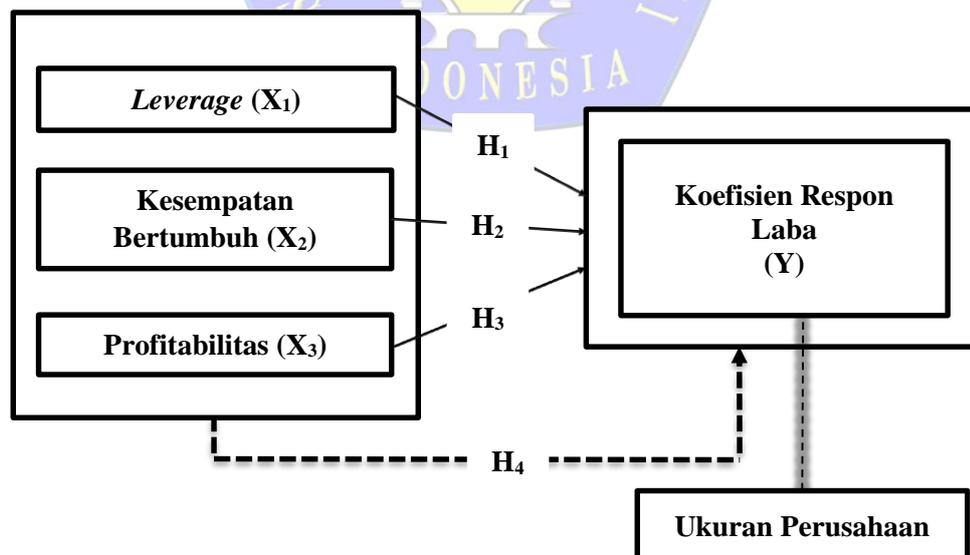
Segala kegiatan operasional dan kinerja suatu perusahaan dapat dikemukakan oleh pihak perusahaan dalam suatu laporan keuangan (*financial statement*) dan laporan tahunan (*annual report*). Laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat analisis untuk pengambilan keputusan investasi, biasanya digunakan oleh para investor. Investor perlu suatu analisis guna meyakinkan diri untuk menentukan perusahaan yang dapat ditanamkan modalnya, dari sisi utang, prospek pertumbuhan serta tingkat keuntungan laba yang dihasilkan perusahaan akan dijadikan acuan.

Pihak investor dapat melihat dari tiga aspek tersebut, agar menilai perusahaan bahwasannya apakah tepat dijadikan tempat investasi yang menguntungkan. *Leverage* yang tinggi dapat berdampak pada prospek pertumbuhan dimasa yang akan datang. Perusahaan dengan utang cukup tinggi membuat risiko dari perusahaan juga menjadi tinggi, dengan ini prospek pertumbuhan perusahaan akan mengalami penurunan dan bisa jadi akan mengalami kebangkrutan. Namun jika utang/pinjaman digunakan perusahaan secara wajar akan meningkatkan kesempatan bertumbuh perusahaan dan perolehan laba yang dihasilkan akan stabil serta bisa jadi meningkat. Ini membuat perusahaan memiliki peluang yang tinggi untuk memperoleh laba dan berdampak pada tingginya profitabilitas.

Dari keterkaitan aspek tersebut akan berdampak pada kualitas informasi laba yang akan diperoleh oleh investor agar dapat menentukan perusahaan yang akan di berikan modal. Maka dari itu *leverage*, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas dapat mempengaruhi koefisien respon laba. Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti dapat menyatakan hipotesis :

H<sub>4</sub> : *Leverage*, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba

Dari pengembangan hipotesis yang telah diuraikan, berikut ini gambaran variabel-variabel yang akan diuji dalam gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

# **PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

*(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)*

## **III. METODE PENELITIAN**

### **Strategi Penelitian**

Pada penelitian ini, strategi yang digunakan adalah penelitian asosiatif atau hubungan. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bermaksud menggambarkan dan menguji hipotesis hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:20). Hubungan yang ada pada penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab-akibat yang melibatkan variabel independen dengan variabel dependen.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:23) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data dalam penelitian ini diperoleh dari data sekunder. Data yang digunakan berasal dari perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun penelitian 2015-2019. Penelitian ini menggunakan data runtun waktu (*time series*) yaitu laporan keuangan dari tahun 2015-2019 dan data antar perusahaan atau data *cross section*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi data panel dan diolah menggunakan *software Eviews (Econometric Views) versi 10*.

### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode penelitian 2015-2019.

### **Sampel**

Sampel adalah bagian dari anggota populasi yang menjadi sumber data sebenarnya pada suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu yang disebut teknik sampling. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada kelompok *nonprobability sampling* dengan metode yang digunakan adalah metode *purposive sampling*.

Kriteria-kriteria sampel yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Perusahaan barang konsumsi yang tercantum di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015 - 2019.
- Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut selama periode 2015 - 2019.
- Perusahaan barang konsumsi yang memperoleh laba secara berturut-turut selama periode 2015 - 2019.
- Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah.

**Tabel 1:** Penentuan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019	42
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut selama periode 2015-2019	(9)

3	Tidak memperoleh laba secara berturut-turut selama periode 2015-2019	(7)
<b>Total Emiten Terpilih</b>		26
<b>Jumlah Sampel ( 26 x 5 tahun )</b>		130

Sumber: Diolah kembali (2020)

### Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

### Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Koefisien Respon Laba (ERC). Menurut Fauzan dan Purwanto (2017) koefisien respon laba merupakan koefisien yang mengukur respon investor terhadap pengumuman laba yang diperoleh dari regresi antara *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dan *Unexpected Earnings* (UE). Koefisien respon laba dapat diukur melalui beberapa tahapan, mengacu pada penelitian yang dilakukan Setiawati *et al.* (2014) antara lain:

#### 1. Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

Dalam penelitian ini yang perlu di hitung terlebih dahulu adalah *abnormal return*. Periode yang digunakan dalam jendela peristiwa (*event window*) selama 7 hari yaitu 3 hari sebelum (-3) tanggal publikasi laporan keuangan, 1 hari (0) pada saat publikasi laporan keuangan dan 3 hari (+3) setelah tanggal publikasi laporan keuangan.

##### a) *Abnormal Return* diperoleh dari

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- $AR_{it}$  = *Abnormal return* perusahaan i pada periode ke-t
- $R_{it}$  = *Return* perusahaan pada periode ke-t
- $R_{mt}$  = *Return* pasar pada periode ke-t

Pengukuran *abnormal return* dalam penelitian ini menggunakan *market-adjusted model* atau model sesuaian pasar, yang menganggap bahwa penduga terbaik untuk mengestimasi *return* suatu sekuritas adalah *return* pasar pada saat tersebut (Setiawati, Nursiam, dan Apriliana 2014). Model ini digunakan karena *return* sekuritas yang diestimasi sama dengan *return* pasar, jadi tidak perlu menentukan periode estimasi.

##### b) *Return* saham harian perusahaan diperoleh sebagai berikut:

$$R_{it} = \frac{(P_{it} - P_{it-1})}{P_{it-1}} \dots\dots\dots (2)$$

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

**PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**  
*(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)*

---

c) *Return* pasar harian perusahaan diperoleh sebagai berikut:

$$R_{mt} = \frac{(IHS_{git} - IHS_{git-1})}{IHS_{git-1}} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

- R<sub>it</sub> = *Return* pasar harian
- P<sub>it</sub> = Indeks harga saham gabungan pada hari ke t
- P<sub>it-1</sub> = Indeks harga saham gabungan pada hari ke t-1

d) Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR)

$$CAR_{it(-3,+3)} = \sum_{t=-3}^{t=+3} AR_{it} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan :

- AR<sub>it</sub> = *Abnormal Return* perusahaan i pada hari t
- CAR<sub>it(-3,+3)</sub> = *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i pada waktu jendela peristiwa (*event window*) pada hari t-3 sampai t+3, sebelum dan sesudah tanggal publikasi laporan keuangan.

2. Menghitung *Unexpected Earnings* (UE)

*Unexpected earnings* atau laba kejutan merupakan selisih dari laba yang diharapkan (*expected earnings*) dengan laba yang sebenarnya (laba laporan atau aktual). Berikut rumus laba kejutan:

$$UE_{i,t} = \frac{AE_{i,t} - AE_{i,t-1}}{AE_{i,t-1}} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

- UE<sub>i,t</sub> = *Unexpected earnings* perusahaan i pada periode t
- AE<sub>i,t</sub> = Laba akuntansi (*earnings*) setelah pajak perusahaan i pada tahun t
- AE<sub>i,t-1</sub> = Laba akuntansi (*earnings*) setelah pajak perusahaan i pada tahun t-1

3. Koefisien Respon Laba (*Earning Response Coefficient*)

Koefisien Respon Laba diperoleh dari regresi antar CAR dan UE, persamaan yang digunakan untuk menentukan ERC adalah:

$$CAR = \alpha + \beta (UE) + \varepsilon \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

- CAR = *Cummulative Abnormal Return*
- α = Konstanta
- (UE) = *Unexpected Earning*
- β = Koefisien hasil regresi (KRL)
- e = Komponen *error*

Bila hasil koefisien (β) tidak sama atau lebih dari nol (> 0) berarti laba mengandung informasi yang berkualitas sehingga bermanfaat bagi investor dalam pengambilan keputusan, namun sebaliknya jika hasil koefisien (β) negatif atau kurang dari nol (< 0) berarti laba tidak mengandung informasi yang berkualitas sehingga kurang informatif bagi para investor untuk pengambilan keputusan.

### Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini, antara lain :

a. *Leverage*

*Leverage* adalah rasio utang mengindikasikan proporsi aset perusahaan yang dibiayai dengan utang. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar, baik utang lancar maupun utang jangka panjang (total kewajiban) (Harrison Jr et al., 2012). *Leverage* diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER). Adapun rumus perhitungannya yang berasal dari penelitian Alifiana dan Praptiningsih (2016) sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Liability}}{\text{Total Equity}} \dots\dots\dots (7)$$

Menurut Alifiana dan Praptiningsih (2016) semakin tinggi DER perusahaan maka semakin kecil jumlah modal pemilik yang dapat dijadikan sebagai jaminan utangnya. Ketentuan umum seharusnya suatu perusahaan memiliki DER kurang dari 5% (DER < 0,05). Jika melebihi ketentuan umum dapat berdampak pada lemahnya koefisien respon laba.

b. Kesempatan Bertumbuh

Kesempatan bertumbuh perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi sumber-sumber pendanaan potensial perusahaan (baik internal maupun eksternal) guna melakukan kegiatan investasi dan untuk memberikan perencanaan keuangan yang tepat bagi perusahaan (Hasanzade, Darabi, dan Mahfoozi 2013). Perusahaan yang memiliki prospek pertumbuhan yang meningkat akan memunculkan anggapan positif dari investor maupun calon investor bahwa harapan keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan akan semakin tinggi.

Menurut Godfrey *et al.* (2010) kesempatan bertumbuh/ *growth opportunities* dihitung dengan menggunakan *market to book value of equity ratio* (MBE). Rumus perhitungan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Imroatussolihah (2013) yaitu :

$$MBE = \frac{\text{Total saham beredar} \times \text{Harga saham}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (8)$$

Perusahaan dengan pertumbuhan yang meningkat akan memberikan manfaat yang tinggi pula pada masa mendatang. Ketentuannya adalah perusahaan seharusnya memiliki tingkat *market to book equity ratio* tidak sama dengan nol atau lebih dari nol (> 0). Begitupun sebaliknya, pemegang saham akan memberikan respon yang kecil kepada perusahaan yang memiliki tingkat *market to book value of equity ratio* rendah atau bernilai negatif (> 0).

c. Profitabilitas

Profitabilitas suatu perusahaan mencerminkan keefektifan perusahaan yang mempengaruhi respon investor terhadap informasi yang terkandung di dalam laba saat pengambilan keputusan untuk melakukan investasi. Profitabilitas merupakan salah satu elemen dalam penilaian kinerja dan efisien perusahaan sehingga erat kaitannya dengan laba yang dihasilkan (Santoso, 2015).

Pada penelitian ini, peneliti profitabilitas perusahaan diukur menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA) yang menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba (Setiawati et al. 2014). Rumus dalam perhitungan ROA berdasarkan pada penelitian yang dilakukan Setiawati *et al.* (2014) adalah sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}} \dots\dots\dots (9)$$

**PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**  
*(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)*

---

Semakin besar *Return On Asset* (ROA) suatu perusahaan, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang mampu dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asetnya.

**Variabel Kontrol (Ukuran Perusahaan)**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan variabel kontrol untuk mengendalikan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Variabel kontrol yang digunakan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala besar atau kecil perusahaan yang dapat mencerminkan risiko yang akan 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).

Pada penelitian ini ditentukan berdasarkan pada total aset perusahaan. Ukuran perusahaan diukur menggunakan log *natural* total aset perusahaan baik aset lancar maupun aset tetap perusahaan, dengan perhitungan mengacu pada penelitian Mahendra dan Wirama (2017) sebagai berikut:

$$UP = \text{Log Natural (Total Aset)} \dots\dots\dots(10)$$

**Teknik Analisa Data**

Dalam mencari hubungan atau keterkaitan antar variabel pada penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif dengan metode yang dipakai adalah regresi data panel. Data panel adalah gabungan antara data *cross section* dan data *time series*, dimana unit data *cross section* yang sama diukur pada waktu yang berbeda. Dengan kata lain, data panel merupakan data dari beberapa individu (entitas) yang sama dan diamati dalam kurun waktu tertentu. Peneliti menggunakan uji regresi data panel untuk mencari sebuah pembuktian hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan *Excel 2016* dan *software statistic Econometric views (Eviews)* versi 10.

Menurut Widarjono (2013:253) penggunaan data panel dalam sebuah observasi mempunyai beberapa keuntungan yang diperoleh. Pertama, data panel merupakan gabungan dua data *time series* dan *cross section* mampu menyediakan data yang lebih banyak sehingga akan menghasilkan *degree of random* yang lebih besar. Kedua, menggabungkan informasi dari data *time series* dan *cross section* dapat mengatasi masalah yang timbul ketika ada masalah penghilangan variabel (*omitted-variabel*). Model regresi data panel dalam penelitian ini adalah:

$$ERC = C + \beta_1 DER + \beta_2 MBE + \beta_3 ROA + \beta_4 SIZE + eit \dots\dots\dots(11)$$

Keterangan :

- ERC = Koefisien Respon Laba
- C = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien Regresi
- DER = *Leverage*
- MBE = Kesempatan Bertumbuh
- ROA = Profitabilitas
- SIZE = Ukuran Perusahaan
- eit* = *Error*
- t = Waktu
- i = Perusahaan

#### IV. HASIL

##### Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan sebagai gambaran atau untuk penjelasan secara singkat mengenai data dari variabel-variabel yang diteliti. Statistic deskriptif dapat memberikan informasi tentang karakteristik variabel penelitian seperti jumlah observasi, nilai mean, nilai nilai maksimum, nilai minimum, dan simpangan baku. Berdasarkan uji statistik deskriptif yang dilakukan menggunakan *Eviews 10* maka dapat diperoleh hasil seperti pada tabel berikut.

**Tabel 2:** Hasil Uji Statistik Deskriptif

	KRL	LEV	KSB	PROFIT	UP
Mean	0.064979	0.712551	6.319530	0.131887	28.98753
Maximum	1.762612	2.909487	82.44443	0.920997	32.20096
Minimum	-1.337414	0.076125	0.256446	0.000866	25.79571
Std. Dev.	0.533204	0.566884	12.64262	0.125406	1.575828
Observations	130	130	130	130	130

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat diketahui sampel yang digunakan sebanyak 130 sampel. Untuk hasil koefisien respon laba, nilai maksimum sebesar 1.762612 diperoleh PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) pada tahun 2015 dengan nilai lebih dari 0 ( $> 0$ ), ini menunjukkan bahwa kandungan informasi laba berkualitas dan dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan oleh investor. Untuk nilai minimum (terendah) koefisien respon laba sebesar -1.337414 diperoleh PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), dengan nilai kurang dari 0 yang menunjukkan kandungan informasi laba kurang berkualitas dan terbatas untuk digunakan sebagai pengambilan keputusan. Koefisien respon laba memiliki nilai rata-rata sebesar 0.068334 dengan standar deviasi 0.533204. Nilai rata-rata koefisien respon laba sama dengan 0, ini menunjukkan bahwa perusahaan sektor barang konsumsi memiliki kandungan informasi laba yang kurang berkualitas untuk digunakan investor sebagai instrumen pengambilan keputusan investor.

Pada tabel diatas *leverage* memiliki nilai maksimum sebesar 2.909487 yang diperoleh dari PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2019. Nilai maksimum lebih dari 0.5 dan tingkat utang yang lebih tinggi dari ekuitas menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan pinjaman dari debitor daripada modal sendiri yang tentunya akan menimbulkan tingkat risiko yang tinggi bagi perusahaan. Untuk *leverage* yang memiliki nilai minimum sebesar 0.076125 yang diperoleh dari PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) pada tahun 2015. Nilai minimum kurang dari 0.5 yang artinya SIDO dalam kegiatan operasionalnya lebih banyak menggunakan modal sendiri daripada dana pinjaman yang membuat tingkat risiko perusahaan rendah. Nilai rata-rata *leverage* diperoleh nilai sebesar 0.712551 dengan standar deviasi sebesar 0.566884. Nilai rata-rata *leverage* pada perusahaan sektor barang konsumsi lebih dari 0.5 dalam artian bahwa setiap 1 ekuitas dapat menjamin utang perusahaan sebesar 0.71, cukup tingginya penggunaan pinjaman daripada modal pemilik dalam menunjang kegiatan operasional dan proporsi aset perusahaan.

Untuk hasil kesempatan bertumbuh, nilai maksimum yang diperoleh sebesar 82.44443 yang dimiliki oleh PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR). Nilai maksimum kesempatan bertumbuh yang sangat tinggi menunjukkan UNVR memiliki prospek pertumbuhan yang baik dalam meningkatkan labanya dimasa depan. Sedangkan untuk nilai minimum kesempatan bertumbuh diperoleh nilai 0.256446 pada PT. Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI) pada tahun 2015. Nilai minimum yang rendah menunjukkan kesempatan perusahaan untuk meningkatkan labanya di masa depan memiliki peluang yang rendah. Nilai rata-rata kesempatan bertumbuh pada perusahaan sektor barang konsumsi

# **PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

**(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

sebesar 6.319530 dan standar deviasinya 12.64262. Dengan nilai rata-rata yang melebihi nol (0) menunjukkan peluang perusahaan yang berada pada sektor barang konsumsi untuk meningkatkan laba dimasa depan cukup baik dan prospek pertumbuhan cukup meyakinkan.

Hasil profitabilitas memiliki nilai maksimum sebesar 0.920997 yang diperoleh PT. Merck Tbk (MERK) pada tahun 2018. Hal ini menunjukkan kinerja perusahaan dengan sangat baik mengelola setiap asetnya untuk menghasilkan laba bersih yang tinggi dibandingkan perusahaan pada sektor yang sama dan akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya. Nilai minimum profitabilitas diperoleh pada PT. Kimia Farma Tbk (KAEF) pada tahun 2019 sebesar 0.000866. Hasil tersebut memunculkan persepsi kurang baik pada investor yang akan menanamkan modalnya, bahwa manajemen perusahaan tidak mampu mendorong kinerja perusahaan dalam hal menggunakan aset untuk menghasilkan laba bersih. Nilai rata-rata profitabilitas sebesar 0.131887 dengan standar deviasi 0.125406. Nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan barang konsumsi melakukan kinerjanya cukup baik, dengan menggunakan 1.00 aset dapat menghasilkan 0.13 laba bersih.

Untuk hasil ukuran perusahaan, diperoleh nilai maksimum sebesar 32.20096 yang berasal dari PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) pada tahun 2018 dengan kepemilikan total aset sebesar Rp96.537.796.000.000, karena total aset lebih dari 250 Miliar maka INDF salah satu perusahaan terbesar pada sektor ini. Nilai minimum yang diperoleh sebesar 25.79571 yang dimiliki oleh PT. Pyridam Farma Tbk. (PYFA) dengan total aset sebesar Rp159.563.931.041, yang membuat PYFA termasuk perusahaan menengah dengan total aset kurang dari (<) 250 Miliar. Pada sektor ini, memiliki mean dan standar deviasi masing-masing 28.98753 dan 1.575828. Dengan rata-rata aset sebesar Rp12.922.730.821.684 menunjukkan rata-rata perusahaan sektor barang konsumsi tergolong perusahaan besar karena memiliki kekayaan lebih dari (>) 250 Miliar.

## **Uji Pemilihan Model Data Panel**

Pada ketiga model yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM) yang telah dicari masing-masing hasilnya, diperlukan uji dalam menentukan model yang sesuai untuk mengestimasi persamaan regresi menggunakan uji chow, uji hausman dan uji lagrange multiplier.

## **Uji Chow**

Uji chow digunakan untuk menguji antara *Common Effect Model* dan *Fixed Effect Model* agar terpilih model regresi data panel yang terbaik. Dalam uji chow digunakan hipotesis untuk selanjutnya diuji. Penentuan model yang digunakan jika hasil probabilitas *cross-section* F lebih dari 0.05 maka  $H_0$  : diterima sehingga *common effect model* sesuai dalam persamaan regresi. Namun, jika probabilitas probabilitas *cross-section* F kurang dari 0.05 maka  $H_a$  : diterima sehingga *fixed effect model* sesuai dalam persamaan regresi. Berikut hasil uji chow:

**Tabel 3:** Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.143738	(25,100)	0.3115
Cross-section Chi-square	32.693135	25	0.1389

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews* 10

Pada tabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas *cross-section* F sebesar 0.3115 yang artinya  $H_0$  = diterima dan  $H_1$  = ditolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang akan digunakan adalah *common effect model*.

**Uji Hausman**

Uji hausman digunakan untuk membandingkan antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model* dan terpilih sebagai model yang terbaik dalam persamaan regresi data panel. Penentuan model terbaik adalah jika hasil probabilitas *cross-section F* lebih dari 0.05 maka  $H_0$ : diterima, sehingga model regresi yang terpilih adalah *random effect model*. Namun, jika probabilitas probabilitas *cross-section F* kurang dari 0.05 maka  $H_a$  : diterima, sehingga *fixed effect model* sesuai dalam persamaan regresi. Berikut hasil uji hausman :

**Tabel 4:** Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects – Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq.Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	8.716087	4	0.0686

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Hasil dari Uji Hausman diperoleh probabilitas *cross-section random* sebesar 0.0686. Hal tersebut menunjukkan probabilitas lebih dari 0.05 ( $> 0.05$ ), yang menyatakan  $H_0$  : diterima dan  $H_a$  : ditolak. Kesimpulannya model yang terbaik yang akan digunakan adalah *random effect model*.

**Uji Lagrange Multiplier**

Uji Langrange Multiplier (LM) yang menggunakan *Breusch-Pagan Test* untuk membandingkan model terbaik antara *common effect model* dan *random effect model*. Interpretasi dari hipotesis Uji LM yaitu jika probabilitas *breusch-pagan both* lebih dari 0.05, maka *common effect model* terpilih sebagai model regresi data panel. Sedangkan bila probabilitas *breusch-pagan both* kurang dari 0.05, maka *random effect model* terpilih sebagai model regresi data panel. Berikut merupakan hasil uji hausman:

**Tabel 5:** Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects			
Null hypotheses: No effects			
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.577822 (0.4472)	1.405656 (0.2358)	1.983478 (0.1590)

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Hasil dari ketiga uji tersebut menunjukkan bahwa:

1. Uji chow dengan prob. *cross section F*  $> 0.05$  ( $0.3115 > 0.05$ ), ini menunjukkan  $H_0 =$  diterima dan **Common Effect Model** terpilih.
2. Uji Hausman dengan prob. *cross-section random*  $> 0.05$  ( $0.0686 > 0.05$ ), ini menunjukkan  $H_0 =$  diterima dan **Random Effect Model** terpilih.
3. Uji lagrange Multiplier dengan probabilitas *both*  $> 0.05$  ( $0.1590 > 0.05$ ), ini menunjukkan  $H_0 =$  diterima dan **Common Effect Model** terpilih.

# **PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

*(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)*

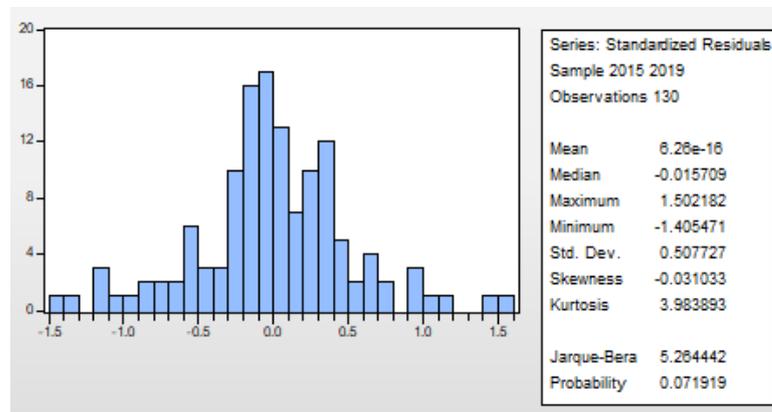
Untuk uji chow dan uji lagrange multiplier menghasilkan model yang terpilih adalah *Common Effect Model*. Dapat disimpulkan bahwa pemilihan model regresi data panel yang dapat digunakan untuk menentukan pengaruh antara *Leverage*, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas terhadap Koefisien Respon Laba adalah *Common Effect Model*.

## **Uji Asumsi Klasik**

Untuk melanjutkan ke tahap pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik agar data model yang digunakan dalam penelitian sesuai dan telah memenuhi syarat *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)*. Untuk itu dilakukan pengujian normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

## **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal. Pengujian normalitas *residual* pada penelitian ini menggunakan uji *Jarque-Bera (JB)*. Berikut hasil uji normalitas:



**Gambar 2:** Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 2, nilai probabilitas *Jarque-Bera* sebesar 0.071918, nilai yang diperoleh lebih besar dari 0.05 ( $0.071918 > 0.05$ ) sehingga  $H_0$ : diterima dan  $H_a$ : ditolak, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *residual terdistribusi normal*.

## **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antarvariabel independen. Menurut Ghazali dan Ratmono (2017) nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah *Tolerance*  $< 0.10$  dengan tingkat kolinearitas 0.90 atau sama dengan *VIF*  $> 10$ . Untuk mencari apakah antarvariabel independen memiliki korelasi tinggi atau tidak, maka perlu dilakukan analisis dengan menggunakan matriks korelasi pada *software Eviews 10*. Berikut hasil *output* dari matriks korelasi:

**Tabel 6:** Hasil Uji Multikolinearitas

	<b>LEV</b>	<b>KSB</b>	<b>PROFIT</b>	<b>UP</b>
<b>LEV</b>	1.000000	0.643805	0.260749	0.140961
<b>KSB</b>	0.643805	1.000000	0.612205	0.245635
<b>PROFIT</b>	0.260749	0.612205	1.000000	0.165142
<b>UP</b>	0.140961	0.245635	0.165142	1.000000

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Berdasarkan pada hasil output matriks korelasi diatas, menunjukkan tidak ada korelasi antarvariabel bebas dengan nilai kolinearitas kurang dari ( $<$ ) 0.90. dapat disimpulkan bahwa **tidak ada masalah multikolinearitas** pada penelitian ini.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan penyebaran varian (*variance*) dari nilai *residual* atau *error*. Menurut (Ghozali dan Ratmono 2018:85) prasyarat yang harus dipenuhi pada model regresi adalah homoskedastisitas berarti sama (*homo*) dan sebaran (*scedasticity*) memiliki varian yang sama (*equal variance*).

**Tabel 7:** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser			
Null hypothesis : Homoskedasticity			
F-Statistic	0.557021	Prob. F(4,125)	0.6943
Obs*R-squared	2.276625	Prob. Chi-Square(4)	0.6850
Scaled explained SS	2.821833	Prob. Chi-Square(4)	0.5881

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Hasil *output* yang diperoleh pada tabel 7 menunjukkan prob chi-square pada Obs\*R-squared lebih dari 0.05 ( $0.6850 > 0.05$ ). sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa **tidak terdapat masalah heteroskedastisitas** atau *residual* memiliki sebaran sama (homoskedastisitas).

#### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antarkesalahan pengganggu (*residual*) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Dalam menguji adanya autokorelasi pada penelitian, Uji DW (*Durbin-Watson*) digunakan untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi. Berikut hasil *output* yang diperoleh dari model regresi terpilih :

**Tabel 8:** Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson stat	1.910901
--------------------	----------

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Hasil *output Eviews* diatas menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1.910901. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai  $d_L = 1.6508$  dan nilai  $d_U = 1.7774$  serta  $4 - d_U = 4 - 1.7774 = 2.2226$ . Nilai  $d_U$  dan  $d_L$  yang berasal dari  $n = 130$  dan variabel bebas ( $k$ ) sebanyak 4. Diperoleh nilai *Durbin-Watson Statistic* yang terletak diantara  $d_U$  dan  $4 - d_U$  ( $1.7774 < 1.910901 < 2.2226$ ). Kesimpulannya adalah model regresi **terbebas dari masalah autokorelasi**.

#### Analisis Regresi Data Panel

Data panel merupakan sebuah kumpulan data (*dataset*) di mana perilaku unit *cross-section* diamati sepanjang waktu (Ghozali dan Ratmono, 2017). Analisis regresi data panel bertujuan menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang melibatkan sumber data bersifat antar unit dan antar waktu. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah *Leverage*, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas serta variabel kontrol Ukuran Perusahaan terhadap variabel dependen Koefisien Respon Laba. Adapun estimasi regresi data panel yang terpilih sebagai model terbaik adalah *Common Effect Model* (CEM) untuk persamaan regresi data panel. Berikut merupakan hasil regresi data panel *Common Effect Model* :

**PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

*(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)*

**Tabel 9:** Hasil Analisis Regresi Data Panel

Variable	Coefficient
C	-1.751559
LEV	-0.227497
KSB	-0.001921
PROFIT	0.227103
UP	0.067644

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Berdasarkan hasil pengolahan data panel pada tabel 9 maka dapat dirumuskan persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$\text{KRL} = -1.751559 - 0.227497 \text{ LEV} - 0.001921 \text{ KSB} + 0.227103 \text{ PROFIT} + 0.067644 \text{ UP} + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi data panel diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Hasil dari regresi diatas menunjukkan konstanta sebesar -1.751559, yang berarti jika variabel independen yaitu *Leverage*, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas serta variabel kontrol Ukuran Perusahaan bernilai 0, maka Koefisien Respon Laba bernilai -1.751559.
2. Nilai koefisien regresi *Leverage* sebesar -0.227497, ini menunjukkan ada pengaruh negatif antara *Leverage* (X1) terhadap Koefisien Respon Laba. Demikian bila *Leverage* naik 1 satuan, maka Koefisien Respon Laba secara rata-rata menurun sebesar 0.227497 dengan asumsi variabel independen yang lain dan variabel kontrol bernilai konstan.
3. Nilai koefisien regresi Kesempatan Bertumbuh sebesar -0.001921, ini menunjukkan ada pengaruh negatif antara Kesempatan Bertumbuh (X2) terhadap Koefisien Respon Laba. Demikian bila Kesempatan Bertumbuh naik 1 satuan, maka Koefisien Respon Laba secara rata-rata menurun sebesar 0.001921 dengan asumsi variabel independen yang lain dan variabel kontrol bernilai konstan.
4. Nilai koefisien regresi Profitabilitas sebesar 0.227103, hal ini menunjukkan ada pengaruh positif antara Profitabilitas (X3) terhadap Koefisien Respon Laba. Hal ini berarti bila Profitabilitas naik 1 satuan, maka Koefisien Respon Laba secara rata-rata meningkat sebesar 0.227103 dengan asumsi variabel independen yang lain dan variabel kontrol bernilai konstan.
5. Nilai koefisien regresi Ukuran Perusahaan sebagai variabel kontrol sebesar 0.067644, yang menunjukkan ada pengaruh positif antara Ukuran Perusahaan (X4) terhadap Koefisien Respon Laba. Hal ini berarti jika Ukuran Perusahaan naik 1 satuan, maka Koefisien Respon Laba secara rata-rata meningkat sebesar 0.067644 dengan asumsi variabel independen bernilai konstan.

**Uji Koefisien Determinasi (KD)**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali and Ratmono 2017:55). Berikut hasil dari pengujian koefisien determinasi yang menggunakan *Adjusted R-squared* :

**Tabel 10:** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Adjusted R-squared	0.064263
--------------------	----------

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Berdasarkan tabel diketahui nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* diperoleh sebesar 0.064263. Hal ini menunjukkan bahwa 6.4263% Koefisien Respon Laba dipengaruhi oleh *Leverage*, Kesempatan bertumbuh, profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan 93.5737% (100% - 6.4263%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan (Ghozali dan Ratmono, 2017:57). Uji t menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  serta membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ . Hasil uji statistik t diperoleh dari tabel sebagai berikut:

**Tabel 11:** Hasil Uji Parsial

<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
-2.032116	0.0443
-2.119150	0.0361
-0.322734	0.7474
0.483626	0.6295
2.274496	0.0246

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Pada penelitian ini, jumlah pengamatan yang dilakukan sebanyak 130 ( $n = 130$ ), variabel independen dalam penelitian ini berjumlah 4 ( $k = 4$ ), dengan signifikan sebesar 0.05, maka dapat ditentukan  $t_{tabel} df = n-k-1$  ( $130-4-1 = 127$ ), sehingga nilai  $t_{tabel}$  dapat dicari menggunakan *Microsoft Excel* dengan rumus *Insert Function* sebagai berikut :

$$T_{tabel} = TINV(\textit{probability, degree\_freedom})$$

$$T_{tabel} = TINV(0.05, 127)$$

$$T_{tabel} = 1.97882$$

Berdasarkan perhitungan model regresi dan  $t_{tabel}$  diatas, berikut penjelasannya:

#### 1. Hipotesis Pertama (H1)

*Leverage* memiliki  $t_{hitung}$  sebesar -2.119150. Hasil tersebut lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  maka nilainya  $-2.119150 < -1.97882$ . Untuk nilai probabilitasnya sebesar 0.0361 dan berada dibawah nilai signifikansi 0.05 ( $0.0361 < 0.05$ ). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Leverage* **berpengaruh negatif signifikan** terhadap Koefisien Respon Laba. Untuk Hipotesis pertama yang menyatakan *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba dapat **diterima**.

#### 2. Hipotesis Kedua (H2)

Kesempatan Bertumbuh memiliki  $t_{hitung}$  sebesar -0.322734. Hasil tersebut lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  maka nilainya  $-0.322734 > -1.97882$ . Nilai probabilitasnya sebesar 0.7474 dan berada diatas nilai signifikansi 0.05 ( $0.7474 > 0.05$ ). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Kesempatan Bertumbuh **berpengaruh negatif tidak signifikan** terhadap Koefisien Respon Laba. Untuk Hipotesis kedua yang menyatakan Kesempatan Bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba **ditolak**.

#### 3. Hipotesis Ketiga (H3)

Profitabilitas memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 0.483626. Hasil tersebut lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  maka nilainya  $0.483626 < 1.97882$ . Untuk nilai probabilitasnya sebesar 0.6295 dan berada diatas nilai

## **PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

**(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

signifikansi ( $0.6295 < 0.05$ ). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas **berpengaruh positif tidak signifikan** terhadap Koefisien Respon Laba. Untuk Hipotesis ketiga yang menyatakan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba **ditolak**.

### **Uji Simultan (Uji Statistik F)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Hasil dari Uji Statistik F diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 12:** Hasil Uji Simultan

F-statistic	3.214800
Prob(F-statistic)	0.015016

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan *Eviews 10*

Berdasarkan hasil yang dari tabel 12, diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 3.214800 dimana ntuk memperoleh  $F_{tabel}$  dengan  $df_1$  diperoleh atas (jumlah variabel - 1) dan  $df_2$  ( $df_2 = n - k - 1$ ). Dengan jumlah sampel ( $n = 130$ ), jumlah variabel ( $k = 5$ ) sehingga dapat diketahui ( $df_1 = 5 - 1 = 4$ ) dan ( $df_2 = 130 - 4 = 126$ ) yang dapat diperoleh pada *Ms.Excel* dengan rumus (FINV) dan  $\alpha = 5\%$  (0.05). Berikut adalah perhitungannya:

$$F_{tabel} = FINV(\text{probability}, \text{deg\_freedom1}, \text{deg\_freedom2})$$

$$F_{tabel} = FINV(0.05, 4, 126)$$

$$F_{tabel} = 2.443591$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan  $F_{tabel} < F_{hitung}$  atau ( $2.443591 < 3.214800$ ) dengan *probability (F-statistic)* pada model regresi data panel sebesar  $0.015016 < 0.05$ . Dengan hasil ini dapat ditarik kesimpulan  $H_4 = \text{diterima}$  yang berarti *Leverage*, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas secara simultan **berpengaruh signifikan** terhadap Koefisien Respon Laba.

### **Interpretasi Hasil Penelitian**

#### **Pengaruh Leverage Terhadap Koefisien Respon Laba**

Pada Hipotesis pertama penelitian ini adalah mencari pembuktian apakah *Leverage* yang diprosikan dengan *debt to equity ratio* (DER) memiliki pengaruh terhadap Koefisien respon laba. Hasil analisa menyatakan koefisien regresi variabel  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  ( $-2.119150 < -1.97882$ ). Sedangkan hasil probabilitasnya sebesar 0.0361 menunjukkan bahwa kurang dari 0.05 ( $0.0361 < 0.05$ ). Ini berarti *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi pada tahun 2015-2019.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Sari *et al.* (2018) dan Mehdi *et al.* (2010). Perusahaan dengan *leverage* tinggi menunjukkan banyak pinjaman dana terhadap kreditur daripada penggunaan modal sendiri untuk membiayai setiap kegiatan operasional serta membeli setiap aset perusahaan. Investor berasumsi setiap laba yang dihasilkan perusahaan akan dinikmati oleh kreditur daripada pemegang saham. *Good news* akan tersalurkan dalam bentuk pembayaran pinjaman dan bunga daripada pembagian deviden. Ini membuat informasi yang terkandung saat pengumuman laba lebih cepat direspon kreditur dan pemegang saham akan merespon sebaliknya. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Alifiana dan Praptiningsih (2016) serta Delvira dan Nelvirita (2013) yang menyatakan *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Koefisien Respon Laba.

#### **Pengaruh Kesempatan Bertumbuh Terhadap Koefisien Respon Laba**

Hipotesis kedua adalah untuk mengetahui pengaruh kesempatan bertumbuh yang diprosikan dengan *market to book equity ratio* (MBE) terhadap koefisien respon laba. Hasil analisa menyatakan

koefisien regresi  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  ( $-0.322734 > -1.97882$ ) dengan nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0.05 ( $0.7474 < 0.05$ ). Ini menunjukkan kesempatan bertumbuh berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap koefisien respon laba.

Penelitian ini tidak sejalan dengan (Susanto 2012) dan (Hasanzade et al. 2013) yang menyatakan motivasi investor dalam investasinya untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang. Penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis dikarenakan motivasi investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan sektor barang konsumsi tidak melihat prospek jangka panjang dari perusahaan, melainkan investor termotivasi mendapatkan keuntungan jangka pendek atau *capital gain*. Menurut (Sandi 2013) dan faktor kesempatan bertumbuh biasanya diamati investor yang mempunyai prospektif jangka panjang untuk mendapatkan *yield* dari investasi yang dilakukannya.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Koefisien Respon Laba**

Hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui apakah profitabilitas yang diprosikan dengan *return on assets* (ROA) memiliki berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Hasil analisa pada penelitian ini menyatakan koefisien regresi  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  ( $0.483626 < 1.97882$ ) dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ( $0.6295 < 0.05$ ). dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan koefisien respon laba.

Penelitian ini sejalan dengan Fauzan dan Purwanto (2017) dan Sari *et al.* (2018) yang menyatakan profitabilitas tidak menjadi patokan dalam berinvestasi namun seharusnya teori sinyal dapat diaplikasikan ke hipotesis ini, tetapi kenyataannya perusahaan telah gagal menarik respon pasar karena profitabilitas yang diprosikan oleh ROA hanya menjelaskan besar tingkat pengembalian aset terhadap pelaku pasar, investor akan mencari dari faktor-faktor lain yang terkandung di dalam pengumuman laba yang jauh lebih menarik dan memiliki *informattiveness* bagi mereka untuk mengambil keputusan investasi mereka.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan Mahendra dan Wirama (2017) dan Aryanti dan Sisdyani (2016) yang menyatakan Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap koefisien respon laba dengan asumsi investor akan melihat tingkat keuntungan dari perusahaan dan pasar akan merespon jika Profitabilitas perusahaan tinggi. Profitabilitas seharusnya dapat menggambarkan sejauh mana kemampuan aset perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin berkualitas informasi laba yang terkandung.

### **Pengaruh Leverage, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas Terhadap Koefisien Respon Laba**

Hipotesis keempat dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh secara simultan *leverage*, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas terhadap koefisien respon laba. Hasil analisis menyatakan bahwa koefisien regresi dengan  $F_{tabel} < F_{hitung}$  ( $2.443591 < 3.214800$ ) dengan nilai signifikansi kurang dari ( $<$ ) 0.05 atau  $0.015016 < 0.05$ . Dapat disimpulkan bahwa secara simultan *leverage*, kesempatan bertumbuh dan profitabilitas **berpengaruh signifikan** terhadap koefisien respon laba.

## **SIMPULAN, IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap Koefisien Respon Laba. Hasil penelitian ini menunjukkan *Leverage* memiliki pengaruh yang negatif terhadap kualitas informasi laba yang ada pada laporan keuangan perusahaan sektor barang konsumsi tahun 2015-2019. Ini menunjukkan tingkat utang yang tinggi akan direspon kurang baik oleh investor karena akan mencerminkan laba yang kurang berkualitas, serta *good news* pada saat pengumuman laba akan direspon positif oleh kreditur namun direspon negatif oleh investor atau pemegang saham.

# **PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

**(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

2. Kesempatan bertumbuh berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Koefisien Respon Laba. Hasil ini menggambarkan bahwa investor menanamkan modalnya pada perusahaan sektor barang konsumsi tahun 2015-2019 tidak bertujuan untuk berinvestasi jangka panjang melainkan akan untuk investasi jangka pendek saja atau mencari *capital gain*.
3. Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Koefisien Respon Laba. Hasil ini menjelaskan bahwa investor berasumsi profitabilitas hanya menggambarkan tingkat pengembalian aset terhadap pelaku pasar yang membuat investor akan mencari faktor-faktor lain yang mendukung dan memiliki *informativeness* untuk mengambil keputusan investasi mereka.
4. Secara simultan *leverage*, kesempatan bertumbuh, profitabilitas berpengaruh signifikan koefisien respon laba. Untuk menentukan bagaimana kualitas laba yang dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan diperlukan komponen variabel-variabel tersebut secara bersamaan agar memudahkan para investor untuk menentukan keputusan yang tepat dan efektif dalam menanamkan modalnya pada suatu perusahaan.

## **Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang akan diberikan terkait dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi investor sebelum menginvestasikan modal yang dimiliki terlebih dahulu menganalisis tingkat utang atau pinjaman suatu perusahaan, karena jika perusahaan dengan tingkat *leverage* atau utang tinggi akan membuat laba yang diperoleh lebih banyak digunakan untuk pembayaran pinjaman pada debitor daripada pembagian dividen pada pemegang saham atau investor.
2. Bagi perusahaan agar memberikan informasi pada laporan keuangan dengan sebaik mungkin agar tidak menimbulkan asimetri informasi. Hal ini akan mempermudah pelaku pasar untuk menilai prospek perusahaan dapat bertumbuh atau tidak dimasa depan, sehingga menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya.
3. Bagi perusahaan untuk memberikan informasi lain pada investor yang berkaitan dengan pengembalian saham atau laba yang akan diterima pemegang saham, dikarenakan investor akan lebih memperhatikan besaran hasil yang akan diperoleh dari investasinya.
4. Penelitian ini hendaknya bermanfaat bagi investor dalam menentukan kualitas dari informasi laba suatu perusahaan dari berbagai komponen pendukung yang dapat digunakan sebagai penilaian kualitas dari suatu laba. Tingkat hutang, prospek pertumbuhan dan tingkat pengembalian laba dari perusahaan dapat dijadikan sebagai acuan sebagai penilaian kualitas dari informasi laba.

## **Keterbatasan Penelitian**

Adapun penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan, yaitu :

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan sampel Perusahaan Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dalam waktu 5 tahun.
2. Jumlah variabel yang digunakan terbatas pada tiga variabel independen yaitu *leverage* yang diproksikan oleh *debt equity ratio*, kesempatan bertumbuh yang diproksikan dengan *market to book equity ratio* serta profitabilitas yang diproksikan oleh *return on asset* dan variabel kontrol menggunakan ukuran perusahaan.
3. Dikarenakan pandemi COVID-19 yang masih berlangsung, peneliti memiliki keterbatasan dalam hal mencari sumber-sumber literatur bagi penelitian ini.

## **REFERENSI**

- Alifiana, Meita, and Praptiningsih. 2016. "Pengaruh Leverage, Kesempatan Bertumbuh Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 19(2):129-46.
- Anon. 2018. "Pengantar Pasar Modal." *Bursa Efek Indonesia*. Retrieved (<https://idx.co.id/investor/pengantar-pasar-modal/>).

- Aryanti, Gusti Ayu Putu Sintya, and Eka Ardhani Sisdyani. 2016. "Profitabilitas Pada Earnings Response Coefficient Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 15(1):171–99.
- Ball, Ray, and Philip Brown. 1968. "Empirical Evaluation of Accounting Income Numbers." *Journal of Accounting Research* Vol 6(2):159–78.
- Basuki, Agus Tri. 2014. *Regresi Model PAM, ECM Dan Data Panel Dengan Eviews 7*. Pertama. Yogyakarta.
- Delvira, Maisil, and Nelvirita. 2013. "Pengaruh Leverage Dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Response Coefficient(ERC)." *Jurnal WRA* 1(1):129–54.
- Dewi, Anak Agung Putri Kusuma, and I. Made Pande Dwiana Putra. 2017. "Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Pada Earnings Response Coefficient." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 19(1):367–91.
- Fahmi, Irham. 2015. *Manajemen Investasi: Teori Dan Soal Jawab*. 2nd ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Fakhrudin. 2010. *Istilah Pasar Modal A - Z*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Fauzan, Muhamad, and Agus Purwanto. 2017. "PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR, TIMELINESS, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN RESIKO SISTEMATIK TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (ERC)(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur, Properti Dan Pertambangan Yang Terlisting Di Bursa Efek Indonesia (BE)." *Diponegoro Journal of Accounting* 6(1):256–70.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, and Dwi Ratmono. 2013. *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika: Teori, Konsep Dan Aplikasi Eviews 8*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, and Dwi Ratmono. 2017. *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika : Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan Eviews 10*. 2nd ed. Semarang: Fakultas Ekonometrika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Godfrey, Jayne, Allan Hodgson, Ann Tarca, Jane Hamilton, and Scott Holmes. 2010. *Accounting Theory*. 7th ed. Australia: John Wiley & Sons australia, Ltd.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Harrison Jr, Walter T., Charles T. Horngren, C. William Thomas, and Themin Suwardy. 2012. *Akuntansi Keuangan Jilid 1, Edisi IFRS*. 8th ed. Erlangga.
- Hasanzade, Mahboobe, Roya Darabi, and Gholamreza Mahfoozi. 2013. "Factors Affecting the Earnings Response Coefficient : An Empirical Study for Iran." *European Online Journal of Natural and Social Scienses* 2013 2(3):2551–60.
- Herdinandasari, Sherla Sherlia, and Nur Fadrih Asyik. 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient (ERC)." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 5(November):1–19.
- Hery. 2015. *Pengantar Akuntansi: Comprehensive Edition*. Jakarta: Grasindo.
- Imroatussolihah, Ely. 2013. "Pengaruh Risiko, Leverage, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba Dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile." *Jurnal Manajemen* 1(1):75–87.
- Indra, A. Zubaida, Agus Zahron, and Ana Rosianawati. 2011. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC): Studi Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 16(1):1–22.
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. 1st ed. Jakarta: Rajawali Pers.

**PENGARUH LEVERAGE, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN PROFITABILITAS TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

**(Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

- Mahendra, I. Putu Yuda, and Dewa Gede Wirama. 2017. "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Pada Earnings Response Coefficient." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 20(3):2566–94.
- Mehdi, Moradi, Mahdi Saleh, and Zakiheh Erfanian. 2010. "A Study of The Effect of Financial Leverage on Earnings Response Coefficient through out Income Approach: Iranian Evidence." *International Review of Accounting Banking an Finance* 2(2):103–15.
- Paramita, Ratna Wijayanti Damiar. 2012. "Pengaruh Leverage, Firm Size, Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)." *Jurnal WIGA* 2(2):103–18.
- Radchobeh, Zeynab, Shaer Biyabani, and Hashem Nikoumaram. 2012. "Evaluation on the Relation between Earning Response Coefficient (ERC) and Financial Leverage." *Journal of Life Science Amd Biomedicine* 3(1):83–87.
- Rahayu, L. P. Agustina Kartika, and I. G. N. Agung Suaryana. 2015. "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Risiko Gagal Bayar Pada Koefisien Respon Laba." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 13(2):665–84.
- Rahmawati. 2012. *Teori Akuntansi Keuangan: Dilengkapi Dengan Hasil Penelitian Empiris Di Indonesia*. Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sandi, Khoerul Umam. 2013. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient." *Accounting Analysis Journal* 2(3):337–44.
- Santoso, Gunawan. 2015. "Determinan Koefisien Respon Laba." *Parsimonia* 2(2):69–85.
- Sari, Merlin, Ratna Paramita, and Muchamad Taufiq. 2018. "Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016)." Pp. 167–77 in *Conference Progress*. Vol. 1.
- Setiawati, Erma, Nursiam, and Fitri Apriliana. 2014. "Analisis Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) Tahun 2009-2011 )." Pp. 175–88 in *Seminar Nasional dan Call for Paper (Sancall 2014) : RESEARCH METHODS AND ORGANIZATIONAL STUDIES*.
- Subagyo, and Cilia Novita Olivia. 2012. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient ( ERC )." *Jurnal Akuntansi* 12(1):539–58.
- Subramanyam, K. R., and John J. Wild. 2018. *Analisis Laporan Keuangan : Buku 1*. 10th ed. edited by D. Yanti. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. 3rd ed. edited by S. Y. Suryandari. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Yulius Kurnia. 2012. "Determinan Koefisien Respon Laba." *Jurnal Akuntansi & Manajemen* 23(3):153–63.
- Syarifulloh, Rahmat, and Agus Wahyudin. 2016. "Determinan Koefisien Respon Laba." *Accounting Analysis Journal* 5(1):1–9.
- Utami, Dhiany Nadya. 2020. "Kinerja IHSG Kuartal I/2020 : Sektor Barang Konsumsi Pimpin Kinerja Sektor." *Bisnis.Com*.
- Warren, Carl. S., James M. Reeve, Jonathan E. Duchac, Novrys Suhardianto, Devi Sulistyio Kalanjati, Amir Abadi Jusuf, and Chaerul D. Djakman. 2014. *Pengantar Akuntansi-Adaptasi Indonesia*. 25th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Widarjono, Agus. 2013. *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya: Disertai Panduan Eviews*. Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com)