BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Ukuran Perusahaan (X_1)

2.1.1.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Suatu perusahaan yang besar yang sahamnya tersebar luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya pengendalian dari pihak yang dominan terhdap perusahaan yang bersangkutan (Bambang Riyanto, 2008: 299-300). Dengan demikian maka perusahaan yang besar akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan untuk membiayai pertumbuhan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil.

Menurut Bambang Riyanto (2011: 278) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai aktiva, nilai penjualan atau nilai equity.

Hartono (2008:254) menjelaskan ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat di ukur dengan total aktiva besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva.

Kemudian menurut Mas'ud Machfoedz (2008: 65) ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara seperti total aktiva.

Dari beberapa sumber di atas ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu ukuran yang menyatakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat di hitung dengan dilihat dari total asset yang di miliki oleh perusahaan.

2.1.1.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Indikator ukuran perusahaan menurut Bambang Riyanto (dalam Damasita, 2011) adalah total aktiva sering dijadikan acuan dalam melihan besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar atau banyak dapat dikategorikan sebagai perusahaan ukuran besar sedangkan perusahaan yang memiliki total aktiva yang kecil atau sedikit dapat dikategorikan sebagai ukuran perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat. Dari ketiga variabel ini, nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan dalam mengukur ukuran perusahaan. Sudarmaji (2007:54)

Semakin besar ukuran perusahaan yang diindikatori oleh total aset menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki jumlah aktiva yang semakin

tinggi. Menurut Harahap (2008: 307) dalam menganalisis ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\boldsymbol{Ukuran\ Perusahaan = Ln\ (Total\ Asset)}$$

Dimana :
Ln : Log Natural
Total Asset : Total asset perusahaan

Ukuran perusahaan dihitung menggunakan logaritma natural dari total asset. Hal ini dikarenakan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai ekstrim, untuk menghindari data yang tidak normal tersebut maka total asset perlu di logaritmakan. Total aset diperoleh dari laporan keuangan.

2.1.1.3 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam kategori yaitu usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki.

UU No. 20 Tahun 2008 mendefinisikan usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar sebagai berikut:

1) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha

menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Kriteria usaha menurut undang-undang ini digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omzet yang dimiliki oleh suatu usaha. Untuk kriteria usaha kecil asset yang harus dimiliki 50 juta sampai 500 juta dan omzet yang dicapai 300 juta sampai 2,5 miliar.

2) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi priduktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil ataupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria usaha menurut undang-undang ini digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha. Untuk kriteria usaha menengah asset yang harus dimiliki 500 juta sampai 10 miliar dan omzet yang dicapai 2,5 miliar samapai 50 miliar.
3) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.1.2 Persistensi Laba (X_2)

2.1.2.1 Pengertian Persistensi Laba

Ada beberapa pengertian persistensi laba menurut beberapa pakar, yaitu sebagai berikut :

Sofyan Syarif Harahap (2011: 40) mengatakan bahwa, persistensi laba merupakan revisi laba yang mencerminkan kualitas laba perusahaan dan menunjukan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu.

Menurut Djamaluddin (2008: 55-56), persistensi laba merupakan revisi laba yang diharapkan dimasa yang akan datang. Yang diimplikasikan melalui laba tahun berjalan.

Dari beberapa sumber diatas, persistensi laba dapat dikatakan sebagai revisi laba yang diharapkan di masa yang akan datang dan menunjukan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu. Yang diimplikasikan melalui laba tahun berjalan.

2.1.2.2 Indikator Persistensi Laba

Persistensi laba biasa diteliti dengan data *time series*, apabila laba pada suatu perusahaan bersifat persisten, investor dapat melihat bahwa laba dari perusahaan tersebut stabil. Sebaliknya apabila laba tersebut tidak persisten maka laba dari perusahaan tersebut bersifat fluktuatif dan dapat memberikan resiko bagi investor. Jonas dan Blanchet (Dwi dan Aulia, 2008:1) mengemukakan "Persistensi laba sering digunakan sebagai pertimbangan kualitas laba karena persistensi laba merupakan komponen dari karakteristik kualitatif relevansi yaitu *predictive value* (memprediksikan laba dimasa depan)". Maka dengan laba yang

berkualitas hal ini dapat meningkatkan koefisien respon laba. Pada sektor pertambangan setiap perusahaan tentunya memiliki persistensi laba yang berbeda, karena perusahaan pada sektor pertambangan sangat bergantung pada persediaan sumber daya alam. Apabila perusahaan dapat menemukan sumber untuk di *explore* dalam jangka panjang maka kemungkinan persistensi labanya akan tinggi.

Persistensi laba akuntansi diukur menggunakan koefisien regresi antara laba akuntansi periode sekarang dengan laba akuntansi periode yang lalu. Skala data yang digunakan adalah rasio (Sonya, 2013), dengan rumus :

$$E_{it} = \beta_0 + \beta_1 E_{it-1} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan :
E_{it} : laba akuntansi (earnings) setelah pajak perusahaan i pada tahun t
E_{it-1} : laba akuntansi (earnings) setelah pajak perusahaan i sebelum tahun t
β_0 : konstanta
β_1 : persistensi laba akuntansi

Apabila persistensi laba akuntansi ($\beta 1$) > 1 hal ini menunjukkan bahwa laba perusahaan adalah high persisten. Apabila persistensi laba ($\beta 1$) > 0 hal ini menunjukkan bahwa laba perusahaan tersebut persisten. Sebaliknya, persistensi laba ($\beta 1$) $\leq$ 0 berarti laba perusahaan fluktuatif dan tidak persisten.

2.1.3 *Earning Response Coefficient* (Y)

2.1.3.1 Pengertian *Earning Response Coefficient*

Untuk mengetahui kualitas laba yang baik, dapat diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient* (ERC). ERC merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba, ERC adalah ukuran besaran

abnormal return suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earning*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut (Scott, 2009:132).

Menurut Scott (2009:133), Efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap *return* saham, dan biasanya diukur dengan slope koefisien dalam regresi abnormal *return saham* dan *unexpected earning*. ERC merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba, ERC adalah ukuran besaran *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earning*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut.

Dan menurut Jogiyanto (2008 : 581), Besarnya koefisien slope dalam regresi yang menghubungkan laba *market to book value* = nilai buku ekuitas. Nilai pasar ekuitas sebagai salah satu variabel bebas dan return saham sebagai variabel terikat.

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa ERC adalah salah satu alat untuk mengukur kualitas laba yang dihitung dari abnormal *return saham* dan *unexpected earning*.

2.1.3.2 Indikator *Earning Response Coefficient*

Kualitas laba dalam penelitian ini dilihat dari respon investor terhadap laba. Koefisien respon laba adalah ukuran besaran abnormal return suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut (Scott, 2009). *Earnings response coefficient* dapat diukur melalui beberapa tahap perhitungan.

Tahap pertama menghitung *cumulative abnormal return* (CAR) dan tahap kedua menghitung *unexpected earnings* (UE).

a. Menghitung pendapatan saham yang sebenarnya (*Actual Return*)

Return realisasi menggunakan perhitungan *capital gain*. Dengan rumus :

$$\mathbf{R_{it}} = \frac{(\boldsymbol{P_t - P_{t-1}})}{\boldsymbol{P_{t-1}}}$$

Jogiyanto, 2010: 206

Dimana :

R_{it} : *Actual return* saham perusahaan i pada hari t

P_t : Harga penutupan saham i pada periode t

P_{t-1} : Harga penutupan saham i pada periode sebelum t

b. Menghitung *Return* Ekspektasi

Dalam penelitian ini menggunakan *return* pasar sebagai *return* ekspektasian dengan menggunakan rumus perhitungannya mengacu pada Yulius dan Jogiyanto (2010 : 501)

$$\mathbf{R_{mt}} = \frac{(\boldsymbol{IHSG_t - IHSG_{t-1}})}{\boldsymbol{IHSG_{t-1}}}$$

Jogiyanto (2010: 501)

Dimana :

R_{mt} : *Return* pasar pada periode peristiwa ke t

$IHSG_t$: Indeks harga saham gabungan pada hari t

$IHSG_{t-1}$: Indeks harga saham gabungan pada hari sebelum t

c. Menghitung *Abnormal Return*

Menggunakan metode pasar yang telah disesuaikan (*market adjusted return*) yang mengganggap bahwa penduga yang baik untuk mengestimasi return suatu sekuritas adalah return indeks pasar pada saat tersebut.

$$\mathbf{AR = R_{it} - R_{mt}}$$

Ahmed Riahi Belkaoi (2007: 149)

Dimana :

AR : Abnormal return sekuritas ke-i pada periode peristiwa ke t

R_{mt} : *Return* pasar pada periode peristiwa ke t

R_{it} : *Actual return* saham perusahaan i pada hari t

d. Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR)

$$\mathbf{CAR_{it} = \Sigma\ AR_{it}}$$

Ahmed Riahi Belkaoi (2007: 150)

Dimana :

CAR_{it} : Abnormal return kumulatif perusahaan i selama periode pengamatan ± 5 hari dari tanggal publikasi laporan

AR_{it} : Abnormal return perusahaan i pada hari t

e. Menghitung *Unexpected Earning* (UE)

$$\mathbf{UE_{it}} = \frac{(\boldsymbol{E_{it} - E_{t-1}})}{\boldsymbol{E_{t-1}}}$$

Kalaapur (1994)

Dimana :

UE_{it} : *Unexpected earning* perusahaan i pada periode t

E_{it} : Earning perusahaan i pada periode t

E_{t-1} : Earning perusahaan i pada periode sebelum t

f. Menghitung *Earning Response Coefficient* (ERC)

$$\mathbf{CAR_{it} = a + bUE_{it} + \varepsilon_{it}}$$

Ahmed Riahi Belkaoi (2007: 150)

Dimana :

CAR_{it} : Pengembalian abnormal kumulatif dengan surat berharga i selama periode t

UE : Laba yang tidak diperkirakan

b : *Earning Response Coefficient* (ERC)

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan *Earning Response Coefficient* (ERC)

Menurut Robey dan Carola (1994:150) sebuah ukuran organisasi lebih mudah dipahami dengan melihat jumlah pekerja yang ada dalam sebuah organisasi, sedangkan volume penjualan, keadaan keuangan atau aset fisik dan penyebaran secara geografis menjadi indikator dari ukuran organisasi.

Perusahaan dengan size yang lebih besar memiliki penjualan lebih besar (akibatnya pelanggan lebih banyak), modal lebih besar (pemegang sahamnya dan atau kreditor lebih banyak), karyawan lebih banyak (orang yang terlibat lebih

banyak). Dengan kata lain semakin besar perusahaan semakin besar yang terlibat atau yang berkepentingan, dan perusahaan lebih besar biasanya merupakan target pusat perhatian.

Perusahaan yang lebih besar juga lebih mungkin memperhatikan kinerja yang lebih baik, karena mereka cenderung sebagai subyek terhadap penelitian publik yang lebih cermat sehingga perlu merespon lebih terbuka terhadap permintaan stakeholders. Jadi perusahaan yang lebih besar diperkirakan akan memberikan pengungkapan informasi labih banyak bila dibandingkan dengan perusahaan yang size-nya (ukuranya) lebih kecil.

Perusahaan dengan *size* yang lebih besar umumnya lebih banyak menjadi pusat perhatian dibanding dengan *size* yang lebih kecil karena disamping melibatkan lebih besar *stakeholders* juga dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut sangat luas dan besar. Oleh karena itu perusahaan dengan *size* yang lebih besar memiliki inisiatif untuk mengungkapkan lebih banyak informasi bila dibandingkan dengan perusahaan yang sizenya lebih kecil untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders,* karena begaimanapun juga kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada harmonisnya hubungan dengan *stakeholders*.

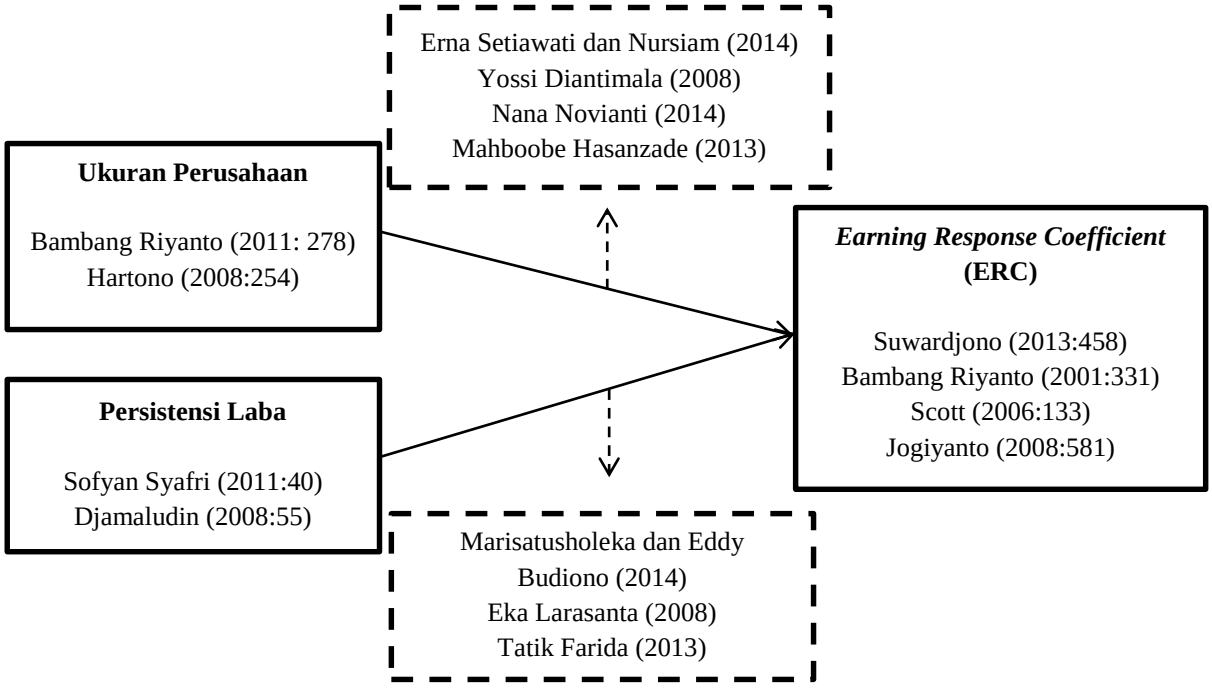
Hasil penelitian Chancy dan Jeter (1992) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan koefisien respon laba. Demikian juga hasil penelitian Zahroh dan Utama (2006) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan koefisien respon laba. Pada perusahaan besar tersedia banyak informasi non-akutansi sepanjang tahun.

Informasi tersebut digunakan oleh investor sebagai alat untuk menginterpretasikan laporan keuangan dengan lebih baik, sehingga dapat dijadikan alat untuk memprediksi arus kas dan mengurangi ketidakpastian. Pada saat pengumuman laba, informasi laba akan direspon positif oleh investor.

2.2.2 Pengaruh Persistensi Laba dengan *Earning Response Coefficient* (ERC)

Nilai *earnings response coefficient* diprediksi lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persistensi di masa depan. Demikian juga jika kualitas laba semakin baik, maka diprediksi nilai ERC akan semakin tinggi. Laba akuntansi dianggap semakin persisten, jika koefisien variasinya semakin kecil. Persistensi laba ditemukan memiliki hubungan yang positif dengan *earnings response coefficient*. Semakin persisten atau semakin permanen laba perusahaan, maka akan semakin tinggi *earnings response coefficient*, hal ini berkaitan dengan kekuatan laba, persistensi laba mencerminkan kualitas laba perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu. Penelitian Kormendi dan Lipe (1987) menyimpulkan bahwa persistensi laba akuntansi berkorelasi positif dengan *earnings response coefficient*. Penelitian ini diacu oleh penelitian selanjutnya antara lain oleh Easton dan Zmijewski (1989) dan Collins dan Kothari (1989), dengan hasil yang konsisten dengan Pennman (2000). Demikian juga dengan Palupi (2006), Mulyani, et. al (2007), Ambarwati (2008), Perdani (2009), dan Delvira (2013) yang menyatakan bahwa persistensi laba berkorelasi positif dengan *earnings response coefficient*.

Penelitian ini menggunakan Ukuran Perusahaan dan Persistensi Laba sebagai Variabel Independen, dan *Earnings Response Coefficient* sebagai Variabel Dependen. Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis sangat diperlukan dalam sebuah penelitian guna pengambilan sebuah keputusan. Adapun pengertian hipotesis menurut Sugiyono (2011:64) adalah :

> "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan

> fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian".

Berdasarkan kerangka pemikiran yang dijelaskan diatas maka penulis menarik hipotesis penelitian ini, yaitu bahwa:

H1 : Ukuran Perusahaaan berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

H2 : Persistensi Laba berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).