



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai teori yang mendasari topik skripsi. Untuk lebih memahami isi dari penelitian ini, maka akan diberikan pula penjelasan mendalam mengenai apa yang dikenal dengan koefisien respon laba, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan persistensi laba. Peneliti juga melampirkan bagan penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian. Agar bermanfaat, maka penelitian terdahulu yang digunakan adalah penelitian yang berkaitan langsung dengan topik yang akan diteliti.

Selain itu, terdapat kerangka pemikiran yang berisikan teori dan hasil penelitian terdahulu. Kerangka pemikiran tersebut disusun dalam bentuk paragraf, serta disusun secara skematis. Adapun teori dan hasil penelitian terdahulu yang ada dalam kerangka pemikiran inilah yang akan dijadikan dasar untuk menentukan hipotesis penelitian.

A. Landasan Teoritis

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Dalam bidang akuntansi, terdapat sebuah kajian yang dikenal dengan sebutan *Agency Theory*, yang diartikan sebagai suatu kontrak antara prinsipal (pemilik perusahaan – pemegang saham mayoritas utamanya)



dengan agen (dalam hal ini adalah manajer perusahaan) untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Prinsipal, sebagai pemilik perusahaan, berkewajiban menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan, sedangkan agen sebagai pengelola perusahaan berkewajiban mengelola perusahaan yang dipercayakan oleh pemegang saham padanya, untuk kemakmuran dan keuntungan pemegang saham, melalui peningkatan nilai perusahaan. Hubungan antara pemegang saham dengan manajemen dalam suatu perusahaan sebagaimana disebut di atas, sering juga disebut dengan istilah *Agency Relationship*. Hubungan semacam ini timbul pada saat prinsipal menggaji seseorang (agen) dalam kaitannya mewakili kepentingan prinsipal (Santoso, 2015:8). Hubungan tersebut biasanya dinyatakan dalam bentuk kontrak. Kontrak dikatakan efisien apabila dapat mendorong pihak yang berkontrak melaksanakan apa yang diperjanjikan tanpa adanya perselisihan dan para pihak mendapatkan hasil (*outcome*) yang paling optimal dari berbagai kemungkinan tindakan yang dapat dilakukan oleh agen (Suwardjono, 2014:485).

Teori agensi (*Agency Theory*) memiliki asumsi bahwa masing-masing individu semata-mata hanya termotivasi oleh kepentingan diri sendiri, sehingga menimbulkan adanya konflik kepentingan antara pemilik perusahaan dengan manajer. Pemegang saham sebagai pihak *principal* mengadakan kontrak untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Sedangkan, manajer termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologinya antara lain dalam memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Masalah keagenan muncul karena adanya perilaku oportunistik dari manajer,

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yaitu perilaku manajemen untuk memaksimalkan kesejahteraannya sendiri yang berlawanan dengan kepentingan pemilik perusahaan (Manggau, 2016).

2. Teori Pesinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Hartono (2016), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai signal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam jumlah perdagangan saham.

Signaling theory membahas permasalahan mengenai asimetri informasi. Teori ini didasarkan pada premis bahwa manajer dan pemegang saham tidak mempunyai akses mengenai informasi perusahaan yang sama. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajer, sedangkan pemegang saham tidak mengetahui informasi tersebut. Jadi, ada informasi yang tidak simetri (*asymmetric information*) antara manajer dan pemegang saham. Akibatnya, ketika struktur modal perusahaan mengalami perubahan, hal tersebut dapat membawa informasi kepada pemegang saham yang akan mengakibatkan nilai perusahaan berubah. Dengan kata lain, terjadi pertanda atau sinyal (Herdirinandasari, 2016).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Laba Akuntansi

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Pengertian Laba

Menurut Peton dan Littleton dalam terjemahan Suwardjono (2014:464), pengertian laba adalah sebagai berikut:

“Laba adalah kenaikan aset dalam suatu perioda akibat kegiatan produktif yang dapat dibagi atau didistribusikan kepada kreditor, pemerintah, pemegang saham (dalam bentuk bunga, pajak, dan dividen) tanpa mempengaruhi keutuhan ekuitas pemegang saham semula”.

b. Konsep Laba

Konsep laba menurut Suwardjono (2014:458) dijelaskan dalam 3 (tiga) tataran teori, yaitu semantik, sintatik, dan pragmatik. Berikut penjelasan secara rinci konsep laba pada tingkatan tersebut:

(1) Konsep Laba dalam Tataran Semantik

Konsep laba dalam tataran semantik berkaitan dengan masalah makna apa yang harus dilekatkan oleh perekayasa pelaporan pada simbol atau elemen laba, sehingga laba dapat bermanfaat (*useful*) dan bermakna (*meaningful*) sebagai suatu informasi. Pemaknaan laba secara semantik akhirnya akan menentukan pemaknaan laba secara sintaktik, yaitu pengukuran dan penyajiannya. Pada tingkatan semantik digunakan 3 (tiga) konsep ekonomi sebagai berikut:

(a) Laba sebagai pengukur kinerja

Laba sebagai pengukur keefisienan (efisiensi) mengandung makna bahwa laba merupakan kemampuan untuk mendapatkan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



keluaran maksimum dengan jumlah sumber daya tertentu sebagai masukan.

(b) Konfirmasi Harapan Investor

Laba dapat diinterpretasikan sebagai sarana untuk mengkonfirmasi harapan-harapan investor atau pemakai lainnya bahwa kinerja perusahaan memang terealisasi.

(c) Estimator Laba Ekonomik

Laba akuntansi dilihat dari sudut perekayasa akuntansi atau kesatuan usaha karena keperluan untuk menyajikan informasi secara objektif dan terandalkan. Sementara itu, laba ekonomik dilihat dari sudut investor karena keperluan untuk menilai investasi dalam saham yang bersifat subjektif bergantung pada karakteristik investor. Laba akuntansi digunakan bukan sebagai pengganti laba ekonomi, tetapi sebagai penyedia informasi kepada pasar agar memungkinkan investor menghitung laba ekonomi.

(2) Konsep Laba pada Tingkat Sintatik

Salah satu bentuk penjabaran makna laba secara sintaktik adalah mendefinisikan laba sebagai selisih pengukuran dan pengakuan antara pendapatan dan biaya. Pada tingkatan sintatik digunakan 3 (tiga) pendekatan sebagai berikut:

a) Pendekatan Transaksi

Dalam pendekatan ini, laba diukur dan diakui saat transaksi terjadi, kemudian akan terakumulasi hingga akhir periode. Pengukuran dan pengakuan laba akan paralel dengan pengakuan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

pendapatan dan biaya karena laba didefinisikan sebagai pendapatan dikurangi biaya.

b) Pendekatan kegiatan

Dalam pendekatan ini, laba dianggap timbul bersamaan dengan berlangsungnya kegiatan, bukan sebagai hasil dari suatu transaksi pada saat tertentu. Pendekatan ini paralel dengan konsep penghimpunan atau pembentukan pendapatan sebagai bisnis pengakuan pendapatan.

c) Pendekatan Pemertahanan Kapital

Laba adalah konsekuensi dari pengukuran kapital pada dua waktu yang berbeda. Dengan konsep ini, elemen laporan keuangan diukur atas dasar pendekatan aset-kewajiban.

(3) Konsep Laba pada Tingkat Pragmatik

Konsep pragmatik laba berkaitan dengan proses keputusan dari investor dan kreditor, reaksi harga sekuritas dalam pasar yang teratur terhadap pelaporan laba, keputusan pengeluaran modal dan manajemen, dan reaksi umpan balik dari manajemen dan akuntan.

a) Laba sebagai alat peramal

Angka laba dapat memberikan informasi sebagai alat untuk menaksir dan menduga aliran kas, untuk memprediksi kemampuan melaba (*earning power*) jangka panjang dan nilai perusahaan di masa mendatang.

b) Laba sebagai alat pengendalian manajemen

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Laba dapat digunakan sebagai tolak ukur bagi manajemen dalam mengukur kinerja manajer atau divisi dari suatu perusahaan.

c. Tujuan dan Manfaat Pelaporan Laba

Suwardjono (2014:456) menyatakan bahwa laba akuntansi dengan berbagai interpretasinya diharapkan dapat digunakan antara lain sebagai:

- (1) Indikator efisiensi penggunaan dana yang tertanam dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat kembalian atas investasi (*rate of return on invested capital*).
- (2) Pengukur prestasi atau kinerja badan usaha dan manajemen.
- (3) Dasar penentuan besarnya pengenaan pajak.
- (4) Alat pengendalian alokasi sumber daya ekonomik suatu negara.
- (5) Dasar penentuan dan penilaian kelayakan tarif dalam perusahaan publik.
- (6) Alat pengendalian terhadap debitor dalam kontrak utang.
- (7) Dasar kompensasi dan pembagian bonus.
- (8) Alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan.
- (9) Dasar pembagian deviden.

4. Koefisien Respon Laba

Laba diinterpretasikan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi privat perusahaan sehingga laba harus mempunyai kandungan informasi (*information content*) baru lebih dari apa yang ditangkap oleh pasar. Dengan demikian, pasar diteorikan akan bereaksi terhadap pengumuman laba (Suwardjono, 2014:460). Salah satu proksi yang dapat digunakan untuk melihat kualitas laba adalah koefisien respon laba.



Pengertian koefisien respon laba menurut Hartono (2016:584) adalah sebagai berikut:

“Koefisien respon laba digunakan untuk mengindikasikan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan”.

Menurut Scott (2015:154), definisi koefisien respon laba adalah sebagai berikut:

“An earnings response coefficient measures the extent of a security’s abnormal return in response to the unexpected component of reported earnings of the firm issuing that security”.

Jadi menurut Scott, koefisien respon laba digunakan sebagai alat untuk mengukur respon dari abnormal return suatu saham terhadap komponen *unexpected* (kejutan) dari *earnings* yang dilaporkan oleh perusahaan yang menerbitkan saham tersebut.

Reaksi pasar terjadi karena adanya kandungan informasi dari suatu peristiwa dan dapat dilihat dengan adanya perubahan harga saham dan return saham. Scott (2015) mendefinisikan informasi sebagai suatu keterangan yang berpotensi mempengaruhi keputusan individu. Scott (2015) juga menyatakan bahwa agar informasi dapat bermanfaat, suatu informasi harus membantu dalam memprediksi *return* investasi di masa yang akan datang. Jika pada kenyataannya investor merasa bahwa informasi akuntansi tersebut bermanfaat, maka hal tersebut akan meningkatkan respon harga saham dengan adanya informasi tersebut (Scott, 2015).

Nilai koefisien respon laba diprediksi lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persisten di masa depan. Demikian juga jika kualitas laba semakin baik, maka diprediksi nilai ERC akan semakin tinggi. Beta mencerminkan risiko



sistematis. Investor akan menilai laba sekarang untuk memprediksi laba dan return di masa yang akan datang. Jika *future return* tersebut semakin berisiko, maka reaksi investor terhadap *unexpected earnings* perusahaan juga semakin rendah. Dengan kata lain, jika beta semakin tinggi, maka koefisien respon laba akan semakin rendah (Scott, 2015). Secara umum, dalam mengetahui kualitas laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan koefisien respon laba, yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba.

5. Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Pengertian ukuran perusahaan menurut Butar & Sudarsi (2012) adalah suatu nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Begitu pula menurut Hartono (2016), ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang mana dapat dilihat berdasarkan jumlah aktiva secara keseluruhan yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar memiliki permintaan akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil (Rofika, 2015:176). Selain itu, perusahaan besar juga dapat ditunjukkan dengan aktiva yang besar pula. Aktiva yang besar akan memudahkan perusahaan untuk melakukan inovasi baru untuk perkembangan perusahaan. Banyaknya inovasi baru yang dilakukan



perusahaan nantinya akan berpengaruh pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (Rahayu dan Suaryana, 2015).

Menurut Herdirinandasari (2016) ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Apabila suatu perusahaan semakin besar maka informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut semakin banyak. Banyaknya informasi yang tersedia karena perusahaan besar mempunyai *reporting responsibility* yang lebih tinggi dan lebih sering muncul dalam pemberitaan dan media masa dibandingkan dengan perusahaan kecil.

b. Indikator Ukuran Perusahaan

Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil yang didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Adapun indikator dalam ukuran perusahaan menurut Manggau (2016) “adalah total aktiva, total penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain”.

Sedangkan menurut Solechan dalam Farizky (2016), indikator dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan atau *size* adalah gambaran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh besarnya aktiva yang dimiliki. Perusahaan besar akan lebih mudah dalam mendapatkan pinjaman atau modal karena investor akan lebih tertarik pada perusahaan dan pengembaliannya lebih tinggi dari perusahaan kecil”.

Salah satu indikator yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *total asset*. Menurut Murhadi (2013), ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan



menggunakan *Log Natural Total Asset* dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan *log natural*, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya.

6. Kesempatan Bertumbuh

Kesempatan bertumbuh adalah variabel yang menjelaskan prospek pertumbuhan di masa mendatang. Menurut Collins dan Khotari dalam Setiawati dkk (2014), perusahaan bertumbuh akan mempunyai koefisien respon laba yang lebih tinggi, karena perusahaan tersebut mempunyai kesempatan memperoleh laba di masa yang akan datang lebih tinggi. Kandungan informasi laba tersebut merupakan berita baik sehingga dapat meningkatkan respon pasar.

Perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh diharapkan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa mendatang, dan diharapkan menghasilkan laba yang lebih persisten. Penilaian pasar terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan terlihat dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Pemegang saham akan memberikan respon yang lebih besar kepada perusahaan yang mempunyai kesempatan bertumbuh yang tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat tinggi di masa depan bagi investor (Scott, 2015). Perusahaan yang terus menerus tumbuh, dengan mudah menarik modal dan ini merupakan sumber pertumbuhan. Informasi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



laba pada perusahaan-perusahaan ini akan direspon positif oleh pemodal (Nugroho & Hanafi, 2015:9).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

7. Persistensi Laba

Persistensi laba adalah revisi laba yang diharapkan di masa mendatang (*expected future earnings*) yang diimplikasikan oleh inovasi laba tahun berjalan sehingga persistensi laba dilihat dari inovasi laba tahun berjalan yang dihubungkan dengan perubahan harga saham (Scott, 2015). Besarnya revisi ini menunjukkan tingkat persistensi laba. Inovasi terhadap laba sekarang adalah informatif terhadap laba masa depan ekspektasian, yaitu manfaat masa depan yang diperoleh pemegang saham. Nilai sekarang dari revisi atas laba masa depan dapat memperkirakan nilai sekarang revisi manfaat masa depan ekspektasiannya, yaitu dalam harga saham (Nugroho & Hanafi, 2015:8).

Semakin tinggi persistensi laba, maka semakin tinggi koefisien respon laba, hal ini berkaitan dengan kekuatan laba. Persistensi laba mencerninkan kualitas laba perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu. Persistensi laba diekspektasi berpengaruh terhadap kualitas laba di masa yang akan datang karena penelitian terdahulu menunjukkan semakin besar revisi laba masa depan yang disebabkan oleh kejutan laba, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap perubahan harga saham (Nugroho & Hanafi, 2015:8). Persistensi laba diukur menggunakan proksi koefisien regresi, yaitu regresi antara laba akuntansi periode sekarang dengan periode sebelumnya. Laba dianggap semakin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



persisten, jika koefisien variasinya semakin kecil (Delvira & Nelvirita, 2013:15).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

B Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan persistensi laba terhadap koefisien respon laba telah banyak diteliti oleh penelitian-penelitian sebelumnya dan menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian terdahulu ini akan dijadikan bahan acuan agar dapat membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu. Rincian mengenai penelitian-penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
	L.P.Agustina Kartika Rahayu dan I.G.N Agung Suaryana (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Risiko Gagal Bayar Pada Koefisien Respon Laba	X1: Ukuran perusahaan X2: Risiko gagal bayar. Y: Koefisien respon laba	Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada koefisien respon laba, sedangkan risiko gagal bayar berpengaruh negatif pada koefisien respon laba.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2	<p>C Rofika (2015)</p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012</p>	<p>X1 : Persistensi laba X2 : Pertumbuhan perusahaan X3 : Risiko perusahaan X4: Struktur modal perusahaan X5 : Ukuran perusahaan Y = <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)</p>	<p>Persistensi laba, risiko perusahaan, dan ukuran perusahaan secara statistik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC). Sedangkan, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal secara statistik berpengaruh signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC).</p>
3	<p>Rahmat Arif (2016)</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Pengaruh Struktur Modal, Resiko Sistematis, Kesempatan Bertumbuh dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Earnings Responses Coefficient</i> (ERC)</p>	<p>X1: Struktur Modal X2: Resiko Sistematis X3: Kesempatan Bertumbuh X4: Ukuran Perusahaan Y: <i>Earnings Responses Coefficient</i> (ERC)</p>	<p>Kesempatan bertumbuh mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap ERC, sedangkan struktur modal, resiko sistematis, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ERC.</p>

1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>		(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)			
	4	Yohanes August Goenawan (2013)	Pengaruh Persistensi Laba, Struktur Modal, dan Kesempatan Bertumbuh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> pada Emiten LQ45 di Bursa Efek Indonesia	X1 : Persistensi laba X2 : Struktur modal X3 : Kesempatan bertumbuh Y : <i>Earnings Response Coefficient</i>	Persistensi laba berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> , struktur modal berpengaruh positif terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> , dan kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .
	5	Muhammad Ginanjar Farizky (2016)	Pengaruh Risiko Kegagalan, Kesempatan Bertumbuh, dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) pada Perusahaan Sektor	X1 : Risiko Kegagalan X2 : Kesempatan Bertumbuh X3 : Ukuran Perusahaan Y : <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)	Risiko Kegagalan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC). Sedangkan kesempatan bertumbuh dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC).

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	<p>© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012		
6	Maisil Delvira dan Nelvirita (2013)	Pengaruh Risiko Sistematis, <i>Leverage</i> , dan Persistensi Laba terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang <i>Go Public</i> di BEI Tahun 2008-2010)	X1: Risiko sistematis X2: <i>Leverage</i> X3: Persistensi Laba Y: <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)	Risiko sistematis berpengaruh signifikan negatif terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC); <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC); dan persistensi laba berpengaruh signifikan positif terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC).
7	Abdur Rahman Dalimunthe (2016)	Pengaruh <i>Coorporate Social Responsibility</i> , Persistensi Laba, dan Struktur Modal terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	X1 : <i>Coorporate Social Responsibility</i> X2 : Persistensi laba X3 : Struktur modal Y : <i>Earnings Response Coefficient</i>	<i>Coorporate Social Responsibility</i> dan struktur modal memiliki pengaruh negatif terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> , sedangkan persistensi laba tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .
8	Sherla Sherlia Herdirinandasa	Pengaruh Ukuran	X1: Ukuran Perusahaan	Ukuran Perusahaan, profitabilitas, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>ri dan Nur Fadjrih Asyik (2016)</p>	<p>Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Voluntary Disclosure</i> terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC)</p>	<p>X2: Profitabilitas X3: <i>Voluntary Disclosure</i> Y: <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC)</p>	<p><i>voluntary disclosure</i> berpengaruh positif atau searah terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC).</p>
	<p>Gunawan Santoso (2015)</p>	<p>Determinan Koefisien Respon Laba</p>	<p>X1 : Struktur modal X2 : Reputasi kantor akuntan publik X3 : Kesempatan bertumbuh X4 : Profitabilitas X5 : Ukuran Perusahaan X6 : Risiko Sistematis X7 : Persistensi Laba Y : Koefisien Respon Laba</p>	<p>Struktur modal, reputasi kantor akuntan publik, kesempatan bertumbuh, profitabilitas, ukuran perusahaan, risiko sistematis, dan persistensi laba tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.</p>
	<p>Khoerul Umam Sandi (2013)</p>	<p>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>X1: Kualitas audit X2: Ukuran perusahaan X3: Pertumbuhan perusahaan X4: Struktur modal.</p>	<p>Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC, sedangkan pertumbuhan perusahaan, struktur modal, dan kualitas audit tidak</p>

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



			Y: <i>Earnings Response Coefficient</i>	berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .	
	<p>© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>1. Made Ayu Friesni Wulandari dan Bambang Suprasto Herkulasnus (2015)</p> <p>Konservatisme Akuntansi, <i>Good Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>X1 : Konservatisme Akuntansi X2 : <i>Good Corporate Governance</i> X3 : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Y : <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>Konservatisme akuntansi, <i>Good Corporate Governance</i>, dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif pada <i>Earnings Response Coefficient</i>.</p>
12	<p>Made Dewi Ayu Untari dan I Gusti Ayu Nyoman Budiasih (2014)</p>	<p>Pengaruh Konservatisme Laba dan <i>Voluntary Disclosure</i> terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>X1 : Konservatisme Laba X2 : <i>Voluntary Disclosure</i> Y : <i>Earnings Response Coefficient</i></p>	<p>Konservatisme tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>, sedangkan <i>voluntary disclosure</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>.</p>	



C. Kerangka Pemikiran

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari berbagai perspektif. Ukuran perusahaan dilihat sebagai salah satu upaya penilaian atau penentuan besar kecilnya suatu perusahaan. Penilaian tersebut dapat dilihat dari nilai aktiva yang dimilikinya. Perusahaan yang besar tentunya lebih mudah dalam melakukan sebuah inovasi. Hal tersebut dikarenakan jumlah aktiva yang dimilikinya lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Adanya inovasi tersebut dapat berpengaruh terhadap laba perusahaan. Perusahaan besar akan lebih mudah untuk mendapatkan modal karena investor lebih tertarik dan percaya pada perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan dan pengembalian yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu, ukuran perusahaan juga dilihat sebagai informasi untuk menilai laba yang dihasilkan perusahaan.

Signaling theory menyatakan apabila

informasi yang dipublikasikan mengandung kualitas yang baik yakni bernilai positif, maka dapat diharapkan bahwa pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima. Oleh karena itu, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin tinggi koefisien respon labanya. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Suaryana (2015), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Sedangkan, menurut Rofika (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Kesempatan Bertumbuh

Kesempatan bertumbuh suatu perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan labanya. Ketika suatu perusahaan mengalami pertumbuhan yang tinggi, maka pengaruh laba terhadap harga saham akan lebih besar jika dibandingkan perusahaan dengan pertumbuhan yang rendah. Perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar akan memiliki koefisien respon laba yang tinggi. Perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh untuk dapat meningkatkan laba perusahaan, kemungkinan akan membuat investor lebih percaya dan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Menurut teori agensi (*agency theory*), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam keputusan berinvestasi, terutama apabila pengumuman tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin besar kesempatan bertumbuh laba suatu perusahaan, maka koefisien respon laba akuntansi yang dimiliki perusahaan meningkat dan tingkat kepercayaan investor untuk berinvestasi semakin besar. Penelitian yang dilakukan oleh Arif (2016) menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Goenawan (2013) dan Farizky (2016) menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Persistensi Laba

Persistensi laba mencerminkan kualitas laba suatu perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu. Investor menjadikan persistensi laba sebagai pertimbangan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

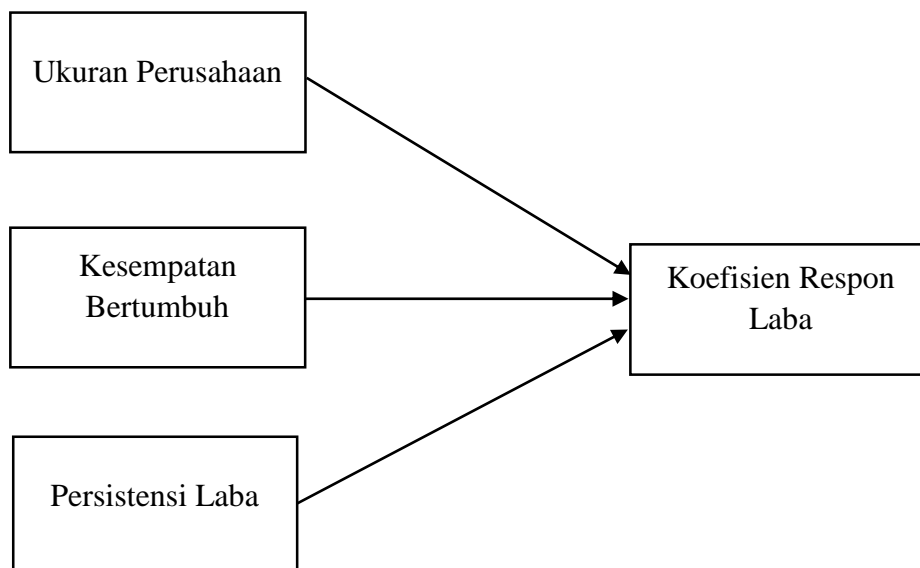
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dalam melakukan investasi berdasarkan data historis perusahaan tersebut. Semakin permanen perubahan laba dari waktu ke waktu, maka akan semakin tinggi koefisien respon laba. Hal tersebut menunjukkan bahwa laba yang diperoleh perusahaan meningkat secara terus menerus dan bukan hanya karena suatu peristiwa tertentu. Jika dilihat menurut teori pesinyal, tingkat persistensi laba bisa saja dikarenakan adanya asimetri informasi antara manajemen dengan pemegang saham, sehingga terjadi perbedaan informasi jumlah laba diantara keduanya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Delvira & Nelvirita (2013), persistensi laba berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Rofika (2015) dan Dalimunthe (2016) menunjukkan bahwa persistensi laba tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

Secara ringkas dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_{a1}: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap koefisien respon laba

H_{a2}: Kesempatan bertumbuh berpengaruh terhadap koefisien respon laba

H_{a3}: Persistensi laba berpengaruh terhadap koefisien respon laba

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.