

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berita mengenai pandemi covid-19 mulai banyak dibicarakan pada awal tahun 2020. Pasar saham Indonesia mengalami kelesuan sebagai dampak dari berita tersebut. Hal ini terjadi karena investor mulai waspada akan covid-19 yang dapat berdampak bagi IHSG. Pada 2 Maret 2020, pemerintah menemukan kasus pertama covid-19 di Indonesia. Penemuan kasus covid-19 ini tentunya mempengaruhi psikologis investor sehingga mendorong banyak investor untuk menjual saham yang dimilikinya sebelum mengalami kerugian lebih jauh. Hal ini tentunya berdampak pada IHSG yang semakin melanjutkan tren turun sampai dengan titik terendah yaitu Rp 3.911,72 pada tanggal 24 Maret 2020.

Pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia menyebabkan investor semakin sadar untuk berinvestasi dananya pada perusahaan-perusahaan yang menjanjikan. Tidak hanya investor, masyarakat juga mulai sadar untuk berinvestasi pada perusahaan-perusahaan yang mampu bertahan ketika terjadi pandemi covid-19. Data Bursa Efek Indonesia menjelaskan bahwa sampai akhir tahun 2020, investor pasar modal Indonesia mengalami kenaikan sebesar 56% menjadi 3,88 juta investor dari tahun 2019 (cnbcindonesia.com). Tujuan berinvestasi tentunya untuk mendapatkan keuntungan dalam jangka pendek ataupun jangka panjang. Para investor yang akan berinvestasi tentunya memerlukan informasi-informasi mengenai perusahaan sebelum melakukan investasi, salah satunya adalah informasi keuangan.

Laporan keuangan merupakan laporan mengenai informasi keuangan suatu perusahaan dalam satu periode akuntansi yang digunakan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan informasi keuangan kepada para *stakeholder*. Laporan ini berguna untuk para *stakeholder* dalam mempertimbangkan suatu keputusan yang akan diambil untuk kedepannya. Laporan keuangan mencakup lima jenis laporan keuangan diantaranya laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan. Laporan laba rugi merupakan laporan penting bagi para stakeholder karena membantu dalam mengevaluasi kinerja perusahaan yang akan terjadi di masa depan, serta membantu dalam menilai ketidapastian risiko yang terkait dengan arus kas masa depan (Kieso *et al.*, 2018).

Pengungkapan informasi perusahaan sangatlah penting bagi pelaku pasar dalam pengambilan keputusan. Keputusan yang diambil pelaku pasar dapat dilihat dari perilaku pelaku pasar yang dikenal dengan reaksi pasar (Sarahwati dan Setiadi, 2021). Laba perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memicu reaksi pasar. Reaksi pasar atas laba perusahaan memungkinkan terjadinya dua hal yaitu *good news* dan *bad news*. *Good news* terjadi bila laba yang dipublikasikan lebih besar dibandingkan laba sebelumnya, sedangkan *bad news* terjadi bila laba yang dipublikasikan lebih kecil dibandingkan laba sebelumnya. Reaksi pasar ini dapat dihitung dengan *earnings response coefficient* (ERC).

Menurut Scott (2009), *earnings response coefficient* merupakan koefisien yang menghitung besarnya keuntungan tidak normal pada sebuah sekuritas sebagai respon terhadap elemen laba yang tidak diharapkan (*unexpected earnings*).

Earnings response coefficient mengungkapkan reaksi pasar atas informasi laba yang dipublikasikan perusahaan. Hal ini dapat diamati dari pergerakan harga saham sebelum dan sesudah tanggal publikasi laporan keuangan. Kualitas laba perusahaan akan menentukan reaksi yang diberikan oleh pasar. Semakin tinggi *earnings response coefficient* maka semakin tinggi kualitas informasi laba yang diperoleh untuk melakukan kepastian investasi. Sebaliknya, semakin rendah *earnings response coefficient* maka semakin rendah kualitas informasi laba yang didapat untuk membuat keputusan. *Earnings response coefficient* yang rendah akan menyulitkan investor untuk memperkirakan *return* yang akan diperoleh dari pendanaan saham terhadap suatu perusahaan di masa yang akan datang.

Publikasi laporan keuangan dapat memberikan dampak positif ataupun negatif terhadap penilaian para investor. Hal ini terbukti pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk yang melakukan publikasi laporan keuangan tahun 2019 pada tanggal 23 Maret 2020. PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk berhasil mencatatkan laba bersih sebesar Rp 5,04 triliun (mengalami kenaikan 10%) pada tahun 2019 (pasardana.id). Dengan kenaikan laba tersebut, pergerakan pasar memberikan respon positif terhadap PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan harga saham sebesar 14,46% pada tanggal 26 Maret 2020. Saham PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk terus mengalami kenaikan sampai dengan harga tertinggi yaitu Rp 10.700 pada tanggal 31 Maret 2020. Hal yang telah dijelaskan di atas menggambarkan bahwa PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mendapatkan respon positif atas kenaikan laba pada tahun 2019. Respon positif yang diberikan menggambarkan bahwa PT. Indofood CBP

Sukses Makmur Tbk dapat memberikan tingkat pengembalian yang wajar atas investasi yang telah dilakukan. Fenomena yang terjadi pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk merupakan *good news* yang menunjukkan nilai *earnings response coefficient* yang tinggi.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Variabel pertama yang mempengaruhi *earnings response coefficient* adalah *leverage*. Menurut Hery (2017), *leverage* adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak perusahaan didanai oleh utang. Jadi dapat dikatakan bahwa rasio *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak beban utang yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, jika terjadi kenaikan laba perusahaan maka yang diuntungkan adalah *debtholder*. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi memiliki *earnings response coefficient* rendah dibandingkan dengan perusahaan dengan *leverage* yang rendah.

Peneliti menggunakan profitabilitas sebagai variabel kedua. Menurut Hery (2017), profitabilitas merupakan suatu ukuran untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas bisnis normalnya. Profitabilitas akan memberikan informasi mengenai sejauh mana investor dapat melakukan investasi agar mampu meraih *return* yang sesuai. Pada umumnya, tingkat profitabilitas yang tinggi akan mendapatkan respon positif dari pelaku pasar. Hal ini menandakan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan memiliki *earnings response coefficient* yang tinggi pula, dibandingkan perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah.

Variabel ketiga yang digunakan peneliti adalah ukuran perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2010), ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan berdasarkan penghitungan total laba, total penjualan, total aset, dan sebagainya. Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam hal menanggung setiap akibat yang dihadapi oleh perusahaan itu sendiri. Ukuran perusahaan dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Perusahaan besar berpotensi memiliki kemampuan dalam mengembangkan laba sehingga akan mendorong pelaku pasar untuk memberikan respon pasar positif. Perusahaan besar akan lebih termotivasi untuk melakukan pengungkapan informasi keuangan. Semakin banyak informasi yang tersedia tentang aktivitas perusahaan, semakin mudah bagi pasar untuk menafsirkan informasi yang tercantum laporan keuangan dan juga akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Variabel keempat yang digunakan peneliti adalah *growth opportunity*. Menurut Tamara dan Suaryana (2020) dalam jurnalnya, *growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan laba di masa depan. Perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi akan lebih mudah mendapatkan modal dari para investor. Perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi berpotensi menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan dengan *growth opportunity* yang rendah. *Growth opportunity* yang tinggi tentunya akan menjadi perhatian bagi investor dalam

melakukan investasi. Oleh sebab itu, *growth opportunity* memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Terdapat beberapa penelitian yang menggunakan variabel-variabel seperti *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity*. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Puspaningsih (2019) menyatakan *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013-2015. Penelitian yang dilakukan oleh Sarahwati dan Setiadi (2021) menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Berbeda dengan *leverage* yang memiliki pengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*, dan profitabilitas yang memiliki pengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Fitriah (2020) menunjukkan *growth opportunity* dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Lasmida dan Ekadjaja (2020) menyatakan profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, namun *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadanti dan Rahayu (2019) menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Azizi *et al.* (2015) menyatakan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*, namun *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan

penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Suaryana (2015) mengatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*.

Penelitian yang dilakukan oleh Tamara dan Suaryana (2020) menyatakan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*, namun *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Awawdeh *et al.* (2020) menyatakan *leverage* dan *growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*, profitabilitas berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Oktavia dan Yanti (2022) menyatakan ukuran perusahaan dan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*.

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah diuraikan oleh peneliti, dapat dilihat adanya hasil yang berbeda-beda dari penelitian-penelitian tersebut. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan pengujian kembali menggunakan variabel independen yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* terhadap *earnings response coefficient* yang dimoredasi covid-19. Penelitian ini menggunakan subjek yang berbeda dari penelitian-penelitian terdahulu, yaitu perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.

Alasan peneliti memilih perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021 sebagai subjek penelitian dikarenakan banyaknya fenomena-fenomena yang menjelaskan bahwa kenaikan laba

perusahaan tidak selalu menerima respon positif dari investor ataupun sebaliknya. Fenomena-fenomena ini tidak hanya terjadi pada perusahaan-perusahaan tertentu, namun terjadi pula pada hampir seluruh perusahaan. Peneliti menggunakan periode 2018-2021 dikarenakan pada periode 2018-2019 merupakan periode sebelum adanya pandemi covid-19 dan 2020-2021 merupakan periode pandemi covid-19. Pada kenyataannya, jumlah investor dalam pasar modal Indonesia mengalami kenaikan yang pesat ketika dunia sedang mengalami pandemi covid-19. Data Bursa Efek Indonesia menjelaskan bahwa sampai akhir tahun 2020, investor pasar modal Indonesia mengalami kenaikan sebesar 56% menjadi 3,88 juta investor dari tahun 2019 (cnbcindonesia.com).

Peneliti banyak menemukan penelitian yang melakukan penelitian terkait *earnings response coefficient*. Namun, banyak penelitian tersebut hanya dilakukan ketika keadaan sedang baik-baik saja. Hal ini menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian dengan mengaitkan krisis pandemi covid-19. Peneliti ingin mengetahui apakah dengan adanya covid-19 mampu memperkuat atau memperlemah determinan *earnings response coefficient* terhadap *earnings response coefficient* atau sebaliknya.

1.2. Rumusan Masalah

Pasar saham Indonesia sedang mengalami guncangan hebat pada awal tahun 2020 dikarenakan pandemi covid-19. Pandemi covid-19 berdampak pada IHSG sampai dengan titik terendah yaitu Rp 3.911,72. Hal ini membuat investor semakin berhati-hati dalam memilih perusahaan yang akan diinvestasikan. Perusahaan yang menjadi prioritas utama investor tentunya perusahaan dengan keadaan keuangan

baik dan mampu bertahan ketika terjadi pandemi covid-19. Perusahaan dengan keuangan yang baik dapat dilihat dari banyak faktor, seperti leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity*. Semakin rendah *leverage* maka semakin baik kinerja perusahaan, sedangkan semakin tinggi profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* maka semakin baik kinerja perusahaan. Faktor-faktor tersebut dapat membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Keputusan yang diambil investor dapat dilihat dari reaksi pasar yang dapat dihitung menggunakan *earnings response coefficient*.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
4. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
5. Apakah covid-19 dapat memoderasi hubungan determinan *earnings response coefficient* terhadap *earnings response coefficient* pada

perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* yang dimoderasi oleh covid-19 terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki fokus dibidang akuntansi keuangan terlebih mengenai *earnings response coefficient*. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bukti empiris dari pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* yang dimoderasi oleh covid-19 terhadap *earnings response coefficient*.

2. Manfaat Praktik

a. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memotivasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar mendapatkan respon positif dari investor.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini tersusun dari lima bab dengan sistematika penulisannya sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan

Bab ini menyajikan gambaran penelitian yang akan dilakukan seperti penjelasan mengenai permasalahan yang diangkat dalam latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian hingga sistematika penulisan.

2. Bab II: Dasar Teori dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini menyajikan tinjauan pustaka yang mendukung permasalahan yang diangkat. Terdapat juga penelitian terdahulu yang hasil penelitiannya digunakan untuk mendukung perumusan hipotesis pada penelitian ini.

3. Bab III: Metode Penelitian

Bab ini menyajikan jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, termasuk operasionalisasi dan pengukuran variabel penelitian, sampel, model penelitian, jenis dan teknik pengumpulan data hingga analisis data yang akan digunakan, serta rencana pembahasan.

4. Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil uji data penelitian berupa statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

5. Bab V: Penutup

Bab ini menyajikan kesimpulan hasil analisis, keterbatasan dan saran dalam penelitian serupa yang selanjutnya akan diteliti pada masa yang akan datang.

