

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Sinyal

Teori Sinyal menurut Ross (1977) adalah pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaan meningkat. Informasi yang diterima oleh para calon investor dapat berupa sinyal yang baik atau sinyal yang buruk. Teori sinyal di dasarkan pada asumsi bahwa informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidak sama. Dengan kata lain, teori sinyal berkaitan dengan asimetri informasi. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak – pihak yang berkepentingan dengan informasi. Untuk itu, manajer perlu memberikan informasi bagi pihak – pihak yang berkepentingan melalui penerbitan laporan keuangan.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa laba (per saham) mempunyai dampak pada harga saham, sehingga hal ini sangat diperlukan investor untuk memprediksi laba dan harga masa mendatang. Informasi berupa kebijakan dan rencana manajemen, pengembangan produk, strategi yang dirahasiakan akan tercermin dalam angka laba yang dipublikasi melalui laporan keuangan. Laba merupakan sarana untuk memberikan sinyal dari manajemen, sehingga informasi laba sangat diharapkan para analis untuk mengetahui informasi dan untuk mengkonfirmasi laba harapan investor. Apakah laba mengandung informasi dapat ditunjukkan oleh reaksi pasar terhadap pengumuman laba. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan return saham perusahaan yang mencolok saat pengumuman laba. Dan besaran yang menunjukkan hubungan antara laba dan return saham disebut Earnings Response Coefficient.

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Informasi dari perusahaan akan memberikan sinyal positif atau negatif bagi investor. Adanya sinyal diberikan berupa sinyal positif atau negatif akan mempengaruhi harga saham di pasar. *Earnings Response Coefficient* (ERC) berkaitan dengan teori sinyal karena teori

sinyal menjelaskan bagaimana investor akan merespon informasi yang diberikan perusahaan pada pengguna laporan keuangan. Teori sinyal merupakan persepsi manajemen terhadap pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang dan akan memengaruhi respon calon investor kepada perusahaan (Brigham & Houston, 2011).

Apabila laba yang dilaporkan oleh Perusahaan meningkat maka informasi tersebut dapat dikategorikan sebagai sinyal baik karena mengindikasikan kondisi Perusahaan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang dilaporkan menurun maka Perusahaan berada dalam kondisi tidak baik sehingga dianggap sebagai sinyal yang buruk. Brigham & Houston (2011) menyatakan bahwa isyarat adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan setiap modal yang baru diperlukan dengan cara-cara lain sedangkan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung untuk menjual saham.

2.2 Earnings Response Coefficient

Scott (2009) mendefinisikan *Earnings Response Coefficient* merupakan reaksi pasar terhadap informasi laba yang di publikasikan oleh perusahaan yang dapat diamati dari pergerakan harga saham disekitar tanggal publikasi laporan keuangan. Earnings Response Coefficient dapat didefinisikan sebagai efek suatu satuan mata uang dari laba yang diharapkan pada return saham dan menggambarkan reaksi investor terhadap pengumuman laba atau rugi tersebut.

Earnings Response Coefficient menunjukkan kuat lemahnya reaksi pasar terhadap pengumuman laba, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi kandungan dalam informasi laba. Jika investor mempunyai persepsi bahwa informasi keuangan memiliki kredibilitas tinggi, maka ia akan bereaksi terhadap laporan keuangan tersebut secara kuat (Tiolemba & Ekawati, 2008).

Earnings Response Coefficient adalah indikator yang dapat digunakan untuk menilai besarnya respons investor pada keuntungan perusahaan. Laba yang

mempunyai sedikit informasi untuk pemegang saham dalam membuat kebijakan finansial menunjukkan bahwa adanya Earnings Response Coefficient yang rendah begitupun sebaliknya laba yang memiliki banyak informasi untuk pemegang saham dalam membuat kebijakan finansial akan menunjukkan Earnings Response Coefficient yang tinggi (Fitri, 2013). ERC didefinisikan sebagai perkiraan perubahan harga saham yang terjadi akibat adanya pengumuman laba perusahaan yang masuk ke informasi pasar. Rendahnya nilai Earnings Response Coefficient menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk pengambilan keputusan. Scott (2013) menyatakan bahwa ERC mengukur besarnya abnormal return saham dalam merespons komponen laba yang dihasilkan perusahaan.

Reaksi yang diberikan investor tergantung dari kandungan informasi dalam laba masing – masing perusahaan, sehingga mengakibatkan *Earnings Response Coefficient* (ERC) berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, adapun beberapa faktor yang menyebabkan perbedanaan *Earnings Response Coefficient* (ERC) tersebut adalah risiko sistematis, yang diukur dengan menggunakan beta, *Default Risk*, yang merupakan proksi dari struktur modal, persistensi laba, dimana kemampuan menghasilkan laba yang permanen akan menyebabkan ERC berbeda setiap perusahaan, *corporate sosial responsibilty* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yang akan memberikan nama baik terhadap perusahaan itu sendiri, kesempatan bertumbuh (*Growth Opportunities*) dan *the informativeness of price* yang di produksi dengan ukuran perusahaan (*firm size*) (Scott, 2009).

ERC dapat diukur melalui beberapa tahap perhitungan. Tahap pertama menghitung cumulative abnormal return (CAR) masing-masing sampel dan tahap kedua menghitung unexpected earnings (UE) sampel. Dasar pemikiran ERC bahwa investor memiliki perhitungan ekspektasi laba jauh hari sebelum laba dikeluarkan. Menjelang saat dikeluarkannya laporan keuangan, investor akan mencari lebih banyak informasi dalam membuat analisis terhadap angka laba periodik. Hal ini dapat terjadi karena seringnya terdapat kebocoran informasi menjelang dikeluarkannya laporan keuangan (Delvira, 2013).

2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala besar kecilnya perusahaan yang dapat mencerminkan resiko yang dihadapi serta mempengaruhi pasar dalam pengambilan keputusan yang diukur dengan berbagai cara seperti total asset, penjualan bersih dan kapitalisasi pasar perusahaan (Alifiana & Praptiningsih, 2016). Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar, maka akan dikenal masyarakat sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor, karena perusahaan tersebut cenderung menjadi subjek penelitian publik sehingga perusahaan perlu merespon secara terbuka permintaan stakeholders (Herdirinandasari & Asyik, 2016). Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kemungkinan suatu perusahaan untuk meningkatkan pelaporan keuangan dengan baik. Perusahaan yang sudah lama berdiri menunjukkan kestabilan perusahaan secara berturut-turut dan investor dapat meninjau kinerja perusahaan tersebut dari tahun ke tahun. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka ketersediaan sumber daya informasi perusahaan semakin banyak.

Ukuran perusahaan yang besar menandakan bahwa perusahaan tersebut terus bertumbuh. Perusahaan besar akan dengan mudah mendapatkan pendanaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari banyaknya asset yang dimiliki, jika asset yang dimiliki suatu perusahaan besar maka secara tidak langsung menandakan bahwa ukuran dari perusahaan tersebut besar, sebaliknya, jika jumlah asset yang dimiliki sedikit maka ukuran perusahaan tersebut kecil. Perusahaan besar akan memberikan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil dan investor akan semakin mudah untuk menginterpretasikan informasi yang banyak tersebut dan investor dengan mudah dapat mengakses ke pasar modal secara tidak langsung akan menaikkan *Earnings Response Coefficient*.

2.4 Leverage

Leverage adalah penggunaan hutang oleh perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* adalah salah satu indikator yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan. Hutang yang digunakan dalam bentuk investasi selain untuk mendanai asset perusahaan diharapkan akan meningkatkan keuntungan perusahaan karena asset yang diperoleh perusahaan dari hutang digunakan untuk menghasilkan keuntungan (Febria, 2014). Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi artinya perusahaan memiliki tingkat hutang yang lebih besar daripada modal yang dimiliki. Tingginya tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan menyebabkan turunnya kepercayaan investor terhadap laba yang diumumkan perusahaan, karena ketika perusahaan memperoleh laba maka pembayaran yang didahulukan adalah pembayaran hutang kepada kreditor daripada pembagian deviden kepada investor.

Macam-macam perhitungan rasio *leverage* yaitu *Debt to Assets Ratio* (DAR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Time Interest Earned Ratio*, *Long Term Debt to Equity Ratio*, dan *Tangible Assets Debt Coverage*. Dalam penelitian ini untuk menghitung rasio *leverage* menggunakan DER karena DER menghitung perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas.

2.5 Profitabilitas

Mahendra (2017) mendefinisikan profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Laba diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan. Suwardjono (2007) secara konseptual laba mempunyai karakteristik umum, yaitu: Kenaikan atau kemakmuran yang dimiliki atau dikuasai oleh suatu entitas (perorangan atau kelompok), Perubahan terjadi dalam suatu kurun waktu (periode) sehingga harus diidentifikasi kemakmuran awal dan akhir, dan Perubahan dapat dinikmati, didistribusi, atau ditarik oleh entitas yang menguasai kemakmuran asalkan kemakmuran awal bisa dipertahankan. Jadi dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam periode tertentu untuk menghasilkan laba. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan informasi lebih banyak. Hal ini

dikarenakan tingginya profitabilitas mengindikasikan bagaimana perusahaan dapat mengelola risiko dengan baik (Rullyan, 2017).

Beberapa ukuran untuk menghitung tingkat profitabilitas diantaranya yaitu, ROE, ROA dan *Net Profit Margin*. Penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA) untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. *Return On Asset* (ROA) digunakan untuk menggambarkan kemampuan aktiva perusahaan dalam memperoleh laba bersih (Rullyan, 2017). Menurut (Mahendra & Wirama, 2017) jika profitabilitas tinggi akan berdampak positif terhadap ERC, karena profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi. Apabila keuntungan perusahaan tinggi maka harga saham (ERC) juga tinggi sehingga mampu menarik investor karena tingkat pengembalian sahamnya naik diperusahaan juga akan naik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan menaikkan ERC.

2.6 Voluntary Disclosure

Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) menurut Suwardjono (2014:583) adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas. Teori pensignalan (*signalling theory*) melandasi pengungkapan sukarela ini. Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham khususnya kalau informasi tersebut merupakan berita baik. Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitasnya dan kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan. Beberapa penelitian akademik juga menunjukkan bahwa makin besar perusahaan makin banyak pengungkapan sukarela yang disampaikan.

Pengungkapan sukarela memiliki manfaat yang signifikan dalam berbagai konteks. Pertama memperkuat kepercayaan antara individu atau lembaga dengan publik, karena menunjukkan sikap terbuka dan jujur. Selain itu, pengungkapan sukarela memperkuat hubungan interpersonal dengan membangun kedekatan dan keterlibatan antara individu. Transparansi yang dihasilkan dari pengungkapan sukarela juga penting untuk menjaga akuntabilitas dan mencegah penyalahgunaan

kekuasaan. Selain itu, dengan berbagi informasi secara sukarela, individu dapat memberikan kontribusi pada peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang suatu masalah. Hal ini juga memberikan rasa pemberdayaan kepada individu, karena mereka merasa memiliki kendali atas informasi yang mereka miliki. Lebih jauh lagi, pengungkapan sukarela membantu mencegah masalah atau konflik yang mungkin timbul akibat ketidaktransparan atau penutupan informasi. Oleh karena itu, pengungkapan sukarela memberikan manfaat yang penting bagi individu, lembaga, dan masyarakat secara keseluruhan.

Tingkatan pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tergantung pada tingkatan pengungkapan yang disediakan oleh sumber-sumber lain. Salah satu pertimbangan manajemen dalam mengungkapkan informasi perusahaan secara sukarela (*voluntary disclosure*) lebih banyak dipengaruhi oleh faktor biaya dan manfaat. Perusahaan akan mengungkapkan informasi secara sukarela apabila manfaat yang diperoleh perusahaan dari pengungkapan informasi tersebut lebih besar dari biaya yang dikeluarkan (*cost-benefit consideration*). Oleh karena itu, sebelum manajemen menyebarkan informasi perusahaan, biaya dan manfaat dari penyediaan informasi tersebut harus diperbandingkan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan referensi guna mendukung materi yang akan dibahas. Ada beberapa penelitian yang telah membahas tentang pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan *voluntary disclosure* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Diantaranya sebagai berikut :

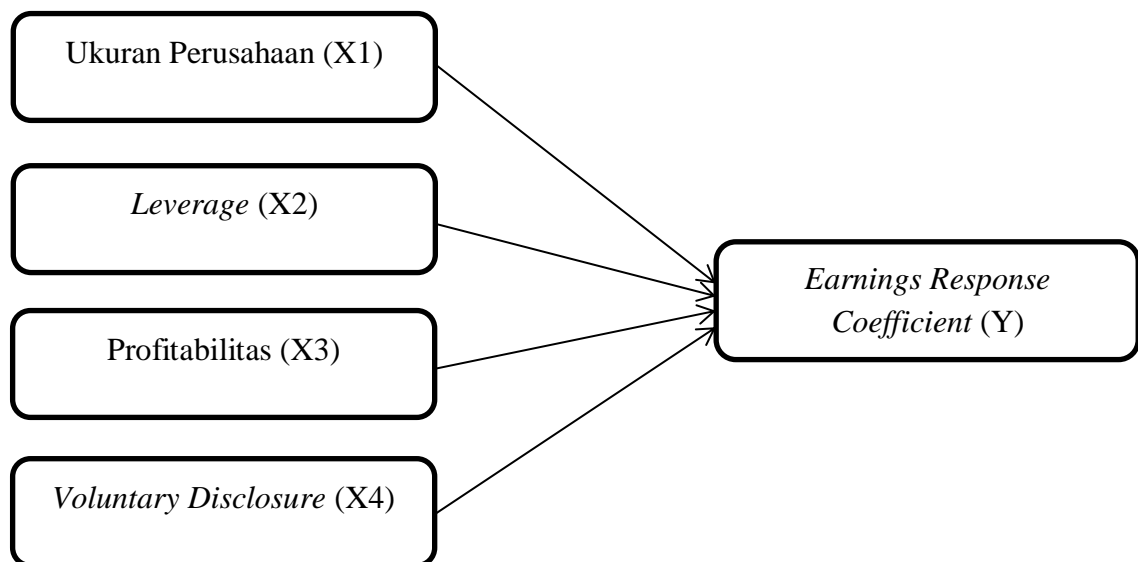
Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL
1	Yuniar Sarahwati dan Iwan Setiadi (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ERC, <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap ERC, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap ERC
2	Katrin Dea Situmorang. (2018)	Pengaruh <i>Default Risk</i> , Risiko Sistematis, dan Profitabilitas terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Risiko Sistematis memiliki pengaruh yang negatif sedangkan <i>Default Risk</i> dan Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)
3	(Tamara & Suaryana, 2020)	Pengaruh <i>Growth Opportunity</i> dan <i>Leverage</i> pada <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)	Penelitian menunjukkan bahwa <i>Growth Opportunity</i> memiliki pengaruh positif sedangkan <i>Leverage</i> memiliki pengaruh negatif terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC).
4	(Wahasusmiah & Indriani, 2022)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .	Hasil penelitian ini ialah Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap ERC.
5	(Rezania, 2015)	Pengaruh Konservatisme laba dan <i>Voluntary Disclosure</i> dan Ketepatan Waktu (<i>Timeliness</i>) Laporan Keuangan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	Hasil penelitian ini adalah konservatisme laba, <i>voluntary disclosure</i> dan ketepatan waktu (<i>timeliness</i>) laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap <i>earnings response coefficient</i> .

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran untuk dapat memahami konsep penelitian dan arah dari hubungan kualitas dari variabel independen dan dependen. Penelitian ini berusaha untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan *Voluntary Disclosure* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Dari uraian di atas maka model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



2.9 Bangunan Hipotesis

Bagian ini menjelaskan berbagai rumusan hipotesis dengan argumentasinya. Masing-masing diuraikan sebagai berikut :

2.9.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient*

Berdasarkan ukurannya, perusahaan bisa dibedakan menjadi dua kategori yakni perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan besar memiliki laba yang lebih berkembang dan berdampak pada besarnya respon pasar terhadap return saham. Investor lebih suka sama perusahaan yang ukuran besar dari pada perusahaan ukuran kecil, karena Sehingga besarnya ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini didukung oleh (Rezania, 2015) Wahasusmiah, R., & Indriani, P. (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC. Maka hipotesis penelitian adalah:

H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*

2.9.2 Pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient*

Leverage mengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh hutang. Penggunaan hutang yang terlalu tinggi pada suatu perusahaan akan membahayakan perusahaan itu sendiri dan dapat dikategorikan dalam *extreme leverage* sehingga perusahaan terperangkap dalam tingkat hutang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban tersebut (Angela, 2020). Ketika tingkat *leverage* menunjukkan semakin besarnya total hutang daripada modal yang dimiliki maka akan berdampak pada semakin besar beban perusahaan kepada kreditor. Dalam hal ini menggambarkan bahwa perusahaan sangat tergantung pada pihak luar yaitu kreditor. Maka dari itu semakin tinggi tingkat *leverage* maka investor tidak tertarik pada perusahaan karena laba yang dihasilkan nantinya akan mengalir ke kreditor. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Tamara & Suaryana (2020) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Artinya semakin tinggi tingkat *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan maka investor semakin tidak tertarik pada pengumuman laba, karena perusahaan akan lebih

mementingkan pembayaran hutang kepada kreditor daripada pembagian dividen ke investor. Maka hipotesis penelitian adalah :

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*

2.9.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient*

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dimana profitabilitas sebagai hasil akhir dari program perusahaan dan keputusan keuangan (Hasanzade et al., 2013). Profitabilitas menggambarkan keefektifan perusahaan yang memengaruhi respon investor terhadap informasi laba perusahaan sebagai pengambilan keputusan investasi (Nurmalina et al., 2018). Semakin tinggi tingkat profitabilitas pada suatu perusahaan akan mengakibatkan tingginya respon investor terhadap informasi laba perusahaan dan ketika tingkat profitabilitas semakin rendah maka respon investor terhadap informasi laba perusahaan akan semakin rendah juga.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Katrin Dea Situmorang (2018) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Ketika tingkat profitabilitas pada suatu perusahaan tinggi maka daya saing antar perusahaan akan meningkat, serta laba perusahaan yang tinggi dapat menunjukkan tingkat pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan memiliki kesempatan bersaing yang lebih baik. Maka hipotesis penelitian adalah:

H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*

2.9.4 Pengaruh *Voluntary Disclosure* terhadap *Earnings Response Coefficient*

Herdinandasari dan Asyik (2016) menjelaskan *voluntary disclosure* sebagai pengungkapan atau *voluntary* tambahan yang melebihi pengungkapan wajib yang telah ditetapkan karena dianggap sejalan dengan apa yang diinginkan para pemakai atau pengguna keuangan. *Voluntary disclosure* adalah pengungkapan laporan akuntansi dan informasi lainnya yang relevan, dan dilakukan secara bebas oleh manajer di luar batas yang telah ditentukan BAPEPAM berdasarkan kebutuhan pengguna laporan tahunan. Pengungkapan ini dilakukan untuk memperlihatkan

kinerja perusahaan seperti baik terhadap lingkungan, karyawan, pemangku kepentingan lain, harga saham proyeksi penjualan tahun berikutnya dan lain sebagainya (Setyabudi,2018)

Menurut Irna Rezania (2015) *voluntary disclosure* berpengaruh signifikan terhadap ERC. Semakin banyak informasi sukarela yang diungkapkan oleh perusahaan maka respon investor terhadap laba akan meningkat, karena informasi tersebut dapat dijadikan pedoman dalam mengambil keputusan. Pengungkapan sukarela dapat berpengaruh positif dan negatif terhadap ERC. Jika informasi yang diungkapkan oleh perusahaan berkaitan dengan kabar baik (*good news*) dan didalam pengungkapan *good news* tersebut memiliki laba yang lebih persisten dan akan mengakibatkan tingginya ERC investor akan lebih mendasarkan prediksi laba di masa yang akan datang pada informasi yang diberikan pada pengungkapan sukarela suatu perusahaan. Maka hipotesis penelitian adalah :

H4 : *Voluntary Disclosure* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*