

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia di era modern yang terjadi saat ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan. Perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan keadaan yang terjadi. Penyediaan informasi yang luas merupakan suatu keharusan karena adanya pihak yang berkepentingan. Informasi yang relevan, akurat, tepat waktu serta lengkap dapat mempermudah investor dalam pengambilan keputusan sehingga dapat menghasilkan *outcome* yang memuaskan. Salah satu informasi yang penting bagi investor adalah informasi mengenai laba. Laba yang dilaporkan perusahaan memiliki banyak manfaat untuk menilai kinerja manajemen dan dapat pula menaksir resiko dalam berinvestasi. Informasi laba merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang banyak mendapat perhatian (Fauzan dan Purwantoro, 2017).

Informasi yang diumumkan perusahaan akan digunakan pasar dalam pengambilan keputusan keuangan. Dalam hal ini keputusan menjual atau membeli yang dilakukan oleh pasar disebut reaksi pasar. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga pasar (*return saham*) perusahaan tertentu yang cukup mencolok pada saat pengumuman laba. Perubahan harga saham akan mempengaruhi *return* yang diterima oleh pasar. Hal tersebut menunjukkan bahwa laba memiliki hubungan dengan *return* yang diterima oleh pasar, hubungan tersebut didasari oleh informasi yang dimiliki oleh laba dan kemudian mendapat reaksi pasar (Tritiadi dan Yuyetta, 2012). Tingkat perubahan pada *return* atau harga

saham dalam merespon informasi laba dapat diukur dengan koefisien respon laba atau *earnings responses coefficient*.

Earnings response coefficient merupakan koefisien yang mengukur besarnya *abnormal return* sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut (Scott, 2009:154). *Earnings response coefficient* mengukur seberapa besar pengaruhnya tingkat informasi laba yang disampaikan oleh perusahaan terhadap *return* yang diharapkan oleh investor (Trityadi dan Yuyetta, 2012). Nilai *earnings response coefficient* yang tinggi menunjukkan bahwa laba yang diumumkan perusahaan memiliki informasi yang dibutuhkan oleh pasar atau pemegang saham. Perusahaan yang memiliki nilai *earnings response coefficient* positif artinya investor lebih menganggap bahwa laba yang diumumkan memiliki kandungan informasi yang tinggi, dan meyakinkan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Perusahaan yang memiliki *earnings response coefficient* bernilai negatif, berarti kandungan informasi laba yang dipublikasikan perusahaan bernilai rendah, sehingga menurunkan keyakinan investor dalam pengambilan keputusan investasi (Yanti, 2015).

Berdasarkan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2017 terdapat perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *earnings response coefficient* yang rendah, adapula perusahaan manufaktur yang memiliki *earnings response coefficient* bernilai negatif. Berikut jumlah perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *earnings response coefficient* negatif :

Tabel 1.1

Earnings response coefficient

Tahun	Jumlah Perusahaan yang Memiliki <i>Earnings response coefficient</i> Negatif
2012	40
2013	33
2014	48
2015	47
2016	69
2017	40

Sumber: www.idx.co.id

Perusahaan yang memiliki *earnings response coefficient* positif artinya investor menganggap bahwa laba yang dipublikasikan memiliki kandungan informasi yang tinggi. Keyakinan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Peningkatan kepercayaan investor terhadap laba yang dilaporkan perusahaan akan tercermin dari kenaikan laba perusahaan tersebut. Pada tahun 2012-2017 masih terdapat banyak perusahaan yang mempunyai nilai *earnings response coefficient* negatif. Tahun 2012-2017 terdapat 277 perusahaan manufaktur yang memiliki *earnings response coefficient* negatif. Perusahaan yang memiliki *earnings response coefficient* negatif artinya memiliki kandungan informasi yang rendah, sehingga menurunkan keyakinan investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient* diantaranya adalah konservatisme akuntansi, dewan komisaris independen, komite audit, pertumbuhan perusahaan, dan informasi laba. kelima faktor tersebut dinilai

dapat mempengaruhi investor dalam berinvestasi yang dilihat dari nilai *earnings response coefficient*.

Faktor pertama yang mempengaruhi terjadinya *earnings response coefficient* adalah konservatisme akuntansi. Konservatisme akuntansi merupakan penerapan prinsip kehati-hatian untuk menghadapi risiko yang tidak pasti. Prinsip konservatisme akuntansi perusahaan lebih mendahulukan pengungkapan *bad news* dan menunda pengungkapan *good news*. Perusahaan menerapkan konsep ini dengan cara mengakui biaya atau kerugian yang kemungkinan akan terjadi tanpa harus mendapatkan bukti yang riil, dan tidak mengakui pendapatan atau laba yang kemungkinan akan didapat walaupun kemungkinannya besar, dengan tujuan agar manajemen lebih siap dalam kondisi terburuk yang akan terjadi (Natalia dan Ratnadi, 2017). Semakin tingginya penerapan konservatisme akuntansi pada perusahaan, laba yang dihasilkan akan lebih direspon oleh investor dan akan menaikkan nilai *earnings response coefficient*, sebaliknya perusahaan yang kurang menerapkan prinsip konservatisme akuntansi akan menghasilkan laba yang kurang berkualitas sehingga kurang direspon oleh investor dan akan menurunkan nilai *earnings response coefficient* (Aristawati dan Rasmini, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Aristawati dan Rasmini (2018), Wulandari dan Herkulanus (2015), serta Tuwentina dan Wirama (2014) menyatakan bahwa konservatisme akuntansi berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Berbeda penelitian yang dilakukan oleh Natalia dan Ratnadi (2017) yang menyatakan bahwa konservatisme akuntansi berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*.

Penerapan *good corporate governance* merupakan sinyal yang diberikan oleh perusahaan terhadap pihak eksternal sehingga dapat meningkatkan nilai pasar (Aristawati dan Rasmini, 2018). Penerapan *good corporate governance* dapat membuat perusahaan lebih dipercaya sehingga baik atau buruknya *corporate governance* perusahaan dalam mengumumkan laba mempengaruhi respon pasar terhadap laba (Wulandari dan Herkulanus, 2015). Penerapan prinsip *good corporate governance* dapat dilihat melalui dewan komisaris independen dan komite audit.

Dewan komisaris independen adalah wakil pemegang saham dalam perusahaan yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (Mulyadi, 2011:185). Proporsi dewan komisaris independen yang besar dalam struktur dewan komisaris akan memberikan pengawasan yang lebih baik dan dapat membatasi konsentrasi pengendalian yang terlalu banyak ditangan manajemen (Mulyadi, 2011:185). Melalui perannya dalam menjalankan fungsi pengawasan, dewan komisaris independen dapat mempengaruhi pihak manajemen dalam menyusun laporan keuangan sehingga dapat diperoleh suatu laporan laba yang berkualitas, laba yang berkualitas akan lebih direspon oleh investor sehingga dapat meningkatkan nilai *earnings response coefficient*.

Penelitian yang dilakukan oleh Nadirsyah dan Muharram (2015) serta Aryati dan Wulandari (2015) menemukan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Hasil yang berbeda diungkapkan oleh Putri dan Fitriyani (2015) yang menemukan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*.

Berdasarkan keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) nomor Kep-29/PM/2004 menyatakan komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas dan fungsinya. Komite audit juga mempunyai peran yang sangat penting dan strategis bersama dengan komisaris independen untuk menjaga kredibilitas proses penyusunan laporan keuangan sehingga dipercaya oleh masyarakat dalam menilai kewajaran pertanggungjawaban keuangan yang dilakukan oleh manajemen (Mulyadi, 2011:185). Keberadaan komite audit didalam perusahaan dapat memberikan pengawasan terhadap pihak manajemen dalam menyusun laporan keuangan sehingga dapat diperoleh suatu laporan laba yang berkualitas, laba yang berkualitas akan lebih direspon oleh investor sehingga dapat meningkatkan nilai *earnings response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Nadirsyah dan Muharram (2015) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*.

Pertumbuhan perusahaan adalah faktor keempat yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan size (Rufaidah, 2012:180). Dalam melakukan investasi, para investor akan mempertimbangkan pertumbuhan yang terjadi pada perusahaan. Perusahaan yang terus bertumbuh akan dengan mudah mendapatkan modal dan nantinya modal ini akan digunakan sebagai sumber pertumbuhan, karena informasi laba perusahaan yang terus bertumbuh akan direspon oleh investor (Aristawati dan Rasmini, 2018).

Hasil penelitian sebelumnya mengenai pertumbuhan perusahaan terhadap *earnings response coefficient* yang dilakukan oleh Aristawati dan Rasmini (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* dan penelitian ini didukung oleh Yeni (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas, terdapat beberapa hasil yang tidak konsisten, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Aristawati (2018). Terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan pertama adalah penambahan variabel independen berupa informasi laba.

Alasan ditambahkan variabel tersebut karena informasi laba merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *earnings response coefficient*. Salah satu sumber informasi penting yang dibutuhkan oleh investor adalah laporan laba. Hasil operasi atau kinerja perusahaan selama periode tertentu akan dituangkan dalam laporan laba rugi. Dalam melakukan investasi di sebuah perusahaan, para investor menggunakan informasi laba sebagai dasar dalam mengambil keputusan investasi, hal ini dikarenakan informasi laba merupakan suatu indikator mengenai keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Informasi laba dikatakan bernilai jika publikasi atas

informasi tersebut menyebabkan bergeraknya reaksi pasar (Sari dan Daud, 2016). Reaksi pasar yang dimaksud adalah suatu perilaku investor dalam melakukan transaksi, baik dengan cara membeli maupun menjual saham. Atas reaksi pasar yang dilakukan pelaku pasar ini, nantinya akan berpengaruh dalam perubahan harga sekuritas yang bersangkutan. Hasil yang dilakukan oleh Khoiriyah, dkk (2018) menyatakan bahwa informasi laba berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*, hasil ini didukung oleh penelitian Tritiadi dan Yuyetta (2012) yang menyatakan informasi laba berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*.

Perbedaan yang kedua berkaitan dengan proksi variabel *good corporate governance*, pada penelitian sebelumnya variabel *good corporate governance* diproksikan dengan peringkat CGPI dan menggunakan sample berupa perusahaan yang masuk peringkat IICG. Pada penelitian ini variabel *good corporate governance* akan diproksikan dengan dewan komisaris independen dan komite audit. Penggunaan dua proksi tersebut dikarenakan komisaris independen dan komite audit merupakan organ internal perusahaan yang mengelola dan mengawasi jalannya perusahaan sehingga dapat tercipta mekanisme perusahaan yang baik. perubahan proksi variabel *good corporate governance* pada penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran hasil penelitian mengenai pengaruh *good corporate governance* yang dilihat dari dewan komisaris independen dan komite audit terhadap *earnings response coefficient* dilihat dari proksi yang berbeda.

Perbedaan yang ketiga berkaitan dengan objek dan rentang waktu penelitian. Penelitian sebelumnya dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan perusahaan yang tercatat ikut pemeringkatan oleh IICG tahun 2011-2015 hal ini dikarenakan penelitian sebelumnya menggunakan proksi CGPI untuk variabel *good corporate governance*. Penelitian ini memperbarui objeknya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan periode penelitian tahun 2012-2017. Penambahan periode penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI didasarkan pada alasan untuk memberikan gambaran hasil penelitian mengenai *earnings response coefficient* dilihat dari objek penelitian dan periode perusahaan yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka penelitian ini berjudul “Pengaruh Konservatisme Akuntansi, *Good Corporate Governance*, Pertumbuhan Perusahaan, dan Informasi Laba Terhadap *Earnings response coefficient* (ERC) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2017”.

1.2 Ruang Lingkup

Untuk menghindari kesalahan dalam melakukan pembahasan, maka penelitian ini membatasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan variabel konservatisme akuntansi (X_1), dewan komisaris independen (X_2), komite audit (X_3), pertumbuhan perusahaan (X_4) dan informasi laba (X_5) sebagai variabel independen, serta *earnings response coefficient* (Y) sebagai variabel dependen
2. Objek dari penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

3. Periode penelitian ini dilakukan selama 6 tahun yaitu tahun 2012-2017

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena *earnings response coefficient* pada tabel 1.1 yang terdapat dilatar belakang diatas, dapat diketahui bahwa masih banyak perusahaan manufaktur pada periode tahun 2012-2017 memiliki *earnings response coefficient* negatif. Tahun 2012-2017 terdapat 277 perusahaan manufaktur yang memiliki *earnings response coefficient* negatif. Perusahaan yang memiliki *earnings response coefficient* negatif artinya memiliki kandungan informasi yang rendah, sehingga menurunkan keyakinan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient* dapat berupa informasi dari dalam yang disampaikan oleh perusahaan kepada investor yaitu berupa konservatisme akuntansi, dewan komisaris independen, komite audit, pertumbuhan perusahaan dan informasi laba. Rumusan masalah yang disampaikan dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh konservatisme akuntansi, dewan komisaris independen, komite audit, pertumbuhan perusahaan dan informasi laba terhadap *earnings response coefficient*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan penelitian sebelumnya mengenai konservatisme akuntansi, *good corporate governance*, pertumbuhan perusahaan dan informasi laba terhadap *earnings response coefficient*. Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori sinyal yang menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi yang lebih baik mengenai keadaan perusahaannya dibandingkan dengan pihak luar. Keadaan tersebut mendorong

perusahaan dalam hal ini pihak eksekutif untuk memberikan informasi mengenai perusahaan kepada pihak luar. Diharapkan informasi yang telah diberikan dapat memberi gambaran yang baik mengenai perusahaan, sehingga menarik investor untuk melakukan investasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yaitu :

1. Akademisi

Berdasarkan variabel penelitian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai variabel-variabel memengaruhi *earnings response coefficient* serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Praktisi

Berdasarkan variabel yang diteliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam analisis fundamental yang dilakukan dalam pengambilan keputusan investasi. Diharapkan pula dapat memberikan masukan bagi perusahaan dan investor agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *earnings response coefficients* dalam pengambilan kebijakan.