

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. *Signalling Theory*

*Signalling theory* merupakan teori pemberi sinyal yang didasarkan bahwa manajer memiliki informasi tentang perusahaan dan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada publik agar harga saham perusahaan meningkat. Dapat dikatakan juga bahwa *signalling theory* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana suatu perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan terkait informasi yang dimiliki oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan (Sugiarto, 2009).

Sugiarto (2009) juga menyatakan bahwa sinyal yang diberikan oleh perusahaan dapat berasal dari laporan keuangan perusahaan atau hal-hal lainnya. Sinyal ini nantinya akan digunakan oleh pihak investor ataupun kreditur dalam menganalisis pengambilan keputusan. Pada saat pengumuman laporan keuangan, apabila setelah dianalisis didapatkan hasil bahwa suatu perusahaan memiliki prospek yang baik, maka hal tersebut akan memberikan sinyal yang baik pula bagi investor. Hal tersebut juga berlaku sebaliknya. Sinyal yang muncul pada dasarnya mampu berdampak positif dan juga negatif bagi perusahaan.

Adanya sinyal yang diberikan akan mampu menimbulkan reaksi pasar. Besar atau kecilnya reaksi pasar dapat dilihat dari pergerakan harga saham perusahaan. Sinyal yang dimiliki perusahaan mampu menarik respon pasar terhadap perusahaan dalam berinvestasi (Mulyani et al, 2007).

## 2.2. Laporan Keuangan dan Informasi Laba

Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka (PSAK No. 1, 2017).

Laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas yang meliputi, aset, liabilitas, ekuitas, pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian, kontribusi dari dan distribusi kepada pemilik dalam kapasitasnya sebagai pemilik, serta arus kas. Selain itu, laporan keuangan juga terdiri dari beberapa komponen yaitu, laporan posisi keuangan pada akhir periode, laporan laba rugi komprehensif selama periode, laporan perubahan ekuitas selama periode, laporan arus kas selama periode, catatan atas laporan keuangan, serta laporan posisi keuangan pada awal periode komparatif. Informasi tersebut akan membantu pengguna laporan keuangan dalam memprediksi arus kas masa depan dan, khususnya, dalam hal waktu dan kepastian diperolehnya kas dan setara kas (PSAK No. 1, 2017).

Hartono (2014) menyatakan bahwa salah satu unsur dalam laporan keuangan yang paling banyak diperhatikan dan dinantikan informasinya adalah laporan laba rugi yang memberikan informasi mengenai laba yang dicapai perusahaan dalam suatu periode. Laba merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang mendapat banyak perhatian dan banyak penelitian membuktikan

adanya hubungan yang sangat erat antara laba dengan tingkat *return* saham perusahaan. Investor memerlukan informasi laba tahunan dalam mempertimbangkan penanaman modalnya.

Laporan laba rugi sangat penting bagi para pemakainya karena memiliki nilai prediktif. PSAK No. 1 (2017) menyatakan laba memiliki manfaat untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan laba yang representatif dalam jangka panjang, memprediksi laba dan menaksir risiko dalam investasi atau kredit. KDPPLK (2017) juga menjelaskan bahwa para investor, kreditor, dan pihak-pihak lainnya sering menggunakan informasi laba dan informasi tentang komponen-komponen laba untuk menilai prospek arus kas dari investasi atau pinjaman yang mereka berikan. Scott (2015) menyatakan bahwa informasi laba dapat bermanfaat jika dapat mengakibatkan investor mengubah keyakinan dan tindakan mereka sebelumnya dan tingkat kegunaan tersebut dapat diukur dari sejauh mana volume atau perubahan harga mengikuti publikasi informasi laba.

### **2.3. Teori Pasar Efisien**

Pasar efisien adalah kondisi pasar yang bereaksi cepat dan akurat untuk mencapai harga keseimbangan baru yang sepenuhnya mencerminkan informasi yang tersedia. Dengan demikian ada hubungan antara teori pasar modal yang menjelaskan tentang keadaan ekuilibrium dengan konsep pasar efisien yang mencoba menjelaskan bagaimana pasar memproses informasi untuk menuju posisi ekuilibrium yang baru. Efisiensi pasar seperti ini disebut dengan efisiensi pasar

secara informasi yaitu bagaimana pasar bereaksi terhadap informasi yang tersedia. Informasi yang tersedia tersebut dapat berupa informasi akuntansi, seperti laba bersih. Laba bersih dianggap sebagai sinyal yang menunjukkan nilai dari perusahaan (Hartono, 2014).

### **2.3.1. Definisi Efisiensi Pasar**

Menurut Beaver (1989), efisiensi pasar adalah hubungan antara harga sekuritas dengan informasi. Secara detail efisiensi pasar dapat didefinisikan dalam beberapa macam definisi, yaitu:

1. Definisi Efisiensi Pasar Berdasarkan Nilai Intrinsik Sekuritas

Efisiensi pasar berdasarkan nilai intrinsik sekuritas merupakan pasar yang nilai sekuritasnya tidak menyimpang dari nilai-nilai intrinsiknya.

2. Definisi Efisiensi Pasar Berdasarkan Akurasi dari Ekspektasi Harga

Pasar dikatakan efisien apabila harga sekuritas mencerminkan secara penuh informasi yang tersedia.

3. Definisi Efisiensi Pasar Berdasarkan Distribusi Informasi

Pasar dikatakan efisien jika harga yang terjadi setelah informasi diterima oleh pelaku pasar sama dengan harga yang akan terjadi jika setiap orang mendapatkan informasi tersebut.

4. Definisi Efisiensi Pasar Berdasarkan pada Proses Dinamik

Efisiensi pasar berdasarkan pada proses dinamik mempertimbangkan distribusi informasi yang tidak simetris dan menjelaskan bagaimana harga-harga akan menyesuaikan karena informasi tersebut.

### 2.3.2. Jenis-jenis Efisiensi Pasar

Menurut Fama (1970) ada tiga macam bentuk utama dari efisiensi pasar secara informasi, yaitu:

#### 1. Efisiensi Pasar Bentuk Lemah

Efisiensi pasar bentuk lemah adalah pasar yang harga-harga sekuritasnya secara penuh mencerminkan informasi masa lalu. Bentuk efisiensi pasar secara lemah ini berkaitan dengan teori langkah acak (*random walk theory*) yang menyatakan bahwa data masa lalu tidak berhubungan dengan nilai sekarang. Jika pasar efisien secara bentuk lemah, maka nilai-nilai masa lalu tidak dapat digunakan untuk memprediksi harga sekarang. Ini berarti bahwa untuk pasar bentuk lemah, investor tidak dapat menggunakan informasi masa lalu untuk mendapatkan keuntungan yang tidak normal.

#### 2. Efisiensi Pasar Bentuk Setengah Kuat

Efisiensi pasar bentuk setengah kuat adalah pasar yang harga-harga sekuritasnya secara penuh mencerminkan semua informasi yang dipublikasikan. Informasi yang dipublikasikan dapat berupa sebagai berikut:

- a. Informasi yang dipublikasikan hanya mempengaruhi harga sekuritas dari perusahaan yang mempublikasikan informasi tersebut.
- b. Informasi yang dipublikasikan yang mempengaruhi harga-harga sekuritas sejumlah perusahaan.

- c. Informasi yang dipublikasikan yang mempengaruhi harga-harga sekuritas semua perusahaan yang terdaftar di pasar saham.

### 3. Efisiensi Pasar Bentuk Kuat

Efisiensi pasar bentuk kuat adalah pasar yang harga-harga sekuritasnya secara penuh mencerminkan semua informasi termasuk informasi privat. Jika pasar efisien dalam bentuk ini, maka tidak ada individual investor atau grup dari investor yang dapat memperoleh keuntungan tidak normal (*abnormal return*) karena mempunyai informasi privat.

Hartono (2014) menyatakan bahwa efisiensi pasar tidak hanya dilihat dari ketersediaan informasi saja, tetapi juga dilihat dari kecanggihan pelaku pasar dalam mengolah informasi untuk pengambilan keputusan. Perbedaannya adalah jika efisiensi pasar secara informasi hanya mempertimbangkan sebuah faktor saja yaitu ketersediaan informasi. Sedangkan efisiensi pasar secara keputusan mempertimbangkan dua faktor yaitu ketersediaan informasi dan kecanggihan pelaku pasar.

#### **2.4. *Earnings Response Coefficient***

Laba merupakan salah satu ukuran kinerja perusahaan yang berguna dalam pengambilan keputusan investor. Sebagai dasar pengambilan keputusan, para pengguna informasi perlu mengetahui kandungan informasi yang terdapat dalam item laba. Bila pengumuman perubahan laba mengandung informasi, maka akan terdapat *abnormal return* di sekeliling tanggal pengumuman perubahan laba tersebut. Hal tersebut hanya menunjukkan bahwa perubahan laba mengakibatkan

adanya reaksi pasar, tetapi tidak menjelaskan seberapa besar respon pasar tersebut berhubungan dengan besarnya (*magnitude*) dari perubahan labanya. *Earnings Response Coefficient* (ERC) dapat mengukur besarnya (*magnitude*) dari perubahan laba yang mempengaruhi *abnormal return* (Hartono, 2014).

ERC merupakan ukuran besaran *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. Sehingga ERC juga merupakan ukuran besarnya kekuatan hubungan laba akuntansi dengan harga saham (Scott, 2015). Cho dan Jung (1991) juga menjelaskan bahwa ERC merupakan efek dari tiap jumlah laba terhadap *return* saham yang diukur dengan koefisien kemiringan dalam regresi laba terhadap *abnormal return*. Analisis *earnings response coefficient* merupakan salah satu bentuk pengujian terhadap kandungan informasi laba. Bila angka laba mengandung informasi, diteorikan pasar akan bereaksi terhadap pengumuman laba. Pada saat diumumkan, pasar telah mempunyai harapan tentang berapa besarnya laba perusahaan atas dasar informasi yang tersedia secara publik (Suwardjono, 2012).

Ada beberapa hal yang menyebabkan respon pasar terkadang berbeda terhadap laba yaitu beta, struktur permodalan perusahaan, persistensi laba, kesempatan bertumbuh, dan tingkat keinformatifan laba (Scott, 2015). Beberapa alasan yang menyebabkan pasar bereaksi adalah sebagai berikut (Scott, 2012):

1. Keyakinan sebelumnya (*prior belief*) dari investor yang didasarkan pada informasi yang tersedia tidak sama. Ketidaksamaan ini dipengaruhi oleh

besar kecilnya informasi yang diperoleh dan kemampuan untuk menginterpretasinya.

2. Dengan masuknya informasi baru berupa laba, sebagian investor merevisi ekspektasinya dengan datangnya berita baik ini (*upward*). Namun sebagian investor yang sebelumnya memiliki ekspektasi yang terlalu tinggi mungkin akan menginterpretasikan informasi laba tersebut sebagai berita buruk (*downward*). Reaksi yang diberikan investor tergantung dari kandungan informasi dalam laba masing-masing perusahaan sehingga mengakibatkan *earnings response coefficient* berbeda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

Cho dan Jung (1991) mengelompokkan *earnings response coefficient* kedalam dua kelompok aspek empiris, yaitu penelitian tentang determinan *earnings response coefficient* dan penelitian tentang keinformasian laba akuntansi dan kandungan informasi laba. Penelitian determinan *earnings response coefficient* biasanya mengukur *earnings response coefficient* sebagai suatu hubungan laba akuntansi dengan *return* saham menggunakan jendela periode panjang, dengan fokus utama untuk mengidentifikasi determinan, tanpa mengaitkannya dengan peristiwa tertentu. Sedangkan penelitian tentang keinformasian laba akuntansi diarahkan untuk menguji pengaruh suatu peristiwa tertentu terhadap perubahan *earnings response coefficient* dengan menggunakan jendela periode pendek.

#### **2.4.1. Abnormal Return**

*Abnormal return* atau *excess return* merupakan kelebihan dari *return* sesungguhnya terjadi terhadap *return* normal. *Return* normal merupakan *return*



ekspektasian yang diharapkan oleh investor. Dengan demikian *abnormal return* adalah selisih antara *return* sesungguhnya yang terjadi dengan *return* ekspektasian (Hartono, 2014). Menurut Brown dan Warner (1985) dalam Hartono (2014) terdapat beberapa model untuk mengestimasi *return* ekspektasian, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Mean-adjusted Model* (model sesuaian rata-rata). Model ini menganggap bahwa *return* ekspektasian bernilai konstan yang sama dengan rata-rata *return* realisasian sebelumnya selama periode estimasi. Periode estimasi umumnya merupakan periode sebelum periode peristiwa. Periode peristiwa disebut juga dengan periode pengamatan atau jendela peristiwa.
2. *Market Model* (model pasar). Model ini dihitung melalui dua tahap. Pertama, membentuk model ekspektasi dengan menggunakan data realisasi selama periode estimasi, dan kedua, menggunakan model ekspektasi ini untuk mengestimasi *return* ekspektasian di periode jendela.
3. *Market-adjusted Model* (model sesuaian pasar). Model ini menganggap bahwa penduga yang terbaik untuk mengestimasi *return* suatu sekuritas adalah *return* indeks pasar tersebut. Dengan menggunakan model ini, maka tidak perlu menggunakan periode estimasi untuk membentuk model estimasi, karena *return* sekuritas yang diestimasi adalah sama dengan *return* indeks pasar.

## 2.5. Persistensi Laba

Laba yang menjadi sumber informasi dalam pengambilan keputusan bagi pengguna laporan keuangan adalah laba akuntansi. Laba akuntansi yang diharapkan tidak hanya tinggi namun juga harus persisten. Laba dibedakan ke dalam dua kelompok: *sustainable earnings* (*earnings persistent* atau *core earnings*) dan *unusual earnings* atau *transitory earnings*. Persistensi laba merupakan laba yang mempunyai kemampuan sebagai indikator laba periode mendatang (*future earnings*) yang dihasilkan oleh perusahaan secara berulang-ulang (*repetitive*) dalam jangka panjang (*sustainable*). Sedangkan *unusual earnings* atau *transitory earnings* merupakan laba yang dihasilkan secara temporer dan tidak dapat dihasilkan secara berulang-ulang (*non-repeating*), sehingga tidak dapat digunakan sebagai indikator laba periode mendatang (Penman, 1982 dalam Sunarto, 2009).

Scott (2015) mendefinisikan persistensi laba sebagai revisi laba yang diharapkan di masa yang akan datang (*expected future earning*) yang diimplikasi oleh inovasi laba tahun berjalan (*current earnings*). Sehingga persistensi laba juga akan dilihat dari inovasi laba tahun berjalan yang dihubungkan dengan perubahan harga saham. Sedangkan menurut Harahap (2010), persistensi laba merupakan revisi laba yang mencerminkan kualitas laba perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu.

Laba yang persisten dapat digunakan sebagai pengukur laba itu sendiri, artinya laba saat ini digunakan sebagai indikator laba periode mendatang. Laba yang semakin persisten menunjukkan laba semakin informatif. Sebaliknya jika laba kurang persisten, maka laba menjadi kurang informatif (Tucker dan Zarowin, 2006

dalam Sunarto, 2009). Persistensi laba sebagai salah satu pengukuran kualitas laba diukur dari *slope coefficient* regresi *current earnings* pada *lagged earnings* (Francis et al, 2004 dalam Sunarto, 2009).

Nichols dan Wahlen (2004) dalam Sunarto (2009) menyatakan bahwa teori tentang angka laba akuntansi yang mengarah pada persistensi laba tergantung pada tiga asumsi. Pertama, teori yang mengasumsikan bahwa laba memberikan informasi kepada para pemegang saham tentang profitabilitas saat ini. Kedua, teori yang mengasumsikan bahwa profitabilitas saat ini dan periode mendatang memberikan informasi kepada para pemegang saham tentang dividen saat ini dan periode mendatang. Ketiga, teori yang mengasumsikan bahwa harga saham sama dengan nilai sekarang dari ekspektasi dividen periode mendatang.

## **2.6. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui besar atau kecilnya perusahaan dengan cara melihat total aset perusahaan pada akhir tahun. Semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan akan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan *natural log* dari total aset. Penggunaan *natural log* dimaksudkan tidak terjadi ketimpangan nilai yang terlalu besar dengan variabel lainnya (Farizky, 2016).

Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Semakin luas informasi yang tersedia mengenai perusahaan besar memberikan bentuk konsensus yang lebih baik mengenai laba ekonomis karena perusahaan besar

memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Semakin informatif harga saham, maka semakin kecil pula kapasitas informasi laba sekarang. Oleh karena itu, apabila terdapat inovasi baru, maka inovasi tersebut besar pengaruhnya terhadap laba perusahaan berskala kecil dibanding perusahaan besar. Selain itu, suatu ukuran perusahaan dapat menentukan baik tidaknya kinerja perusahaan. Investor biasanya lebih memiliki kepercayaan pada perusahaan besar, karena perusahaan besar dianggap mampu untuk terus meningkatkan kinerja perusahaannya (Scott, 2015).

## 2.7. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1.  
Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul	Tahun	Variabel	Hasil
Mulyani et al	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Earnings Response Coefficient</i>	2007	<p>Independen:            Persistensi laba            Struktur modal            Risiko sistematis            Kesempatan bertumbuh            Ukuran perusahaan            Kualitas auditor</p> <p>Dependen:  <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>1. Persistensi laba berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.            2. Struktur modal berpengaruh negatif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.            3. Risiko sistematis berpengaruh negatif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>

				<p>4. Kesempatan bertumbuh berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>5. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>6. Kualitas auditor tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>
Delvira dan Nelvirita	Pengaruh Risiko Sistematis, <i>Leverage</i> , dan Persistensi Laba Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	2013	<p>Independen: Risiko sistematis <i>Leverage</i> Persistensi laba</p> <p>Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>1. Risiko sistematis berpengaruh negatif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>3. Persistensi laba berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>

Kurniawati	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	2014	<p>Independen:          Persistensi laba  <i>Leverage</i>          Ukuran perusahaan          Kualitas akrual</p> <p>Dependen:  <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>1. Persistensi laba berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.          2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.          3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.          4. Kualitas akrual berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>
Rofika	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012	2015	<p>Independen:          Persistensi laba          Pertumbuhan perusahaan          Risiko perusahaan          Struktur modal          Ukuran perusahaan</p> <p>Dependen:  <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>1. Persistensi laba tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i>.          2. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>

				<p>3. Risiko perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>4. Struktur modal positif berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>5. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>
Harmanta dan Yadnyana	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada <i>Earnings Response Coefficient</i> Perusahaan Publik yang Terdaftar di BEI	2016	<p>Independen: Pengungkapan CSR Persistensi laba Pertumbuhan perusahaan Struktur modal Ukuran perusahaan</p> <p>Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>1. Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>2. Persistensi laba berpengaruh negatif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>3. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>

				<p>4. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>5. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>
Herdirinandasari	<p>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Voluntary Disclosure</i> terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	2016	<p>Independen: Ukuran perusahaan Profitabilitas <i>Voluntary disclosure</i></p> <p>Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>3. <i>Voluntary disclosure</i> berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i>.</p>



## **2.8. Hipotesis**

### **2.8.1. Persistensi Laba**

Suatu perusahaan menginginkan perusahaannya terus-menerus memperoleh laba secara konsisten. Persistensi laba merupakan revisi laba yang mencerminkan kualitas laba perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu (Harahap, 2010). Apabila perusahaan diyakini dapat mempertahankan laba yang dihasilkan di masa depan, maka informasi laba yang disajikan tersebut akan cenderung lebih kuat mempengaruhi pasar (Scott, 2015). Dapat dikatakan bahwa peningkatan laba yang diperoleh perusahaan dari waktu ke waktu secara konsisten dapat meningkatkan ERC.

Sejalan dengan penjelasan diatas, penelitian yang dilakukan oleh Mulyani et al (2007), Delvira dan Nelvirita (2013), serta Kurniawati (2014) menyatakan bahwa persistensi laba berpengaruh positif pada ERC. Tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Harmanta dan Yadnyana (2016) menyatakan bahwa persistensi laba berpengaruh negatif terhadap ERC. Hal tersebut terjadi karena diperkirakan bahwa manajemen perusahaan gagal memperoleh kepercayaan investor terhadap inovasi laba. Inovasi laba sendiri dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan tujuan meningkatkan harga saham perusahaan. Inovasi laba yang dilakukan oleh pihak manajemen justru dipandang negatif oleh investor dan dianggap melakukan manajemen laba. Sedangkan dalam penelitian Rofika (2015) menyatakan bahwa persistensi laba tidak berpengaruh terhadap ERC.

Dari penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**Ha<sub>1</sub>: Persistensi laba berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient***

### **2.8.2. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui besar atau kecilnya perusahaan dengan cara melihat total aset perusahaan pada akhir tahun (Farizky dan Pardiman, 2016). Nilai aset yang besar akan memudahkan perusahaan untuk melakukan inovasi baru untuk perkembangan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan diharapkan kinerja perusahaan akan semakin baik, sehingga dengan kinerja perusahaan yang baik, maka kandungan informasi laba yang akan dipublikasikan juga akan baik. Semakin luas informasi yang tersedia mengenai perusahaan besar juga memberikan bentuk konsensus yang lebih baik mengenai laba ekonomis (Scott, 2015). Semakin besar ukuran perusahaan dapat meningkatkan ERC perusahaan tersebut.

Sejalan dengan penjelasan diatas, penelitian yang dilakukan Mulyani et al (2007), Kurniawati (2014), serta Herdirinandasari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC. Sedangkan pada penelitian Rofika (2015) serta Harmanta dan Yadnyana (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Dari penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**Ha<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient***