

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Investasi pada pasar modal saat ini semakin diminati oleh masyarakat, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya masyarakat berinvestasi pada perusahaan *go public*. Perusahaan *go public* yang terdaftar di pasar modal harus mempublikasikan laporan keuangan mereka. Hal ini disebabkan informasi yang terkandung di dalam laporan keuangan yang dipublikasikan seperti informasi laba mampu menggambarkan kinerja perusahaan dan memprediksi risiko dalam investasi, sehingga dapat mempengaruhi keputusan investasi. Ball dan Brown (1968) menemukan bahwa jika laba meningkat, maka harga saham cenderung meningkat dan sebaliknya jika laba menurun, maka harga saham cenderung menurun. Dalam prakteknya di pasar modal, kenaikan laba perusahaan tidak selalu diikuti oleh kenaikan harga saham. Perubahan harga saham disebabkan oleh aktivitas investor dalam jual beli saham. Salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur reaksi investor terhadap informasi laba adalah koefisien respon laba.

Koefisien respon laba adalah sebuah koefisien yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat pengembalian investasi yang diharapkan investor dalam merespon laba yang dilaporkan perusahaan. Koefisien respon laba juga didefinisikan sebagai reaksi pasar terhadap pengumuman laba yang menyebabkan pasar akan bereaksi yang dapat dilihat dari pergerakan saham. Reaksi pasar akan berbeda-beda sesuai dengan kredibilitas atau kualitas informasi laba perusahaan.

Cerminan dari nilai koefisien respon laba tergantung dari *good news* dan *bad news* yang terkandung dalam laba. Tingginya koefisien respon laba menunjukkan bahwa laba mampu memberikan informasi bagi investor dalam mengambil keputusan. Sebaliknya rendahnya koefisien respon laba menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan. Selain informasi laba, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi koefisien respon laba yaitu *Debt to Equity Ratio*, *Persistensi Laba*, *Return On Equity*, *Market to Book Value Ratio*, *Ukuran Perusahaan* dan *Penyajian Informasi Corporate Social Responsibility*.

Berikut adalah rata-rata beberapa faktor yang dapat mempengaruhi koefisien respon laba :

Tabel 1.1
Rata-Rata *Debt to Equity Ratio*, Persistensi Laba, *Return On Equity*, *Market to Book Value Ratio*, Ukuran Perusahaan, Penyajian Informasi *Corporate Social Responsibility* dan Koefisien Respon Laba Pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2010-2014

Variabel	2010	2011	2012	2013	2014
Debt to Equity Ratio (%)	76,2	87,5	77,5	75,0	102,7
Persistensi Laba	1,54	2,52	1,37	1,19	1,54
Return On Equity (%)	36,7	44,3	56,4	46,0	45,9
Market to Book Value Ratio (x)	10,14	11,58	13,01	14,46	16,78
Ukuran Perusahaan (Ln)	30,75	30,90	31,01	31,18	31,28
Penyajian Informasi Corporate Social Responsibility	0,55	0,63	0,65	0,65	0,66
Koefisien Respon Laba	4,08	3,91	4,14	4,21	4,10

Sumber: www.idx.co.id dan finance.yahoo.com

Debt to Equity Ratio adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya dengan menggunakan modal yang ada. Perusahaan dengan tingkat *Debt to Equity Ratio* yang tinggi memiliki koefisien respon laba rendah karena para investor mempertimbangkan bahwa penggunaan hutang yang besar oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya menciptakan beban tetap berupa bunga yang harus dibayarkan sehingga laba menurun. Hal ini didukung oleh fenomena pada Tabel 1.1, *Debt to Equity Ratio* meningkat dari tahun 2013 sampai tahun 2014 dengan diikuti penurunan koefisien respon laba. Fenomena ini tidak sejalan dengan penelitian Aisyah Rahmani (2011) yang menyimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap koefisien respon laba.

Persistensi Laba merupakan suatu ukuran untuk menjelaskan kemampuan perusahaan mempertahankan jumlah laba saat ini sampai masa mendatang. Perusahaan dengan tingkat persistensi laba yang tinggi akan direspon investor untuk memprediksi prospek perusahaan ke depan sehingga meningkatkan koefisien respon laba. Hal ini tidak sejalan dengan fenomena pada Tabel 1.1, persistensi laba meningkat dari tahun 2010 sampai tahun 2011 dengan diikuti penurunan koefisien respon laba. Fenomena ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Isna Ardila (2012) yang menyimpulkan bahwa persistensi laba berpengaruh positif signifikan terhadap

koefisien respon laba.

Return On Equity adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan yang menjadi bagian investor atas modal yang diinvestasikan. *Return On Equity* yang rendah tidak akan direspon investor karena mencerminkan laba yang dihasilkan perusahaan rendah dengan memanfaatkan modal secara tidak efisien sehingga koefisien respon laba menurun. Hal ini didukung oleh fenomena pada Tabel 1.1, *Return On Equity* menurun dari tahun 2013 sampai tahun 2014 dengan diikuti penurunan koefisien respon laba. Fenomena ini tidak sejalan dengan penelitian Aisyah Rahmani (2011) yang menyimpulkan bahwa *Return On Equity* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap koefisien respon laba.

Market to Book Value Ratio adalah rasio yang mengukur pertumbuhan perusahaan dengan membandingkan nilai kapitalisasi pasar dengan nilai buku ekuitas. Perusahaan dengan nilai *Market to Book Value Ratio* yang tinggi memiliki koefisien respon laba yang tinggi karena investor mempertimbangkan bahwa semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan, maka semakin tinggi kesempatan perusahaan menambah laba yang diperoleh pada masa mendatang. Hal ini didukung oleh fenomena pada Tabel 1.1, *Market to Book Value Ratio* meningkat dari tahun 2011 sampai tahun 2013 dengan diikuti peningkatan koefisien respon laba. Fenomena ini tidak sejalan dengan penelitian Laila Fitri (2013) yang menyimpulkan bahwa *Market to Book Value Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap Koefisien respon laba.

Ukuran perusahaan secara langsung akan mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi maupun investasi perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset yang banyak lebih menarik bagi investor karena mampu meningkatkan kinerjanya dengan berupaya meningkatkan kualitas laba sehingga koefisien respon laba meningkat. Hal ini didukung oleh fenomena pada Tabel 1.1, Ukuran perusahaan meningkat dari tahun 2011 sampai tahun 2013 dengan diikuti peningkatan koefisien respon laba. Fenomena ini tidak sejalan dengan penelitian Laila Fitri (2013) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba.

Penyajian informasi *Corporate Social Responsibility* adalah penyajian informasi komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi

perusahaan yang bisa menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* yang tinggi akan diikuti koefisien respon laba yang tinggi karena investor semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Hal ini didukung oleh fenomena pada Tabel 1.1, penyajian informasi *Corporate Social Responsibility* meningkat dari tahun 2011 sampai tahun 2012 dengan diikuti peningkatan koefisien respon laba. Fenomena ini tidak sejalan dengan penelitian Isna Ardila (2012) yang menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba.

Penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan LQ45 karena terdiri dari 45 perusahaan paling likuid dengan nilai kapitalisasi yang besar. Perusahaan LQ45 merupakan 45 saham yang terpilih berdasarkan likuiditas perdagangan saham dan disesuaikan setiap enam bulan sekali (setiap awal bulan Februari dan Agustus). Perusahaan LQ45 juga merupakan perusahaan yang terpilih melalui berbagai kriteria pemilihan sehingga para investor akan lebih tertarik untuk aktif dalam jual beli saham perusahaan tersebut. Dengan demikian reaksi investor terhadap perusahaan tersebut dapat diukur dengan koefisien respon laba.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan judul : "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014."

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: apakah *Debt to Equity Ratio*, persistensi laba, *Return On Equity*, *Market to Book Value Ratio*, ukuran perusahaan dan penyajian informasi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap koefisien respon laba pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen yang digunakan adalah koefisien respon laba.
2. Variabel independen yang digunakan adalah *Debt to Equity Ratio*, persistensi laba, *Return On Equity*, *Market to Book Value Ratio*, ukuran perusahaan dan penyajian informasi *Corporate Social Responsibility*.
3. Penelitian dilakukan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Periode penelitian yang diamati adalah tahun 2010-2014.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Debt to Equity Ratio*, persistensi laba, *Return On Equity*, *Market to Book Value Ratio*, ukuran perusahaan dan penyajian informasi *Corporate Social Responsibility* secara simultan dan parsial terhadap koefisien respon laba pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pihak manajemen perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba, sehingga perusahaan bisa mengevaluasi dan meningkatkan kinerjanya serta menerapkan kebijakan yang tepat guna menarik investor.
2. Bagi investor dan calon investor, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba, sehingga memberikan pertimbangan dalam menetapkan perusahaan yang tepat untuk dijadikan target investasi.
3. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian oleh Laila Fitri (2013) dengan judul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh dan

Profitabilitas Terhadap *Earnings Response Coefficient*". Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu terdapat pada:

1. Variabel independen yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah variabel Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel *Debt to Equity Ratio*, persistensi laba dan penyajian informasi *Corporate Social Responsibility*.

Alasan menambahkan variabel *Debt to Equity Ratio* karena rasio ini menggambarkan penggunaan hutang dalam suatu perusahaan yang dapat menciptakan beban tetap berupa bunga yang harus dibayarkan yang akan mempengaruhi besar kecilnya laba yang menjadi fokus investor dalam bereaksi di pasar sehingga *Debt to Equity Ratio* dapat mempengaruhi koefisien respon laba suatu perusahaan. Sedangkan variabel persistensi laba ditambahkan karena perusahaan dengan laba yang persisten akan memberi prospek kedepannya yang membuat investor tertarik untuk bereaksi di pasar sehingga persistensi laba dapat mempengaruhi koefisien respon laba. Alasan menambahkan variabel penyajian informasi *Corporate Social Responsibility* karena perusahaan yang bersedia menyajikan informasi *Corporate Social Responsibility* berarti mampu menyumbang manfaat bagi masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi yang menjadi pemicu kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menarik bagi investor dan menyebabkan investor bereaksi pada pasar sehingga penyajian informasi *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi koefisien respon laba.

2. Penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Periode pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu adalah dari tahun 2008-2011, sedangkan periode pengamatan penelitian ini dari tahun 2010-2014.