

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap Perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan untuk yang sama yaitu untuk memperoleh keuntungan. Salah satunya yaitu PT. Astra International Tbk yang merupakan Perusahaan skala International yang didirikan pada Tahun 1957. Perusahaan bergerak di bidang perdagangan, industri, pertambangan, pengangkutan, pertanian, pembangunan (konstruksi dan real estat), jasa (aktivitas profesional, ilmiah dan teknis, jasa informasi dan komunikasi). Ruang lingkup kegiatan utama Astra bersama anak usahanya meliputi perakitan dan penyaluran mobil (Toyota, Lexus, Daihatsu, Isuzu, UD Trucks, Peugeot dan BMW), sepeda motor (Honda) berikut suku cadangnya, penjualan dan penyewaan alat berat, konstruksi, pertambangan dan jasa terkait, pengembangan perkebunan, jasa keuangan, infrastruktur, teknologi informasi dan properti.

Semakin meningkatnya usaha suatu perusahaan maka persaingan yang terjadi diantara perusahaan semakin kompetitif khususnya bagi perusahaan yang sejenis. Perusahaan akan melakukan berbagai aktivitas untuk mencapai tujuannya dalam memperoleh laba. Informasi laba dalam laporan keuangan pada umumnya penting, khususnya bagi mereka yang menggunakan laporan keuangan untuk tujuan pengambilan keputusan investasi. Pengambilan keputusan investasi, informasi laba penting bagi investor untuk mengetahui kualitas laba supaya mereka dapat mengambil informasi (Tandelilin, 2019), menyatakan bahwa tujuan

investor dalam berinvestasi adalah memaksimalkan *return*, tanpa melupakan faktor risiko investasi yang harus di hadapinya.

Earnings response coefficient merupakan koefisien yang bisa digunakan untuk mengukur respon investor terhadap laba yang diterbitkan oleh perusahaan. Sesungguhnya yang diharapkan dari sebuah model ERC adalah respons investor terhadap nilai perusahaan. Dengan naiknya harga sama adalah bukti bahwa para investor mempercayai suatu perusahaan menguntungkan. ERC membantu menghadirkan informasi laba yang realistis, menyuguhkan rincian yang terpaut antara satu kesimpulan dengan penjelasan, dan lengkap dengan sumbernya. Tentu ini akan menghadirkan tanggapan positif dari para investor. Bahwa laba dihadirkan dalam bentuk informasi yang berguna, bukan sebuah angka yang menunjukkan naik atau turun semata, melainkan dampak apa yang diakibatkan dari naik atau turunnya laba. Bagi investor laba mengandung dua sisi, sisi positif sebagai keuntungan dan sisi negatif sebagai risiko (Saragih & Rusdi, 2020).

ERC menunjukkan jumlah reaksi yang diberikan oleh pasar atas informasi laporan laba yang dipublikasikan sebuah perusahaan yang bisa diamati pergerakannya berdasarkan data atau informasi harga saham disekitar tanggal publikasi laporan keuangan tersebut Apabila terjadinya rendah jumlah ERC menunjukkan bahwa laba yang dipublikasikan memiliki kekurangan dalam informatif bagi seorang investor untuk membuat sebuah keputusan ekonomi. Tetapi apabila Semakin tinggi tingkat ERC yang didapatkan akan memiliki dampak bagus karena itu menunjukkan informasi laba telah dipublikasikan

berkualitas dengan ditunjukkan tingginya respon investor terhadap pengumuman laba (Septiano et al., 2022).

Manajemen PT Astra International Tbk (ASII), holding Grup Astra, melaporkan laba bersih perusahaan di kuartal I-2021 mencapai Rp 3,73 triliun, menurun 22% dibandingkan kuartal I-2020 senilai Rp 4,81 triliun, disebabkan kontribusi yang lebih rendah dari hampir semua segmen bisnis. Berdasarkan laporan keuangan, pendapatan bersih konsolidasian Grup Astra pada kuartal pertama tahun 2021 sebesar Rp 51,7 triliun, juga menurun 4% dibandingkan dengan kuartal pertama tahun lalu Rp 54 triliun. Pendapatan dan laba bersih grup Astra pada kuartal pertama tahun 2021 lebih rendah dibandingkan periode yang sama tahun lalu, mengingat tahun lalu pandemi baru mulai mempengaruhi ekonomi Indonesia dan kinerja bisnis secara substansial pada bulan Maret 2020.

Walaupun informasi laba merupakan hal yang paling direspon oleh investor sebagai dasar pengambilan keputusan, namun informasi tersebut sangat terbatas kegunaannya bagi investor. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas laba perusahaan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Earnings response coefficient* seperti *Leverage*, *Systemic risks*, *Company size*, *Growth Opportunity* dan *Company profitability* (Awawdeh et al., 2020; Chen et al., 2019; Hasanzade et al., 2020; Irawan, 2021; Paramita et al., 2020; Saragih & Rusdi, 2020; Sari & Rokhmania, 2020; Septiano et al., 2022; Sufiyati, 2018)

Leverage merupakan faktor pertama yang diduga mempengaruhi *earnings response coefficient*. *Leverage* adalah penggunaan biaya tetap dalam kegiatan usaha yang memiliki tujuan untuk meningkatkan profitabilitas (Septiano et al.,

2022). Dengan tingginya utang membuat pihak manajemen akan berusaha meningkatkan kinerja agar dapat melunasi utang perusahaan dan bisa meningkatkan laba perusahaan. Dengan semakin tinggi tingkat leverage akan memaksa pihak manajemen untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat melunasi hutang-hutang Perusahaan (Septiano et al., 2022).

Sementara pendapatan lainnya (Imroatunsolihah, 2023; Awawdeh, 2020) menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient* yang berarti jika *leverage* suatu perusahaan rendah, maka akan meningkatkan *earning response coefficient* perusahaan tersebut dan sebaliknya artinya suatu perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi berarti memiliki banyak hutang pada pihak luar, artinya tersebut memiliki risiko keuangan yang tinggi karena mengalami kesulitan keuangan akibat utang yang tinggi. Semakin besar *leverage* maka semakin rendah *earnings response coefficient*, artinya utang perusahaan yang tinggi dapat menjadi perhatian investor pada saat akan berinvestasi sehingga investor tidak memperhatikan laba perusahaan.

Selanjutnya *systematic risk* juga diduga mempengaruhi *earnings response coefficient*. Risiko sistematis (beta) adalah risiko yang berhubungan dengan perubahan yang terjadi di pasar secara keseluruhan (Chandra, 2020). Perusahaan yang memiliki risiko tinggi, maka pengumuman laba akan direaksi rendah oleh investor, sehingga *earnings response coefficient* akan semakin rendah. Hal ini sesuai dengan konsep *high risk high return*, yang menganggap bahwa perusahaan dengan tingkat risiko tinggi akan memperoleh keuntungan yang tinggi pula. Namun, keuntungan yang didapat oleh investor belum pasti sehingga hal ini

menyebabkan investor berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi. Investor akan menerima kerugian apabila portofolio investasinya melibatkan saham yang berpotensi gagal yang menyebabkan investor tidak dapat lagi memperjual-belikan sahamnya (Chandra, 2020).

Delvira dan Nelvirita (2023), menyimpulkan bahwa *systematic risk* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Semakin peka *return* saham terhadap *return* pasar, semakin tinggi pula resiko sistematisnya. Resiko ini dipengaruhi oleh faktor eksternal perusahaan. Meskipun operasional perusahaan berjalan dengan baik dan harga saham tidak ada alasan untuk turun, namun tetap saja pasar bereaksi negatif akibat munculnya resiko pasar. Semakin berfluktuasi perubahan saham akibat kondisi pasar (menyebabkan beta tinggi), pendapatan yang akan diterima investor pada akhir periode akan sulit diprediksi. Hasil sebaliknya ditemukan oleh (Chandra, 2020; Rahmawati & Asyik, 2020) menyatakan resiko sistematis tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Selain *leverage* dan *systematic risk*, *company size* juga di duga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient*. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara seperti total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar Perusahaan (Sufiyati, 2018). Ukuran perusahaan ikut menentukan tingkat kepercayaan investor. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu relatif lama. Penelitian

(Awawdeh et al., 2020; Sari & Rokhmania, 2020; Sufiyati, 2018) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan (Irawan, 2021) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Faktor lain yang mempengaruhi *earnings response coefficient* yaitu *growth opportunity*. Pertumbuhan perusahaan dapat digambarkan oleh bertambahnya volume penjualan saham (Rahmawati & Asyik, 2020). Respon pemegang saham terhadap informasi laba tercermin dari peningkatan harga saham atau bertambahnya volume penjualan saham perusahaan. Semakin meningkatnya volume penjualan saham berarti laba yang dihasilkan juga semakin meningkat. Pemegang saham akan memberikan respon terhadap laba yang meningkat dan dengan kemampuan pertumbuhan perusahaan yang tinggi, karena diharapkan akan memberikan manfaat di masa mendatang (Sari & Rokhmania, 2020; Awawdeh et al., 2020; Irawan, 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Awawdeh et al., 2020; Irawan, 2021) menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Hasil penelitian (Rahmawati & Asyik, 2020) menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan (Sari &

Rokhmania, 2020) menyatakan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Lebih lanjut, *Return on asset* (ROA) juga mempengaruhi *earnings response coefficient*. Profitabilitas mempunyai pengaruh penting kepada ERC Perihal ini bisa disaksikan dengan tingkat signifikansi yang didapat karena rasio ini menghitung tingkat pengembalian atas suatu investasi pemegang saham dan sebagai ukuran suatu keuntungan profitabilitas dari pemikiran pemegang saham. Bertambah tinggi profitabilitas ini memberikan efek baik sekali di tingkat keyakinan investor karena bakal memberinya tingkat pengembalian yang semakin besar di pemegang saham, maka dari analisis ini bisa menunjukkan jika profitabilitas mempunyai pengaruh positif kepada ERC. Perusahaan yang bagus merupakan suatu perusahaan dengan atau mendapati efektivitas operasional yang bagus juga, hingga punya tingkat profitabilitas yang tinggi. Karenanya makin tinggi tingkat profitabilitas satu perusahaan maka dapat berpengaruh ke makin tinggi ERC (Septiano et al., 2022). Menurut Awawdeh et al (2020) semakin besar laba yang di peroleh maka semakin besar pula *earnings response coefficient*. Hasil penelitian Wiguna dan Murwaningsari (2022) menyimpulkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *earnings response coefficient*.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Leverage, Systemic**

risks, Company size, Growth Opportunity dan Company Profitability terhadap Earning Response Coefficient Pada PT Astra International Tbk”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk ?
2. Apakah *systematic risk* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk?
3. Apakah *company size* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk?
4. Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk?
5. Apakah *company profitability* berpengaruh terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk.

2. Untuk menganalisis pengaruh *systematic risk* terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk.
3. Untuk menganalisis pengaruh *company size* terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk.
4. Untuk menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk.
5. Untuk menganalisis pengaruh *company profitability* terhadap *earning response coefficient* pada PT. Astra International Tbk.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat berguna untuk beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan pelatihan intelektual yang diharapkan dapat mempertajam daya pikir ilmiah serta meningkatkan kompetensi dalam disiplin ilmu yang dipelajari.

2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah atau lembaga terkait dalam mengambil keputusan dalam hal yang berhubungan dengan masalah belanja modal.

3. Bagi Universitas

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah koleksi pustaka bagi Universitas Malikussaleh dan dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi bagi setiap pembaca sehingga menambah wawasan. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk memperkuat penelitian sebelumnya.