

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### 2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

*Signalling theory* menjelaskan alasan manajer suatu entitas secara sukarela melaporkan informasi ke pasar modal, meskipun tidak ada persyaratan standar untuk melakukannya. Menurut Brigham (2019) menyatakan *signalling theory* adalah tindakan dari manajemen perusahaan untuk menyampaikan petunjuk bagi investor tentang prospek perusahaan. Informasi pertama yang didapat investor diterjemahkan menjadi *good news* atau *bad news*. Manajemen memiliki informasi yang akurat tentang nilai perusahaan yang tidak diketahui oleh investor luar, sehingga jika manajemen mengomunikasikan informasi ke pasar, pasar akan bereaksi terhadap informasi tersebut sebagai sinyal peristiwa tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Teori sinyal (*signalling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signalling*. Spence (1973) dalam Nasution (2019:157) mengemukakan bahwa pemilik informasi berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut.

*Signalling Theory* berarti signal yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada investor selaku petunjuk mengenai prospek perusahaan tersebut (Brigham dan, 2019:184). Ketika eksekutif puncak meningkatkan kepemilikan di perusahaan, mereka mengkomunikasikan ke pasar modal bahwa strategi diversifikasi merupakan kepentingan terbaik pemiliknya. Para pemimpin perusahaan muda dalam penawaran umum perdana (IPO) bekerja sama dengan dewan direksi untuk mengirim pesan kepada calon investor tentang legitimasi perusahaan. Hal ini menggambarkan bagaimana satu pihak bisa melaksanakan aksi untuk memberikan sinyal yang mendasarinya kepada pihak lain.

*Signalling theory* menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau tanda bahwa perusahaan juga telah beroperasi dengan baik.

Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (khususnya investor dan kreditur).

## **2.2 Laporan Keuangan**

Menurut PSAK (Revisi 2017) laporan keuangan yang lengkap terdiri dari beberapa komponen diantaranya (1) Laporan Posisi Keuangan, (2) Laporan Laba Rugi, (3) Laporan Perubahan Ekuitas, (4) Laporan Arus Kas, (5) Catatan Atas Laporan Keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara misalnya, sebagai laporan arus kas, atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan, disamping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya laporan keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi terkini. Kondisi perusahaan terkini adalah keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Biasanya laporan keuangan dibuat per periode, dengan adanya laporan keuangan, dapat diketahui posisi perusahaan terkini setelah menganalisis laporan keuangan tersebut Kasmir (2019). Laporan keuangan adalah hasil akhir dari pencatatan yang merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan (Lubis, 2017:13).

Mulai tanggal 1 Januari 2018, Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) mengesahkan SAK EMKM, yang merupakan standar akuntansi yang dapat dijadikan pedoman untuk menyusun laporan keuangan untuk UMKM. Sesuai dengan peraturan SAK EMKM, minimal UMKM harus membuat tiga jenis laporan keuangan berikut ini:

1. Laporan Posisi Keuangan atau Neraca

Laporan posisi keuangan adalah laporan keuangan yang meringkas total aset bisnis (asset lancar, tidak lancar, dan tidak berwujud). Kemudian pada sisi liabilitas terdapat akun kewajiban (utang usaha dan utang bank), dan ekuitas (modal saham dan laba ditahan). Sederhananya, laporan posisi keuangan memberikan gambaran menyeluruh terkait informasi keuangan instansi atau UMKM. Informasi tersebut termasuk mengenai sumber daya ekonomi yang dimiliki UMKM, utang-utang, dan sumber pembiayaan (modal) untuk mendapatkan sumber daya ekonomi tersebut.

2. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah laporan ikhtisar pendapatan dan beban selama periode waktu tertentu. Secara ringkas laporan laba rugi mencatat total pendapatan dan pengeluaran atau beban. Periode laporan laba rugi biasanya ditentukan per bulan, triwulan, kuartalan, dan tahunan. Laporan laba rugi dibutuhkan oleh pemangku kepentingan internal (tim manajemen dan dewan direksi) dan pemangku kepentingan eksternal (investor dan kreditor). Mereka menggunakan laporan laba rugi untuk mengevaluasi profitabilitas bisnis dan membantu menilai tingkat resiko keuangan bisnis. Selain rasio profitabilitas, laporan laba rugi juga dijadikan sebagai bahan acuan untuk melihat rasio keuangan seperti rasio solvabilitas, rentabilitas, dan lainnya.

3. Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK)

Catatan atas laporan keuangan adalah bagian dari laporan keuangan yang menyajikan informasi tambahan atas pos-pos yang ada dalam laporan keuangan. Sesuai SAK-EMKM, CALK UMKM harus memuat informasi berikut:

- a. Sebuah pernyataan bahwa laporan keuangan telah disusun sesuai SAK

- b. Laporan keuangan telah disusun sesuai dengan ED SAK -EMKM.
- c. Ikhtisar kebijakan akuntansi. Informasi tambahan dan rincian akun tertentu yang menjelaskan transaksi penting dan material.

### 2.3 Teori Efisiensi Pasar

Pasar yang efisien merupakan pasar yang bereaksi dengan cepat dan akurat untuk mencapai harga keseimbangan baru yang telah mencerminkan semua informasi yang tersedia. Informasi ini meliputi hal yang diketahui dan relevan untuk mempertimbangkan harga saham. Dengan demikian, akan terjadi perubahan harga ekuilibrium sekuritas ke harga ekuilibrium sekuritas yang baru. Harga tersebut akan bertahan hingga ada informasi baru yang lain untuk merubah kembali harga ekuilibrium sekuritas. Pasar bereaksi terhadap informasi yang tersedia disebut sebagai efisiensi pasar secara informasi (*informationally efficient market*).

Teori efisiensi pasar adalah teori yang membahas tentang harga atau nilai mencerminkan secara penuh semua informasi yang tersedia pada informasi tersebut (Hanafi, 2014). Ada beberapa pengertian tentang teori efisiensi pasar:

1. Berdasarkan nilai intrinsik sekuritas.

Teori ini menjelaskan bahwa pasar dikatakan efisien jika harga atau nilai sekuritas yang ada pada pasar mencerminkan informasi mengenai seberapa jauh harga sekuritas menyimpang dari nilai instrinsiknya.

2. Berdasarkan akurasi dari ekspektasi harga.

Teori ini menjelaskan bahwa pasar dikatakan efisien jika harga atau nilai sekuritas yang ada pada pasar mencerminkan secara penuh dari ketersediaan informasi yang tersedia.

3. Berdasarkan distribusi informasi.

Teori ini menjelaskan bahwa pasar dikatakan efisien jika harga atau nilai sekuritas diperoleh setelah setiap orang memiliki informasi dan dianggap mendapatkan informasi yang sama.

4. Berdasarkan proses dinamik.

Teori ini menjelaskan bahwa pasar dikatakan efisien jika harga atau nilai sekuritas yang tecantum dalam pasar secara cepat dan penuh

mencerminkan semua informasi yang tersedia. Jadi dalam konsep efisiensi pasar ini membahas tentang hubungan antara harga atau nilai sekuritas dengan informasi, bagaimana pasar bereaksi terhadap informasi-informasi tersebut serta sejauh mana informasi tersebut dapat mempengaruhi pergerakan harga yang baru.

Keadaan pasar akan dikatakan sempurna atau kuat jika informasi pribadi tercerminkan kedalam harga saham sehingga tidak ada informasi yang dimiliki atau tersimpan sendiri oleh seorang individu khususnya individu dalam suatu perusahaan. Hipotesis dalam ini juga mengasumsikan dimana keadaan pasar sempurna yang berarti semua orang dapat memperoleh informasi-informasi di waktu yang sama tanpa adanya biaya yang harus dikeluarkan. Pada kenyataannya melalui penelitian sebelumnya, keberadaan pasar dalam bentuk kuat atau *Strong form* sangat sulit ditemukan disuatu pasar modal. Hal ini dipicu oleh karena adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa terdapat faktor *internal* atau individu didalam suatu entitas yang dapat mengambil aksi terlebih dahulu untuk mendapatkan keuntungan sebelum informasi yang diketahuinya disebarkan kepada publik.

### **2.3.1 Macam – macam Efisiensi Pasar**

Ada 3 macam bentuk utama dari efisiensi pasar menurut Tandelilin (2017: 223):

1. Efisien dalam bentuk lemah (*weak form*)

Pasar efisien dalam bentuk lemah berarti semua informasi di masa lalu (historis) akan tercermin dalam harga yang berbentuk sekarang. Informasi seperti harga dan volume perdagangan di masa lalu tidak bisa digunakan untuk memprediksi perubahan harga di masa yang akan datang, karena sudah tercermin pada harga saat ini (Tandelilin, 2017:223). Dalam keadaan pasar seperti ini biasanya seorang investor akan melakukan jual beli berdasarkan data historis yang belum tentu mencerminkan keadaan pasar sekarang. Oleh karena itu, Dalam pasar bentuk ini, akan lebih baik bagi investor untuk melakukan analisis fundamental bila dibandingkan dengan

analisis teknikal dalam rangka mengambil kelebihan imbal hasil pada jangka panjang.

2. Efisien dalam bentuk setengah kuat (*semi strong*)

Bentuk pasar *Semistrong* memiliki tingkat efisiensi pasar yang lebih besar dibandingkan bentuk pasar lemah atau *weak form*. Pada bentuk pasar semistorng maka data historis yang berupa informasi mengenai saham (harga, volum, dan sebagainya) dipasar modal diketahui dan dijadikan acuan investor untuk mengambil keputusan investasi selanjutnya, selain dari itu informasi atau berita publik juga diperoleh dan dijadikan sebagai acuan bagi investor dalam mengambil langkah investasi selanjutnya. Harga saham yang tercerminkan dalam *Semistrong Form* EMH adalah harga saham sudah mencakupi seluruh informasi publik seperti adanya pembagian dividen, adanya pemecahan saham atau *stocks split*, berita ekonomi juga politik dinegara dan sebagainya. Namun pada pasar Semistorng, masih terdapat kendala dimana informasi yang diterima oleh investor sering kali tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Hal ini disebabkan karena masih banyak informasi-informasi privat yang tidak diketahui sehingga informasi yang tersebar sering kali tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Selain dari pada itu pada bentuk pasar Semistrong, investor akan terkena biaya atas transaksi yang dilakukan. (Tandelilin, 2017:223).

3. Efisien dalam bentuk kuat (*strong form*)

Pada kondisi pasar yang lemah dan semi kuat, data historis dan informasi publik akan menjadi acuan investor untuk mengambil keputusan dalam investasi, namun Pasar efisien dalam bentuk kuat semua informasi baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan sudah tercermin dalam harga sekuritas (Tandelilin, 2017:223). Pasar efisien bentuk kuat menyatakan bahwa harga yang terjadi mencerminkan semua informasi yang ada, baik informasi publik (*public information*) maupun informasi pribadi (*private information*).

## 2.4 Earnings Response Coefficient (ERC)

Laba didefinisikan sebagai perubahan atau kenaikan ekuitas atau aset bersih pemilik (pemegang saham) dalam suatu periode yang berasal dari transaksi operasi dan bukan transaksi modal (setoran dari dan distribusi ke pemilik) Suwardjono (2013: 458-464).

ERC sebagai koefisien yang digunakan untuk mengukur besarnya *return* saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Setiap perusahaan memiliki variasi hubungan yang berbeda antara laba perusahaan dengan *return* saham. Semakin tinggi tingkat ERC maka menunjukkan semakin tinggi pula *return* saham yang dapat diharapkan dari peningkatan laba. Investor akan lebih mudah memprediksi laba yang mungkin didapatkan dari investasi saham pada suatu perusahaan di masa datang dengan mengetahui tingkat ERC suatu perusahaan. Besar kecilnya angka ERC suatu perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor informasi finansial perusahaan tapi juga bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor non finansial seperti kegiatan sosial perusahaan (Scott, 2015).

*Earnings Response Coefficient* (koefisien respon laba) adalah ukuran besaran *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen *unexpected earnings* yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut (Scott, 2015). Pengumuman informasi laba saat diterbitkan atau dipublikasikan respon pasar terhadap informasi tersebut berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. pasar merespon lebih kuat terhadap berita baik atau buruk pada suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain. (Scott, 2015). Beberapa alasan yang menyebabkan pasar bereaksi terhadap informasi laba adalah sebagai berikut (Scott, 2015):

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 ekpektasian yang terlalu tinggi

mungkin akan menginterpretasikan informasi laba tersebut sebagai berita buruk (*downward*).

3. Investor yang merevisi ekpektasinya sebagai berita baik akan bersedia membeli sekuritas pada harga sekarang, sedangkan investor yang merevisi ekpektasinya sebagai berita buruk akan melakukan sebaliknya.
4. Investor dapat mengobservasi jumlah sekuritas yang diperdagangkan dengan munculnya informasi baru berupa laba sekarang.

#### **2.4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Earnings Response Coefficient***

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (ERC) di atas dapat dijelaskan sebagai berikut (Scott, 2015):

a. Risiko saham (Beta)

Beta merupakan ukuran tingkat risiko suatu sekuritas yang lazim digunakan. Makin besar risiko return perusahaan yang diperkirakan di masa depan, maka makin rendah nilai perusahaan di mata investor. Investor melihat laba masa sekarang sebagai indikator kekuatan laba dan return masa depan. Maka makin berisiko return masa depan akan menyebabkan reaksi investor makin rendah terhadap jumlah laba kejutan.

b. Struktur modal

Bagi perusahaan yang mempunyai komposisi hutang yang besar, suatu penambahan, misalnya dalam laba akan menambah kekuatan yang besar, suatu penambahan, misalnya dalam laba akan menambah kekuatan dan keamanan untuk obligasi dan hutang yang beredar lain yang dimiliki perusahaan, sehingga sebagian besar berita baik (*good news*), perolehan laba tersebut banyak yang jatuh ke pemegang hutang dari pada pemegang saham. Dengan demikian, ERC untuk perusahaan yang mempunyai komposisi hutang yang besar akan lebih rendah dari pada perusahaan yang memiliki sedikit atau tidak sama sekali hutang.

c. Persistensi laba

*Earnings Response Coefficient* (ERC) akan lebih besar bila berita baik atau berita buruk dalam laba sekarang diharapkan terjadi lagi (*persistence*) dimasa depan. Jadi, jika berita baik dimasa sekarang berasal dari pengenalan



produk baru yang sukses atau pemotongan biaya oleh manajemen secara ketat maka respon pasar akan lebih besar dari pada jika berita baik tersebut disebabkan oleh laba atau keuntungan akibat penjualan tanah atau peralatan, karena tidak ada jaminan bahwa laba tersebut akan terulang kembali dimasa depan.

d. Kesempatan Bertumbuh

Sehubungan dengan argumen persistensi diatas, berita baik atau buruk dalam laba sekarang dapat mengindikasikan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan, yang mengakibatkan ERC-nya akan lebih besar. Memang laba yang diukur berdasarkan nilai historis tidak dapat mengungkapkan kemampuan pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Namun misalkan laba sekarang mengungkapkan profitabilitas yang tinggi untuk beberapa proyek investasi perusahaan maka hal itu dapat mengindikasikan pasar bahwa perusahaan akan memperoleh pertumbuhan yang pesat dimasa depan. Pengukuran kesempatan bertumbuh menggunakan *market to book value ratio*.

e. Tingkat keinformatifan harga

Harga pasar saham perusahaan mencerminkan semua informasi yang diketahui publik mengenai perusahaan bersangkutan. Jadi, makin informatif harga maka makin sedikit nilai informasi yang diperoleh dari laba yang dilaporkan sekarang yang mengakibatkan makin rendahnya ERC. Salah satu proksi yang digunakan untuk mengukur tingkat informasi harga adalah ukuran perusahaan. Makin besar ukuran perusahaan maka makin banyak sorotan media terhadap perusahaan tersebut.

f. Ukuran Perusahaan

Semakin besar ukuran perusahaan yang diukur dengan semakin besar nilai harga pasar perusahaan maka nilai laba akan lebih persisten daripada perusahaan kecil sehingga nilai ERC akan semakin besar untuk perusahaan besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran ekuitas perusahaan akan meningkatkan kemampuan pertumbuhan perusahaan di masa depan dan meminimalisasi risiko perusahaan.

## 2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai equity, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi (Sawir, 2015:101)

“Ukuran perusahaan (*Firm Size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan total aktiva.” (Riyanto, 2014:299). “Rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.” Sawir (2015:101-102).

Perusahaan yang berskala besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar memiliki pertumbuhan yang relatif lebih besar. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earning response coefficient* dikarenakan perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki aset yang lebih besar untuk memperoleh pendanaan, karena investor memandang bahwa perusahaan yang besar dapat menghasilkan profitabilitas yang tinggi di dalam industry dibandingkan perusahaan kecil, sehingga tingkat pengembalian (*return*) saham perusahaan besar lebih besar dibandingkan return saham pada perusahaan berskala kecil. Oleh karena itu, investor akan lebih berspekulasi untuk perusahaan besar dengan harapan keuntungan (*return*) yang besar pula.

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan (Ferri & Jones, 1979) Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil

daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian (Brigham, 2019). Ukuran perusahaan juga dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang bisa digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan. Total aset yang besar, akan menyebabkan internal perusahaan lebih efektif dalam mengelola perusahaan tersebut. Ini juga menandakan bahwa perusahaan lebih maksimal dalam menghasilkan laba.

### 2.5.1 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Keputusan ketua Bapepam No. Kep. 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva (kekayaan) adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus milyar, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang total aktiva di atas seratus milyar.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 ukuran perusahaan diklasifikasikan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut. Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No.20 tahun 2008 Pasal 6 adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1  
Kriteria Ukuran perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan Usaha Mikro Maksimal 50 juta Maksimal 300 juta
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta – 500 juta	> 300 juta – 2,5 vM
Usaha Menengah	> 10 juta – 10 M	2,5 M – 10 M
Usaha Besar	> 10 M	> 50 M

Sumber: UU No.20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah

## 2.6 Persistensi Laba

### 2.6.1 Laba

Salah satu fungsi akuntansi adalah melakukan pengukuran termasuk pengukuran prestasi, hasil usaha, laba maupun posisi keuangan. Pengukuran laba ini bukan saja penting untuk menentukan prestasi perusahaan, tetapi juga penting sebagai informasi pembagian laba, penentuan kebijakan investasi, pembayaran pajak, zakat, bonus dan pembagian hasil.

Laba adalah perkiraan atas kenaikan (penurunan) ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal yang diakibatkan karena adanya kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode dalam bentuk pemasukan (pendapatan lebih besar dari beban) atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban (Sa'adah et al., 2017)

Perusahaan tidak hanya mengharapkan laba yang tinggi namun juga ingin laba menunjukkan keadaan perusahaan yang sebenarnya dan menjadi acuan prediksi laba periode yang akan datang (Awaliyah dan Suwarti, 2017).

Laba menjadi sumber informasi dalam pengambilan keputusan bagi pengguna laporan keuangan adalah laba akuntansi. Sehingga laba akuntansi yang diharapkan tidak hanya tinggi namun juga harus persisten. Laba juga merupakan salah satu komponen yang seringkali menjadi perhatian bagi pemegang saham dan calon investor. Hal ini dikarenakan laba merupakan salah satu komponen terpenting yang dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan. Laba merupakan selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu tertentu. Sampai saat ini belum banyak peneliti yang memfokuskan meneliti mengenai persistensi laba (Harnanto, 2019:444). Laba dibedakan kedalam dua kelompok: *sustainable earnings* dan *unusual earnings* atau *transitory earnings* Sunarto (2008).

### 2.6.2 Pengertian Persistensi Laba

Setiap perusahaan menginginkan laba (*profit*) untuk melangsungkan kehidupan perusahaan. Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Laba yang berfluktuasi (tidak persisten) akan mengurangi daya prediksi laba pada aliran kas perusahaan dimasa mendatang. Penurunan daya prediksi laba dapat mengakibatkan informasi laba tahun berjalan menjadi kurang

bermanfaat dalam memprediksi laba masa depan (Amir, 2019). Suatu laba dianggap berkualitas tinggi karena laba tersebut dapat mencerminkan kelanjutan laba (*sustainable earnings*) di masa depan, yang ditentukan oleh komponen akrual dan kas untuk dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya. Untuk menentukan prediksi laba tersebut para pengguna laporan keuangan perlu melakukan penilaian atas persistensi laba (Fanani, 2018).

Persistensi laba merupakan laba yang dapat digunakan sebagai indikator *future earnings*. Persistensi laba yang *sustainable* dinyatakan sebagai laba yang mempunyai kualitas tinggi, sebaliknya jika laba *unusual* dinyatakan sebagai laba yang mempunyai kualitas jelek (Penman dan Zhang, 2002) dalam (Gusnita dan Taqwa, 2019).

Persistensi laba sering digunakan sebagai pertimbangan kualitas laba dimana laba yang berkualitas dapat menunjukkan kesinambungan laba, sehingga laba yang persisten cenderung berulang disetiap periode. Persistensi laba adalah revisi laba yang diharapkan dimasa mendatang yang diimplikasikan oleh inovasi laba tahun berjalan, sehingga persistensi laba dilihat dari inovasi laba tahun berjalan serta dengan penggunaan aktiva perusahaan. Laba dikatakan persistensi ketika aliran kas dan laba akrual berpengaruh terhadap laba tahun depan dan perusahaan dapat mempertahankan jumlah laba yang diperoleh saat ini sampai masa yang akan datang. Persistensi laba merupakan laba yang mempunyai kemampuan sebagai indikator laba periode mendatang (*future earning*) yang dihasilkan oleh perusahaan secara berulang-ulang dalam jangka panjang. Sedangkan *unusual earning* merupakan laba yang tidak dapat dihasilkan secara berulang-ulang, sehingga tidak dapat digunakan sebagai indikator laba periode mendatang.

Persistensi laba merupakan laba yang memiliki kemampuan sebagai indikator laba periode mendatang (*future earnings*) yang dihasilkan perusahaan secara berulang dan berkelanjutan (*sustainable*). Sedangkan *unusual earnings* adalah laba yang dihasilkan secara temporer dan tidak berulang sehingga tidak dapat digunakan sebagai indikator untuk laba dimasa yang akan datang (Hayati, 2014).

Persistensi laba umumnya diukur dengan mengestimasi suatu rangkaian ARIMA (*autoregressive, integreted, moving average*) yang nyata dari proses laba.

Sehubungan dengan banyaknya ragam karakteristik-karakteristik ekonomi yang potensial, dibutuhkan suatu tes yang lebih tegas dan jelas untuk mengidentifikasi suatu ukuran kompleksitas perusahaan yang dapat mewakili sebagian besar variabel yang ternyata diketahui sebagai penentu-penentu potensial dari persistensi laba (Belkaoui, 2007:158).

## 2.7 Kajian Penelitian Terdahulu

### 1. Mulyani et al (2007)

Penelitian Mulyani et al (2007) berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Earnings Respons coefficient*”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 51 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sejak tahun 2000. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini adalah persistensi laba, struktur modal, risiko, kesempatan bertumbuh, dan ukuran perusahaan, berpengaruh terhadap ERC, sedangkan kualitas auditor tidak berpengaruh terhadap ERC.

### 2. Dewi dan Rahayu (2018)

Penelitian Dewi dan Rahayu (2018) berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Persistensi Laba Terhadap *Earnings Respons coefficient* pada Perusahaan BUMN Sektor Aneka Industri di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2017”. Penelitian ini menggunakan Data yang diperoleh sebanyak 65 yang terdiri dari 13 perusahaan dengan periode penelitian selama lima tahun. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ERC, sedangkan struktur modal dan persistensi laba tidak berpengaruh terhadap ERC.

### 3. Suardana, K. A., & Dharmadiaksa, I. B (2018)

Penelitian Suardana (2018) dengan judul “*Earnings Response Coefficient: Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*” Penelitian ini menguji tentang faktor-faktor yang berpengaruh pada *earnings response coefficient*. Variabel-variabel dalam penelitian sebelumnya dikombinasikan

dalam penelitian ini guna memperoleh hasil penelitian dengan dimensi objek, waktu dan tempat yang berbeda (*confirmatory research*). Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *systematic risk* berpengaruh negatif pada *earnings response coefficient*, *growth opportunities* berpengaruh positif pada *earnings response coefficient*, *leverage* berpengaruh negatif pada *earnings response coefficient*, dan *firm size* tidak berpengaruh pada *earnings response coefficient*.

4. Mutumanikam, P. R. (2021)

Penelitian Mutumanikam (2021) dengan judul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Persistensi Laba terhadap *Earnings Response Coefficient*". Penelitian ini menggunakan populasi yaitu perusahaan *real estate* di Indonesia yang tercatat di BEI pada tahun 2016-2018. Sampel terdiri dari 29 perusahaan. Data dianalisis dan diolah dengan statistic deskriptif, model regresi panel, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Earnings Respons coefficient* (ERC), *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Respons coefficient* (ERC), Persistensi laba berpengaruh terhadap *Earnings Respons coefficient* (ERC).

5. Gurusinga, J. J., & Pinem, D. B. (2019)

Penelitian Gurusinga (2019) dengan judul "Pengaruh Persistensi Laba dan *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient*" dalam penelitian ini Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Penelitian ini menggunakan metode Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang memiliki tujuan untuk menghitung besarnya pengaruh persistensi laba (variabel bebas) dan *leverage* terhadap *Earning Response Coefficient* (variabel terikat). Dengan hasil penelitian *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Earnings Respons coefficient* (ERC), Persistensi laba berpengaruh terhadap positif *Earnings Respons coefficient* (ERC)

6. Sarahwati, Y., & Setiadi, I. (2022)

Penelitian ini dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Persistensi Laba Terhadap *Earnings Response Coefficient*”. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yaitu perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. Populasi yang digunakan berjumlah 70 perusahaan. Periode yang digunakan selama 5 tahun sehingga jumlah data amatan sebanyak 150 sampel. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*, *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*.

Tabel 2.2  
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1	Mulyani et al (2007)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Earnings Response Coefficient</i>	Independen: Persistensi laba Struktur modal Risiko sistematis Kesempatan bertumbuh Ukuran perusahaan Kualitas auditor  Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i>	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> . 4.Kesempatan bertumbuh berpengaruh positif terhadap <i>earnings response coefficient</i> .



No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
				<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>
2	Dewi dan Rahayu (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Persistensi Laba Terhadap <i>Earnings Respons coefficient</i> pada Perusahaan BUMN Sektor Aneka Industri di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2017	<p>Independen: Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Persistensi Laba</p> <p>Dependen: <i>Earnings Respons coefficient</i> (ERC)</p>	<p>1. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap <i>Earnings Respons coefficient</i> (ERC)</p> <p>2. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Respons coefficient</i> (ERC)</p> <p>3. Persistensi laba tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Respons coefficient</i> (ERC)</p>
3	Suardana, K. A., & Dharmadiaksa, I. B (2018)	<i>Earnings Response Coefficient: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya</i>	<p>Independen: <i>Systematic Risk, Growth Opportunities, Leverage, Firm Size</i></p>	<p>1. <i>Systematic Risk</i> berpengaruh negatif pada <i>Earnings Response Coefficient</i></p> <p>2. <i>Growth Opportunities</i></p>

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
			Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)	berpengaruh positif pada <i>Earnings Response Coefficient</i> 3. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif pada <i>Earnings Response Coefficient</i> 4. <i>firm size</i> tidak berpengaruh pada <i>Earnings Response Coefficient</i>
4	Mutumanikam, P. R. (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> Dan Persistensi Laba Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	Independen: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Persistensi Laba Dependen: <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)	1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) 3. Persistensi laba berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
5	Gurusinga, J. J., & Pinem, D. B (2019)	Pengaruh Persistensi Laba Dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Earning Response Coefficient</i>	Independen: <i>Leverage</i> , Persistensi Laba Dependen: <i>Earnings Respons coefficient</i> (ERC)	1. Leverage berpengaruh positif terhadap <i>Earnings Respons coefficient</i> (ERC) 2. Persistensi laba berpengaruh terhadap positif <i>Earnings Respons coefficient</i> (ERC)
6	Sarahwati, Y., & Setiadi, I. (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas terhadap <i>Earning Response Coefficient</i>	Independen: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas Dependen: <i>Earnings Respons coefficient</i> (ERC)	1. ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>earning response coefficient</i> 2. leverage berpengaruh negatif terhadap <i>earning response coefficient</i> 3. profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>earning response coefficient</i>

## 2.8 Pengembangan Hipotesis

### 2.8.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*

Ukuran perusahaan dapat ditunjukkan dengan besar atau kecilnya total aset yang dimiliki perusahaan (Farizky dan Pardiman, 2016). Perusahaan dengan total aset yang besar diharapkan memiliki kinerja perusahaan yang bagus sehingga perusahaan tersebut relatif stabil dan memiliki kualitas laba yang baik. Oleh karena itu, kualitas laba yang baik akan menarik para investor dan kreditur dalam melakukan pengambilan keputusan.

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan (Ferri & Jones, 1979). Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian (Eugene F. Brigham, 2001).

Hal ini diperkuat dengan penelitian Mulyani et al (2007), dan Dewi dan Rahayu (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Dari penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)**

### 2.8.2 Pengaruh Persistensi laba terhadap *Earnings Response Coefficient*

Persistensi laba merupakan laba yang memiliki kemampuan sebagai indikator laba periode mendatang (*future earnings*) yang dihasilkan perusahaan secara berulang dan berkelanjutan (*sustainable*). Sedangkan *unusual earnings* adalah laba yang dihasilkan secara temporer dan tidak berulang sehingga tidak dapat digunakan sebagai indikator untuk laba dimasa yang akan datang (Hayati, 2014).

Persistensi laba merupakan salah satu unsur relevansi laba yang menjadi ukuran kinerja perusahaan dalam suatu periode. Laba yang persisten diharapkan dapat menambah kekuatan nilai prediksi laba, sedangkan laba yang berfluktuasi dapat mengurangi nilai prediksi laba untuk memprediksi arus kas masa depan perusahaan. Semakin persisten perubahan laba dari waktu ke waktu maka koefisien

laba semakin tinggi karena menunjukkan kondisi bahwa laba yang diperoleh perusahaan terus meningkat. Perusahaan yang mampu mempertahankan laba akan meningkatkan reaksi pasar, hal ini menunjukkan bahwa informasi laba yang dilaporkan oleh perusahaan tersebut berkualitas tinggi (Scott, 2015).

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Mulyani et al (2007), Mutumanikam, P. R. (2021), dan Gurusinga & Pinem (2019), yang menyatakan bahwa persistensi laba berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Dari penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: Persistensi laba berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)**

