

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar modal menjadi pilihan yang di gemari investor untuk menyalurkan dana yang mereka miliki. Informasi perusahaan merupakan sesuatu hal yang sangat penting bagi investor dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan dan memberikan dananya untuk investasi pada pasar modal , investor harus memahami dan mempercayai bahwa semua informasi yang diberikan perusahaan tidak ada manipulasi dan dapat dipercaya begitu pula dengan sistem mekanisme di pasar modal harus bebas dari kepentingan pihak tertentu. Perusahaan harus mampu meningkatkan Kualitas informasi yang dilaporkan seiring dengan perkembangan pasar modal yang sangat melejit, karena hal tersebut di butuhkan investor untuk mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan serta lebih selektif berinvestasi di dalam dunia pasar modal. Dengan adanya informasi yang relevan, maka hal ini dapat berimbas pada perubahan harga sekuritas di dalamnya.

Salah satu produk informasi yang diharapkan berkualitas oleh investor yakni laporan keuangan, dimana laporan keuangan ini dapat memberikan informasi yang mencerminkan kondisi keuangan dan kinerja suatu perusahaan pada periode tertentu (Mayangsari dkk, 2018). Laporan keuangan yang berasal dari perusahaan *go public* atau perusahaan yang terdaftar di bursa efek merupakan salah satu dari kinerja keuangan yang harus dipublikasikan setiap tahunnya. Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK), laporan keuangan terdiri dari lima laporan yaitu laporan laba rugi,

laporan perubahan ekuitas, laporan posisi keuangan, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan dipublikasikan untuk memberikan informasi bagi masyarakat, khususnya bagi pihak eksternal, investor dan *stakeholder* dalam hal pengambilan keputusan.

Salah satu unsur dalam laporan keuangan yang dinantikan informasinya oleh investor dalam pengambilan keputusan adalah laporan laba rugi, dimana laporan ini memberikan informasi mengenai laba yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode. Salah satu komponen penting dari laporan laba rugi adalah informasi mengenai laba. Informasi laba merupakan hal yang menjadi perhatian oleh investor karena informasi laba dapat digunakan untuk melakukan penilaian kinerja perusahaan selama satu periode tertentu, dapat meramalkan kelangsungan hidup perusahaan, serta dapat berpengaruh terhadap besarnya return saham (Diah dan Jihen, 2017). Mahendra dan wirama (2017) menyatakan bahwa pada saat informasi laba diumumkan, pasar telah mempunyai ekspektasi tentang berapa besarnya laba perusahaan atas dasar informasi yang tersedia secara publik. Selisih antara laba ekspektasian dan laba laporan atau actual earnings disebut sebagai laba kejutan (*unexpected earnings*).

Hasil penelitian Beaver *et al.* (1979) menyatakan harga saham mencerminkan laba perusahaan memiliki kandungan informasi. Informasi laba rugi dikatakan bernilai jika publikasi atas informasi yang disajikan menyebabkan bergeraknya reaksi pasar, yang akan digunakan untuk mengetahui perilaku investor dalam melakukan transaksi saham. Diah dan Jihen (2017) menyatakan Umumnya dalam mengetahui kualitas informasi laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan *earnings response*

coefficient (ERC), yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba.

Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin dari tingginya *earning response coefficient* (ERC). Hasil dari reaksi pasar akibat informasi laba dapat memberikan dampak pada harga saham suatu perusahaan. Jika investor mempunyai persepsi bahwa informasi keuangan memiliki tingkat kredibilitas tinggi maka investor akan bereaksi kuat atas laporan keuangan tersebut. Kekuatan reaksi tersebut tercermin dalam nilai *earnings response coefficient* (ERC) yang tinggi, tingginya nilai *earnings response coefficient* (ERC) mengidentifikasikan laba yang berkualitas. Sebaliknya, respon yang rendah akan terjadi jika laporan keuangan memiliki kualitas yang diragukan, misalnya karena terjadinya kenaikan maupun penurunan laba dan harga saham perusahaan yang tidak searah (Gunawan santoso, 2015).

Pada 22 Januari 2016 dalam salah satu media *online* yaitu *liputan6.com* terdapat pemberitaan mengenai jatuhnya harga minyak selama beberapa bulan ke belakang, hal ini mengakibatkan perusahaan penyedia jasa lapangan minyak dan gas nomor satu di dunia yaitu Schlumberger Ltd mengalami kerugian hingga mencapai US\$ 1 miliar pada kuartal IV 2015. Akibatnya pengumuman dari Schlumberger mempengaruhi keputusan investor yang pada akhirnya menolak rencana proyek yang ingin dilakukan. Situs media online lainnya yaitu *jurnalasia.com* menyebutkan bahwa para investor dibuat khawatir karena harga minyak yang semakin merosot sehingga menyebabkan harga saham Schlumberger mengalami penurunan hampir 20 persen di tahun 2015. Pengumuman rugi seperti yang dialami

oleh Schlumberger Ltd berdampak pada pergerakan harga saham serta reaksi investor dalam penanaman modal.

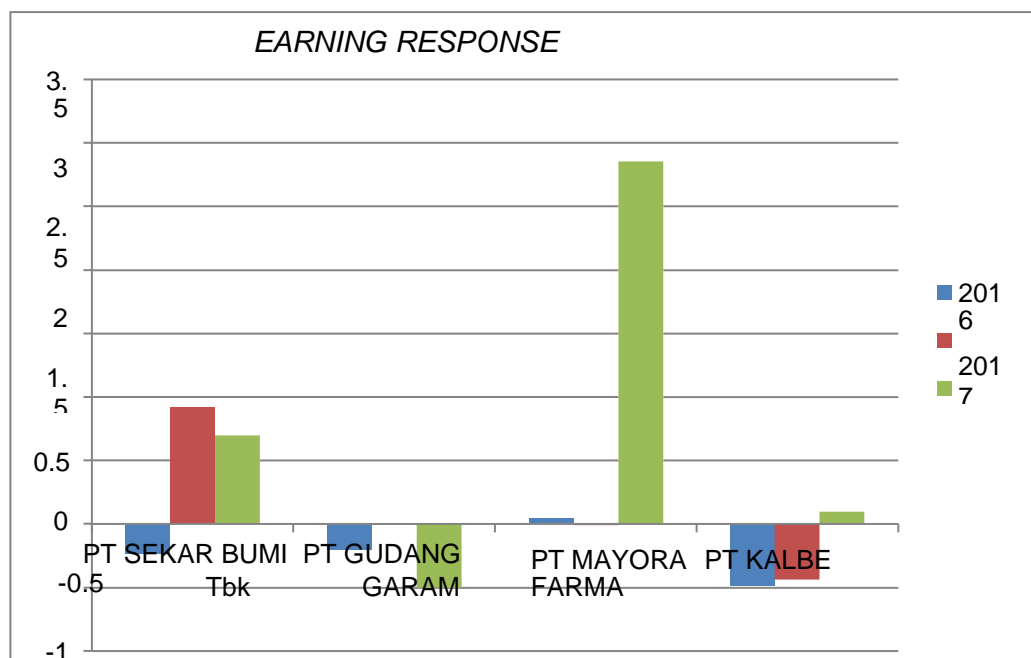
Kasus berbeda terjadi pada dua perusahaan manufaktur di Indonesia. Kasus pertama terjadi pada perusahaan manufaktur yaitu PT Gudang Garam Tbk. Berdasarkan berita yang dikutip www.cnbcindonesia.com pada 1 Maret 2019 perusahaan ini mengalami laba akibatnya harga saham menjadi naik dan investor merespon positif atas kenaikan laba tersebut yang ditunjukkan dengan banyaknya investor yang berburu saham PT Gudang Garam Tbk, laba PT Gudang Garam Tbk pada tahun 2014 ialah Rp 5,40 triliun dan naik cukup signifikan menjadi Rp 6,43 triliun di tahun 2015. Hal ini menyebabkan pada saat tanggal publikasi laporan keuangan di BEI pada 31 Maret 2016, harga saham naik sebesar Rp 2.850,00 dari yang awalnya Rp 62.800,00 per lembar menjadi Rp 65.650,00. Tidak hanya dari harga saham yang mengalami pergerakan namun juga volume saham PT Gudang Garam Tbk. Pada tanggal 30 Maret 2016 yakni satu hari sebelum tanggal publikasi laporan keuangan, volume saham yang beredar sebesar 1.625.600 lembar. Kenaikan terjadi di tanggal 31 Maret 2016 menjadi 3.581.900 lembar. Ini menunjukkan respon pasar sangat tinggi terhadap laba yang diumumkan oleh PT Gudang Garam Tbk, nilai ERC pada tanggal publikasi tersebut sebesar 0,023.

Peristiwa sebaliknya terjadi pada kasus kedua, Reaksi pasar atas laba juga ditunjukkan pada PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. Dikutip dari www.cnbcindonesia.com pada 21 Maret 2019, laba bersih Indocement yang diatribusikan kepada entitas induk mengalami penurunan di tahun 2015 menjadi Rp 4,35 triliun dimana pada tahun 2014 Indocement berhasil

memperoleh laba Rp 5,29 triliun. Berdasarkan sumber berita, publikasi laporan keuangan tahun 2015 dilakukan pada tanggal 17 Maret 2016. Penurunan laba saat tanggal publikasi laporan keuangan menyebabkan pasar bereaksi. Menurut Jogiyanto (2015 : 624), reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga dari sekuritas bersangkutan. Hal ini dapat dilihat dari pergerakan harga saham di sekitar tanggal 17 Maret 2016. Terjadi kenaikan dan penurunan harga saham serta volume saham yang beredar.

Berikut ini adalah gambar 1.1 hasil tingkat pertumbuhan *earning response coefficient* (ERC) pada perusahaan sektor industri barang konsumsi selama tahun 2016 – 2018.

Gambar 1.1
Tingkat Pertumbuhan *earning response coefficient* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi



Sumber : www.idx.co.id dan www.duniainvestasi.com

Jika dilihat dari grafik diatas, fenomena yang terjadi pada perusahaan PT Sekar Bumi Tbk dari tahun ketahun mengalami fluktuasi.

Ditemukan bahwa pada tahun 2016 PT Sekar Bumi Tbk memiliki ERC sebesar -0,232. Pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 0,921. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan kembali menjadi 0,696. Pada PT Gudang Garam Tbk dari tahun ketahun juga mengalami fluktuasi ERC, ditemukan bahwa pada tahun 2016 PT Gudang Garam Tbk memiliki nilai ERC -0,204. Pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi -0,001. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar -0,501.

Fluktuasi ERC juga terjadi pada PT Mayora Indah Tbk, di temukan bahwa pada tahun 2016 PT Mayora Indah Tbk memiliki nilai ERC sebesar 0,043. Pada 2017 terjadi penurunan nilai ERC menjadi -0,007. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami kenaikan nilai ERC yang cukup tinggi sebesar 2,854. Kenaikan dan penurunan nilai ERC juga terjadi pada PT Kalbe Farma Tbk bahwa pada tahun 2016 nilai ERC sebesar -0,48. Pada tahun 2017 PT Kalbe Farma mengalami kenaikan menjadi -0,439 dan terjadi kenaikan nilai ERC pada tahun 2018 sebesar 0,096.

Berdasarkan grafik yang dipaparkan dan kasus yang terjadi, bahwa nilai ERC setiap perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016 – 2018 memiliki nilai yang berbeda – beda, hal ini akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan oleh investor maupun penambahan modal untuk perusahaan. Oleh karena itu, dengan besarnya angka laba yang sejalan dengan besarnya aset, liabilitas dan ekuitas perusahaan maka kemungkinan besarnya respon investor yang tercermin dalam nilai *earning response coeficient* (ERC) terhadap laba akan berbanding lurus karena pergerakan harga saham dipengaruhi oleh relevansi informasi laba. Mahendra dan Wirama (2017) menyatakan bahwa

ERC berguna bagi investor sebagai model penilaian yang dapat digunakan untuk mengindikasikan kemungkinan naik turunnya harga saham atas reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan.

Perilaku investor merespon perubahan harga saham dapat dipengaruhi oleh sinyal melalui informasi yang diberikan pihak perusahaan (Spence, 1973). Muhammad dan Agus (2017) menyatakan pengumuman informasi laba memberikan sinyal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa mendatang (*good news*), sehingga investor tertarik untuk melakukan perdagangan saham, dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam harga saham. Sementara Brigham dan Houston (2014:184) mengungkapkan teori sinyal merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi earning response coefficient maka dapat diketahui kemungkinan besar kecilnya harga saham atas informasi laba. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi ERC. Faktor-faktor tersebut antara lain pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

Pemilihan pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini karena Perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar akan memiliki nilai earning response coefficient (ERC) yang tinggi (Gunawan, 2015). 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 perusahaan tersebut. Penelitian dari Muhammad dan Agus (2017), Rofika (2015) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Made dan Ni Ketut (2018) yang memberikan hasil bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.

(Kasmir, 2016:196) menyatakan pendapatnya mengenai rasio profitabilitas merupakan rasio yang diperuntukan untuk mengetahui seberapa banyak perusahaan mampu memperoleh laba, tingkat efektivitas manajemen atau efisiensi perusahaan dapat dilihat dengan rasio profitabilitas yang bisa dibuktikan dari laba yang diperoleh dalam penjualan dan investasi. Diah dan Jihen (2017) menyatakan bahwa profitabilitas dapat diartikan pula sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor mampu memberikan return yang sesuai. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi juga mempunyai earnings response coefficient yang besar dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Penelitian dari I Putu dan Dewa (2017), Diah dan Jihen (2017), Diko dan Dini (2016) serta Hasanzade M. (2013) memberikan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap ERC. Hal yang sebaliknya ditemukan oleh Merlin dkk (2017), Muhammad dan Agus (2017) serta Gunawan (2015) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.

Halim, (2015:89) berpendapat bahwa *leverage* adalah dimana keadaan perusahaan diwajibkan menanggung beban tetap seperti bunga maupun penyusutan yang disebabkan dari pengalokasian dana atau aset perusahaan. Dengan kata lain, rasio *leverage* merupakan rasio yang dipergunakan untuk menilai seberapa banyak biaya liabilitas yang harus dipertanggungjawabkan perusahaan guna memenuhi aset yang dibutuhkan. Perusahaan yang tingkat *leverage*-nya tinggi berarti memiliki hutang yang lebih besar dibandingkan modal. Dengan demikian jika terjadi peningkatan laba maka yang diuntungkan adalah pemberi hutang, sehingga semakin baik kondisi laba perusahaan maka semakin negatif respon pemegang saham, karena pemegang saham beranggapan bahwa laba tersebut hanya menguntungkan kreditur (Rofika ,2015). Hal ini terbukti oleh penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Diah dan Jihen (2017), Rofika (2015) dan Diko dan Dini (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap ERC. Hal ini bertentangan dengan I Putu dan Dewa (2017) dan Gunawan (2015) yang menyatakan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.

Alasan memilih perusahaan yang bergerak di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, karena sektor industri barang konsumsi dianggap bisa bertahan dalam terjangan krisis global. perusahaan yang bergerak di sektor ini cukup diminati oleh para investor dan telah dibuktikan melalui daya tahan sektor manufaktur terutama oleh sektor industri barang konsumsi, karena sektor tersebut memiliki peningkatan investasi yang signifikan pada tahun ini daripada dua sektor lainnya yakni sektor aneka industri dan industri kimia dasar. Selain itu, karakteristik masyarakat

cenderung gemar berbelanja makanan, ikut membantu mempertahankan industri makanan dan minuman. (www.kompas.com) .

Berdasarkan uraian fenomena, data empiris dan teori serta *research gap* diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *earning response coefficient* (ERC) , penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient*. Merujuk pada hal tersebut, maka judul dari penelitian ini ialah **“PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP EARNING RESPONSE COEFICIENT (ERC) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2018”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian, perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*

2. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*
3. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini bagi beberapa pihak adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Perusahaan
Dapat digunakan sebagai pertimbangan, masukan, dan saran tentang *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan untuk pengambilan keputusan mengenai investasi dan saham.
2. Bagi Calon Investor dan Kreditor
Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menganalisis fundamental perusahaan dalam penilaian saham dan juga ketika sebelum melakukan investasi di bursa efek indonesia dapat membuat manajemen risiko untuk mengantisipasi kondisi perekonomian dapat pula menambah informasi bagi calon investor dan kreditor di pasar modal untuk menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi yang optimal.