

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laporan keuangan adalah sarana komunikasi informasi keuangan perusahaan kepada pihak - pihak di luar perusahaan (*stakeholders*), terutama investor dan kreditor. Menurut IAI (2009), tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan Keuangan yang dibuat oleh pihak manajemen diharapkan dapat menyediakan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan, sehingga pengguna laporan keuangan mengetahui kinerja perusahaan dan dapat mengambil keputusan. Suwardjono (2007:489) mengatakan bahwa ketika pasar efisien menerima informasi yang dilaporkan perusahaan, pasar akan merefleksikan informasi terkait dalam harga saham ekuilibrium baru.

Informasi laba merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang banyak mendapat perhatian. Restuti dan Nathaniel (2012) berpendapat bahwa informasi laba dikategorikan relevan apabila laba tersebut memiliki nilai prediksi, sedangkan keandalan dari laba merupakan kemampuan laba yang dapat diuji kebenarannya, netral atau bebas dari unsur bias, dan menggambarkan secara wajar keandalan yang digambarkan. Menurut Siegel (1990, dalam Adhariani,

2005) tinggi atau rendahnya laba yang dilaporkan tidak mempresentasikan kualitas dari sebuah laba, melainkan *understatement* dan *overstatement*, stabilitas komponen dalam laporan laba rugi, realisasi risiko aset, pemeliharaan atas modal dapat menjadi prediktor laba masa depan atau biasa dikenal dengan *predictive value*. Bellovary (2005, dalam Adhariani, 2005) berpendapat bahwa kualitas laba memiliki kemampuan untuk merefleksikan kebenaran laba suatu perusahaan dan dapat berguna untuk memprediksi laba mendatang, dengan mempertimbangkan stabilitas dan persistensi laba, sehingga laba di masa depan merupakan indikator kemampuan perusahaan untuk membayar deviden masa mendatang. Pengukuran atas kualitas diperlukan untuk membandingkan laba antar perusahaan agar perbedaan kualitas yang digunakan sebagai penilaian yang didasarkan pada laba dapat dipahami. *Earning response coefficient* merupakan salah satu cara untuk mengukur *value relevance* informasi laba. Delvira dan Nelvirita (2013) berpendapat bahwa rendahnya *earning response coefficient* menunjukkan kualitas laba yang kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi, karena ketika investor memiliki informasi yang berkualitas, investor akan berusaha memanfaatkan informasi tersebut sehingga harga saham benar - benar merefleksikan informasi tersebut. Hal tersebut terjadi karena *earning response coefficient* dapat mengestimasi perubahan harga saham perusahaan akibat informasi yang terkandung ketika perusahaan mengumumkan laba mereka. Scott (2006:132) berpendapat bahwa ada

beberapa faktor yang mempengaruhi *earning response coefficient*, tiga diantaranya adalah persistensi laba, *leverage*, dan kesempatan bertumbuh.

Scott (2006:133) menyatakan bahwa persistensi laba sering kali digunakan sebagai dasar untuk mempertimbangkan kualitas laba, sehingga relatifitas persistensi laba berdampak pada kualitas dari laba itu sendiri. Ia juga menegaskan bahwa persistensi laba merupakan cerminan kualitas laba perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu. Investor meyakini bahwa perusahaan yang menghasilkan laba yang cukup baik menunjukkan prospek yang cerah dan nantinya akan memberikan *return* optimal bagi investor Brigham (2001, dalam Delvira dan Nelvirita, 2013). Laba juga berperan penting untuk mengukur perubahan bersih atas kekayaan pemegang saham sehingga investor harus yakin mengenai kemampuan menghasilkan laba (*earnings power*) perusahaan dalam jangka panjang, oleh karena itu diperlukan informasi laba masa lalu untuk memprediksi laba masa datang. Hal tersebut akan menyebabkan investor untuk cenderung lebih memilih melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki laba bersifat persisten. Penelitian oleh Mulyani, Asyik, dan Andayani (2007) menemukan bahwa persistensi laba berdampak positif terhadap *earning response coefficient*, artinya semakin persisten atau permanen perubahan laba dari waktu ke waktu, maka semakin tinggi *earning response coefficient*. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Delvira dan Nelvirita (2013), mereka menemukan bahwa persistensi laba berdampak positif terhadap *earning response coefficient*.

Investor maupun kreditor (prinsipal) mengharapkan menerima *return* yang tinggi atas dana yang diinvestasikan pada perusahaan berdasarkan informasi laba perusahaan, dan manajemen perusahaan (agen) berkeinginan mendapatkan modal dana untuk kegiatan operasional bisnis perusahaan. Pihak prinsipal akan diuntungkan ketika kondisi laba sedang dalam posisi yang bagus, namun selalu ada pihak prinsipal yang lebih diuntungkan. Suwardjono (2007:554) berpendapat bahwa kreditor berjaminan (*guaranteed creditors/debtholders*) memiliki urutan yang lebih tinggi daripada investor dalam hal distribusi aset, sehingga ketika perusahaan dengan tingkat hutang yang lebih besar dibandingkan modal (*leverage*), maka yang lebih diuntungkan adalah pihak kreditor (*debtholders*), karena perusahaan akan mengutamakan untuk melunasi hutang mereka terlebih dahulu daripada membagikan dividen. Hal ini dapat menjelaskan bahwa semakin baik kondisi laba perusahaan maka semakin negatif respon pemegang saham, karena pemegang saham akan beranggapan bahwa laba tersebut lebih menguntungkan kreditor. Hasil penelitian terdahulu mengenai dampak *leverage* terhadap *earning response coefficient* oleh Mulyani, Asyik, dan Andayani (2007) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Murwaningsari (2008) yang menunjukkan bahwa semakin buruk leverage maka *earning response coefficient* juga semakin rendah. Namun penelitian oleh Delvira dan Nelvirita (2013) menemukan hasil yang berbeda, dalam penelitian ini *leverage* tidak berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*.

Perusahaan yang tumbuh secara konstan, dengan mudah menarik modal, dan hal tersebut merupakan sumber pertumbuhan. Informasi pada perusahaan - perusahaan seperti ini tentunya akan direspon positif oleh investor dan kreditor. Scott (2006:136) berpendapat bahwa peluang pertumbuhan dapat meningkatkan *expected* return di masa yang akan datang sehingga pihak investor dan perusahaan itu sendiri akan diuntungkan karena adanya kesempatan bertumbuh akan meningkatkan *earning response coefficient*. Pendapat Charitou et al (2001, dalam Naimah, dan Utama, 2006) menyatakan bahwa respon imbal hasil sekuritas terhadap laba tidak terduga akan lebih tinggi (rendah) kepada perusahaan yang mempunyai pertumbuhan tinggi (rendah). Dasar pemikiran hipotesis ini adalah pandangan mengenai implikasi penilaian laba berhubungan positif dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan imbal hasil dari aset perusahaan. Saat melakukan investasi, investor akan mempertimbangkan beberapa faktor, salah satunya adalah apakah perusahaan terkait masih mempunyai kesempatan bertumbuh dan memiliki prospek yang bagus untuk beberapa tahun ke depan, yang artinya investor akan memilih perusahaan dengan laba yang *sustainable*. Menekankan pada

penelitian oleh Collins dan Kothari (1989, dalam Scott, 2006:136), Murwaningsari (2008), dan Mulyani (2007) yang berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang besar akan lebih dilirik oleh para investor sehingga akan memiliki *earning response coefficient* yang baik pula. Fenomena ini menjelaskan bahwa semakin baik kesempatan bertumbuh perusahaan, maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan atau menghasilkan laba di masa mendatang.

Penelitian akan menggunakan objek penelitian berupa perusahaan industri properti dan *real estate*. Perusahaan pada industri *real estate* dan properti dipilih menjadi objek penelitian karena jumlah perusahaan ini sudah cukup memadai untuk dijadikan sebagai sampel, dan berdasarkan data statistik yang disediakan oleh *idx.co.id* industri ini termasuk pada *top gainer* untuk tahun 2013-2014, diprediksi juga industri *real estate* dan properti akan berkembang ke depannya. Alasan lain memilih industri *real estate* dan properti adalah untuk menghindari terjadinya *industrial effects* yaitu risiko industri yang berbeda antara suatu sektor industri yang satu dengan yang lain. Periode penelitian 2012-2014 digunakan untuk mengetahui *earning response coefficient* pada tahun tersebut dan untuk mengetahui konsistensi hasil penelitian terdahulu dari keadaan perusahaan pada masa sekarang. Selain itu, fokus dalam penelitian ini adalah ingin melihat kembali pengaruh persistensi laba, *leverage*, dan kesempatan bertumbuh terhadap *earning response coefficient*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah persistensi laba berpengaruh positif terhadap relevansi nilai?
- 2) Apakah kesempatan bertumbuh berpengaruh positif terhadap relevansi nilai?
- 3) Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap relevansi nilai?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menganalisis pengaruh persistensi laba terhadap relevansi nilai.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh kesempatan bertumbuh terhadap relevansi nilai.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap relevansi nilai.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktik : Membuka wawasan investor mengenai informasi terkait pengambilan keputusan investasi,

sehingga investor dapat menafsirkan informasi yang tersedia dengan tidak bias.

2. Manfaat akademik : Memberi wawasan, ilmu pengetahuan, serta inspirasi bagi akademis mengenai pengaruh persistensi laba, *leverage*, dan kesempatan bertumbuh terhadap relevansi nilai.

1.5 Sistematika Penulisan

1. BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menerangkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan untuk penelitian.

2. BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai penelitian terdahulu, teori mengenai; Hipotesis pasar efisien, kandungan informasi laba, persistensi laba, *leverage*, kesempatan bertumbuh, dan relevansi nilai

3. BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan penelitian ini seperti desain penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

4. BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang hasil pengumpulan data, statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik meliputi; uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, pengujian hipotesis, analisis, serta pembahasan.

5. BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Setelah semua selesai dilakukan pada bab ini membahas mengenai simpulan, keterbatasan, dan saran dari penelitian ini.