

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun laba dan modal sendiri (V. Wiratma Sujarweni 2017:64).

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Keuntungan tersebut akan dipergunakan untuk keberlangsungan hidup perusahaan seperti pembiayaan operasional, kesejahteraan pemilik, karyawan, serta pemegang saham atau untuk melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut agar mampu memenuhi target dan tujuan yang telah ditetapkan. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan karena untuk melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan tersebut, maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Munawir (2014:33) mendefinisikan profitabilitas adalah sebagai berikut :

“Rentabilitas atau profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktiva secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut”.

Sedangkan menurut Kasmir (2019:198), profitabilitas adalah :

“Rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan”.

Adapun profitabilitas perusahaan dapat dilihat melalui rasio-rasio profitabilitas seperti *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Return on Investment (ROI)*. Rasio profitabilitas yang berfungsi dan sering digunakan untuk memprediksi harga saham atau return saham adalah ROA atau ROI. ROA atau ROI digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Ignatius Leonardus Lubis et al, 2017).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, serta mengukur kemampuan keseluruhan manajemen secara efektif yang ditunjukkan oleh besar kecilnya keuntungan yang dihasilkan dari aktivitas penjualan maupun investasi.

Profitabilitas dikatakan baik apabila memenuhi target laba yang telah diharapkan. Profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa tingkat kinerja

manajemen perusahaan tersebut kurang baik. Adapun perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan bahwa laporan keuangan perusahaan tersebut mengandung berita baik dan perusahaan yang mengalami berita baik cenderung menyerahkan laporan keuangannya tepat waktu. Maka untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakanlah rasio profitabilitas yang akan dikenal juga dengan rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional. Dari uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba guna memberikan informasi kepada para pemegang saham.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal saja seperti pemilik perusahaan dan manajemen, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Dengan adanya rasio profitabilitas atau rentabilitas, pihak-pihak tersebut dapat mendapatkan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan menurut Hery (2016) adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.

3. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
5. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
6. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

2.1.1.3 Pengukuran Profitabilitas

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan perusahaan dalam mengukur tingkat keuntungan atau profitabilitas perusahaan berdasarkan sumber daya yang dimilikinya. Analisis profitabilitas ini sangat berguna khususnya bagi investor jangka panjang misalnya untuk melihat keuntungan yang akan diterimanya dalam bentuk dividen.

Menurut Kasmir (2019:201-209) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah:

1. Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

Profit Margin on Sale atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin on Sale} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return on Investment (ROI)*

Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama Return on Investment (ROI) atau Return on Total Assets, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Return on Equity (ROE)*

Hasil pengembalian ekuitas atau Return on Equity (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikianpula sebaliknya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

4. *Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share)*

Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi,

maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:

$$Earning Per Share = \frac{\text{Laba saham Biasa}}{\text{Saham biasa yang beredar}}$$

Dari penelitian ini, penulis menggunakan ROE, karena ROE merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal sendiri, rasio ini dianggap paling tepat di antara rasio profitabilitas lainnya dalam hubungan dengan return saham karena di bagian akun modal terdapat juga akun modal saham, yang merupakan modal pemegang saham. Berdasarkan uraian diatas, Semakin tinggi *return on equity* akan semakin baik karena memberikan tingkat kembalikan yang lebih besar pada pemegang saham. Hal ini mempengaruhi investor dalam memprediksi laba dan memprediksi risiko dalam investasi sehingga akan memberikan dampak pada kepercayaan investor terhadap perusahaan.

2.1.2 Leverage

2.1.2.1. Pengertian Leverage

Untuk menjalankan operasinya, setiap bisnis membutuhkan dana. Dana ini dapat berasal dari modal sendiri atau dari pinjaman. Dengan menggunakan modal pinjaman, perusahaan harus secara teratur membayar bunga, yang merupakan beban tetap perusahaan. Leverage timbul karena perusahaan menggunakan aktiva tetap yang diperoleh melalui hutang yang harus membayar bunga atau beban tetap perusahaan dengan nilai yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pengertian leverage menurut Irham Fahmi (2015:106), adalah sebagai berikut:

“Rasio leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut”.

Menurut Mamduh M Hanafi dan Abdul Halim (2012:78) leverage adalah:

“Leverage adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya, leverage dapat dihitung dengan rasio total hutang terhadap total ekuitas. Rasio ini menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur.”

Kasmir (2013:151) menyatakan leverage ratio adalah sebagai berikut:

“Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktiva. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)”.

Berdasarkan definisi di atas dapat dijelaskan bahwa leverage digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang sehingga munculnya biaya bunga. Biaya bunga merupakan beban tetap yang menjadi kewajiban ditanggung oleh perusahaan, Penggunaan rasio leverage diukur dengan perbandingan antara total aktiva dengan total utang, ukuran tersebut mensyaratkan agar perusahaan mampu memenuhi semua kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang.

2.1.2.2. Tujuan dan Manfaat Leverage

Menurut Kasmir (2018:153) tujuan perusahaan menggunakan rasio leverage, yaitu :

1. “Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.(kreditor)
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki, dan tujuan lainnya.”

Sedangkan manfaat rasio leverage menurut Kasmir (2018:154), adalah sebagai berikut:

1. “Untuk menganalisis kemampuan posisi keuangan perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri dan manfaatlainnya

2.1.2.3. Pengukuran Leverage

Ada beberapa rumus yang biasa dipergunakan untuk mengukur rasio

Levegage, Fahmi (2010:155):

1. *Debt to Asset Ratio*
2. *Debt to Equity Ratio*
3. *Long Term Debt to Equity Ratio*
4. *Time Interest Earned Ratio*
5. *Fixed Charge Coverage.*

1. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau sebagian besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rumusan untuk mencari *Debt to Asset Ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Total Asset}}$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan equitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk seluruh utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang tersediakan pemegang (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Untuk mencari *Debt to Equity Ratio* Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Modal}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan modal jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}}$$

4. *Time Interest Earned Ratio*

Menurut J. Fred Weston Time Interest Earned merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga rasio ini diartikan oleh James C. Van home juga sebagai kemampuan perusahaan juga untuk membayar biaya bunga, sama seperti coverage ratio. Jumlah kali ini perolehan bunga atau time interest earned merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa

membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Secara umum semakin tinggi rasio, semakin besar kemungkinan perusahaan dapat membayar bunga pinjaman dan dapat menjadi ukuran untuk memperoleh tambahan pinjaman baru dari kreditor. Untuk mengukur rasio ini digunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang dikeluarkan. Rumus untuk menghitung *Time Interest Earned ratio* adalah:

$$\text{Time Interest Earned ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga \& Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

5. *Fixed Charge Coverage*

Fixed Charge Coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (lease contract). Rumus untuk menghitung *Fixed Charge Coverage* adalah:

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}{\text{Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}$$

Alasan menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER) karena menunjukkan perbandingan antara hutang yang diberikan oleh kreditor dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Dengan *Debt Equity Ratio* (DER) yang tinggi perusahaan menanggung resiko kerugian yang tinggi tetapi untuk memperoleh dampak yang meningkat. Sehingga *Debt Equity Ratio* (DER) yang tinggi merespon pada peningkatan laba, berarti memberikan efek keuntungan bagi perusahaan.

2.1.3. Earning Response Coefficient

2.1.3.1. Pengertian Earning Response Coefficient

Umumnya dalam mengetahui kualitas laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient*, yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba. Perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan mengenai informasi laba atau rugi. Pasar akan bereaksi jika laporan tersebut mengandung informasi. Reaksi pasar dapat dilihat dari naik turunnya harga saham dan diukur dengan *Earning Response Coefficient* (ERC).

Pengertian *earning response coefficient* menurut Pujiati (2013) adalah :

“Koefisien yang mengukur respon abnormal returns sekuritas terhadap unexpected accounting earnings perusahaan-perusahaan yang menerbitkan sekuritas”.

Kemudian definisi *earning response coefficient* menurut Gautama (2019) adalah sebagai berikut:

“Merupakan slope yang mengukur hubungan laba perusahaan yang menerbitkan saham terhadap return sahamnya.

Pengertian *Earning Response Coefficient* (ERC) menurut Ambarwati & Sudarmaji (2019) adalah:

“Koefisien yang diperoleh dari regresi hasil antara *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai proksi harga saham dan *Unexpected Earning* (EU) sebagai proksi laba akuntansi yang digunakan untuk menjelaskan perbedaan reaksi pasar melalui harga saham terhadap informasi pendapatan”.

Pengertian *Earning Response Coefficient* (ERC) menurut Hardiana (2022) adalah:

“*Earnings response coefficient* merupakan reaksi terhadap pengumuman laba suatu perusahaan yang menunjukkan kualitas laba yang diungkapkan.”

Earning Response Coefficient menunjukkan reaksi pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan yang dapat diamati dari pergerakan harga saham disekitar tanggal publikasi laporan keuangan. Nilai ERC diprediksi lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persisten di masa depan dan kualitas laba lebih baik. Dengan asumsi bahwa investor akan menilai laba sekarang untuk memprediksi laba dan return di masa yang akan datang, maka future return tersebut semakin berisiko jika reaksi investor terhadap unexpected earnings perusahaan juga semakin rendah (Rahayu dan Suaryana, 2015).

Berdasarkan definisi dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *Earning Response Coefficient* (ERC) adalah ukuran besaran return saham sebagai respon pasar terhadap laba yang diumumkan oleh perusahaan.

2.1.2.1 Manfaat *Earning Response Coefficient*

Penelitian mengenai *Earnings response coefficient* berkembang begitu cepat dan luas dikarenakan ERC dapat bermanfaat dalam analisis fundamental oleh investor dalam meneliti bagaimana reaksi pasar terhadap informasi laba suatu entitas, sehingga dengan informasi laba tersebut dapat diketahui kemungkinan besar kecilnya respon harga saham. Adanya peningkatan transaksi investasi pada zaman sekarang yang dapat dibuktikan oleh data transaksi saham di BEJ baik harian maupun tahunan, untuk itu

dengan penelitian mengenai *earnings response coefficient* dapat mengetahui bagaimana reaksi pasar terhadap harga saham melalui informasi laba. ERC merupakan perkiraan harga saham yang terjadi akibat pengumuman laba perusahaan yang masuk informasi pasar.

2.1.3.2. Pengukuran *Earning Response Coefficient*

Menurut (Scott 2015), *earnings response coefficient* sebagai tanggapan pasar terhadap pendapatan keuntungan yang diterbitkan perusahaan, yang bisa ditinjau dari perkembangan harga saham suatu perusahaan pada beberapa hari sekitar tanggal penerbitan laporan keuangan. Dalam penelitian ini, *earning response coefficient* sebagai variabel dependen diukur dengan menggunakan proksi harga saham menggunakan *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dan laba akuntansi menggunakan *Unexpected Earnings* (UE) (Jogiyanto, 2016). ERC diperhitungkan melalui beberapa tahap perhitungan berikut ini :

1. Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR)

CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respon pasar terhadap informasi akuntansi yang dipublikasikan yang dihitung dengan menggunakan model pasar yang disesuaikan karena yang dianggap sebagai penduga terbaik adalah model pasar yang disesuaikan. CAR pada saat laba akuntansi dipublikasikan dihitung dalam event window pendek selama 7 hari (3 hari sebelum peristiwa, 1 hari peristiwa, dan 3 hari sesudah peristiwa). CAR dirumuskan sebagai berikut :

$$CAR_{it} = CAR_{(-3,+3)} = \sum_{-3}^{+3} AR_{it}$$

Keterangan:

CAR_{it} = *Cumulative Abnormal Return* perusahaan i pada waktu t

AR_{it} = *Abnormal Return* perusahaan i pada periode t

Untuk menghitung *Abnormal Return* (AR_{it}) dapat dihitung dengan cara berikut:

Abnormal return (AR) merupakan salah satu indikator yang dipakai guna melihat keadaan pasar yang sedang terjadi.

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Keterangan:

AR_{it} = *Abnormal Return* perusahaan i pada periode t

R_{it} = Return saham perusahaan i pada hari t

R_{mt} = Return indeks pasar pada hari t

Untuk mendapatkan nilai *abnormal return* (AR_{it}) maka terlebih dahulu dicari

actual return (return sesungguhnya), dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

Keterangan:

R_{it} = Return saham perusahaan i pada hari t

P_{it} = Harga penutupan saham perusahaan i pada hari t

P_{it-1} = Harga penutupan saham perusahaan i pada hari t-1

Untuk return pasar, dapat diwakili dengan indeks harga saham gabungan

(IHSG) Bursa Efek Indonesia. IHSG dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan:

R_{mt} = Return indeks pasar pada hari ke t

$IHSG_t$ = Indeks Harga Saham Gabungan pada hari ke t

$IHSG_{t-1}$ = Indeks Harga Saham Gabungan pada hari ke t-1

2. Menghitung Unexpected Earnings (UE)

Unexpected Earning merupakan selisih antara *earnings* harapan dengan *earnings* sesungguhnya yang diumumkan oleh perusahaan.

$$UE_{it} = \frac{EPS_t - EPS_{t-1}}{EPS_{t-1}}$$

Keterangan:

UE_{it} = *Unexpected Earnings* perusahaan i pada periode t

EPS_t = *Earnings per share* perusahaan i pada periode t

EPS_{t-1} = *Earnings per share* perusahaan i pada periode t-1

Setelah nilai *cumulative abnormal return* dan *unexpected earnings* diperoleh maka model regresi linier yang digunakan untuk menentukan koefisien respon laba dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CAR_{it} = \alpha + \beta UE_{it}$$

atau

$$\beta = \frac{CAR_{it} - \alpha}{UE_{it}}$$

Keterangan:

CAR_{it} = *Cumulative Abnormal Return* perusahaan i untuk tahun t

α = konstanta

β = *Earning Response Coefficient*

UE_{it} = *Unexpected Earnings*

2.1.4. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa peneliti terdahulu mengenai Profitabilitas dan Leverage terhadap *Earning Response Coefficient* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. 1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan & persamaan
1	Nyoman Sutrisna Dewi, I Ketut Yadnyana (2019)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Pada <i>Earning Response Coefficient</i> dengan ukuran perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi	Profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif pada <i>earning response coefficient</i> . Ukuran Perusahaan dapat memperlemah pengaruh profitabilitas dan memperkuat pengaruh leverage pada <i>earning response coefficient</i>	Perbedaan: Objek penelitian pada Perusahaan manufaktur tahun 2015-2017, ukuran perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Persamaan: variabel leverage dan profitabilitas
2	Delvina Hartanto dan Henryanto Wijaya	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC)	<i>firm size</i> dan <i>growth</i> tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>earning response coefficient</i> .	Perbedaan: Objek penelitian perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek

	(2019)	Dengan Profitabilitas Sebagai Prediktor	profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>earning response coefficient</i> , Profitabilitas memperkuat hubungan <i>firm size</i> dan <i>growth</i> terhadap <i>earning response coefficient</i> .	Indonesia tahun 2014-2017, variable ukuran perusahaan dan pertumbuhan Persamaan: variabel profitabilitas
3	Ferry Irawan & Lili Talpia (2019)	The Effect Of Leverage, Firm Size, Earnings Growth, And Earning Persistence On Earning Response Coefficient	Leverage and firm size do not influence <i>earning response coefficient</i> . Meanwhile, earnings growth and earnings persistence have a positive effect on the <i>earnings response coefficient</i>	Perbedaan: Objek penelitian perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019, variable ukuran perusahaan, persistensi laba dan pertumbuhan laba Persamaan: variabel leverage
4	Leny Suharja dan Ardiansya R (2019)	Faktor Yang Mempengaruhi ERC Perusahaan Konsumsi Dan Aneka Industri Tahun 2015-2017	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC. Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan antara terhadap ERC. Peluang pertumbuhan berpengaruh positif signifikan antara terhadap ERC. Leverage berpengaruh negatif tidak signifikan antara terhadap ERC.	Perbedaan: Objek penelitian perusahaan sektor industri barang konsumsi dan aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017, variable ukuran perusahaan dan peluang pertumbuhan Persamaan: variabel profitabilitas dan leverage
5	Aprilia Nur Indriyani , Sovi	The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures,	CSR and Accounting Conservatism shows results that affect the ERC. Leverage does	Perbedaan: Objek penelitian pada Perusahaan manufaktur tahun 2015-2019,

	Ismawati Rahayu (2023)	Accounting Conservatism, and Leverage on <i>Earnings response coefficient</i> (ERC)	not affect the ERC.	variable CSR dan Akuntansi konservatisme Persamaan: Variable leverage
6	Yuniar Sarahwati, Iwan Setiadi (2021)	Pengaruh ukuran perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap <i>Earnings response coefficient</i>	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh, Leverage berpengaruh negatif, profitabilitas berpengaruh positif terhadap earning response coefficient. Leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap earning response coefficient.	Perbedaan: Tahun penelitian pada Perusahaan tahun 2014-2018, variable ukuran perusahaan Perusahaan Persamaan: variabel leverage dan profitabilitas
7	Rolia Wahasumiah dan Poppy Indriani (2022)	Pengaruh Profitabilitas, ukuran perusahaan dan Struktur Modal Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	Profitabilitas berpengaruh terhadap <i>Earnings response coefficient</i> (ERC). Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> . Variabel Struktur Modal berpengaruh terhadap <i>Earnings response coefficient</i> (ERC).	Perbedaan: Objek penelitian pada Perusahaan pertambahan tahun 2014-2018, variable ukuran perusahaan dan Struktur Modal Persamaan: variabel profitabilitas
8	Okalesa, Dicky Pratama, Mimelientesa Irman (2022)	Analisis Pengaruh Default Risk, Growth Opportunities, Profitabilitas Dan Ukuran perusahaan Terhadap <i>Earnings response</i>	Variabel Default Risk, Kesempatan Bertumbuh dan Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> , dan variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap	Perbedaan: Objek penelitian pada Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di beise periode 2016 – 2019, variable Default Risk, Growth Opportunities,

		<i>coefficient</i> (ERC)	<i>Earnings Response Coefficient.</i>	Profitabilitas Dan Ukuran perusahaan Persamaan: variabel profitabilitas
9	Gurusinga & Pinem (2019)	Pengaruh Persistensi Laba dan Leverage Terhadap Earning Response Coefficient	Persistensi laba tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>earning response coefisien</i> , sedangkan Leverage berpengaruh signifikan terhadap <i>earning response coefisien</i>	Perbedaan: Objek penelitian pada Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di beise periode 2011 – 2013, variable Persistensi Laba Persamaan: variabel Leverage
10	Renil Septiano, Febri Nugraha Arifin, Laynita Sari (2022)	Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap earning response coefficient	Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap earnings response coefficient. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ERC	Perbedaan: Objek penelitian pada Perusahaan bidang technology yang terdaftar di beise periode 2018 – 2020 Persamaan: variabel leverage dan profitabilitas

11	Anita, Dewi Anggraini (2019)	The Effect Accounting Conservatism, Firm Size and Dividend Policy On Earning Response Coefficient	Based on the results of the analysis conducted in this research it can be concluded that: 1. Accounting conservatism Implementation had no effect on <i>Earnings Response Coefficients</i> . 2. Dividend policy had no effect on earnings response coefficients. 3. Firm size had a negative affect on earnings response coefficients.	Perbedaan: Objek penelitian pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di bei periode 2013 – 2017, variabel konsevatisme akuntansi, ukuran perusahaan dan <i>dividend policy</i> Persamaan: Pengaruh terhadap Earning Response Coefficient
12	Adam Firman Rizki dan Etty Murwaningsari (2022)	Effect of Corporate Performance, Voluntary Disclosure On <i>Earnings response coefficient</i> (ERC) Moderated Liquidity	It was found that corporate performance does not affect ERC. Voluntary disclosure has a positive effect on ERC Moderation of liquidity strengthens the influence of the two independent variables on ERC	Perbedaan: Objek penelitian pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di bei periode 2015 – 2019, variabel Corporate Performance, Voluntary Disclosure Persamaan: Pengaruh terhadap Earning Response Coefficient

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap ERC (*Earning Response Coefficient*)

Diah dan Jihen (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berkaitan dengan reaksi pasar atas laba perusahaan. Rasio profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor mampu memberikan return yang sesuai. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan menarik perhatian para investor untuk menanamkan dananya. Dimana, investor akan memperoleh return dari laba yang dihasilkan perusahaan tersebut. Jika banyak investor yang tertarik untuk investasi maka memberikan harapan naiknya harga saham perusahaan tersebut dan berdampak pada naiknya harga saham perusahaan, sehingga semakin tinggi profitabilitas semakin tinggi Earnings response coefficient (Fajriati dan Zarkayi, 2022).

Hasil penelitian sebelumnya oleh Wahasusmiah & Indriani (2022), Sutrisna Dewi & Yadnyana (2019), Hartanto & Wijaya (2019), Leny Suharja & Ardiansya (2019), Rolia Wahasusmiah & Poppy Indriani (2022) menunjukkan profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings response coefficient* (ERC).

Hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Sutrisna Dewi & Yadnyana (2019), profitabilitas berpengaruh positif pada Earning Response Coefficient, Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung

mengungkapkan laba mereka. Investor cenderung merespon informasi tersebut dengan cepat karena laba dianggap menguntungkan dalam pembagian deviden. Besarnya respon investor dalam menanggapi laba juga akan berdampak pada tingginya nilai ERC suatu perusahaan. Sedangkan Hartanto & Wijaya (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *Earnings response coefficient* (ERC).

2.2.2 Pengaruh Leverage terhadap ERC (*Earning Response Coefficient*)

Leverage merupakan ukuran besarnya hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai total aset. Semakin besar hutang yang digunakan, semakin besar pula risiko yang akan dihadapi perusahaan dalam memenuhi kewajiban kontraktual dengan para kreditur.

Rasio leverage digunakan sebagai tolok ukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan utang, proksi yang digunakan adalah Debt to Equity Ratio. Debt to equity ratio menggambarkan struktur modal perusahaan yang digunakan sebagai sumber pendanaan usaha. Rasio leverage yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin buruk, karena tingkat ketergantungan permodalan perusahaan terhadap pihak luar semakin besar. Dengan demikian apabila leverage perusahaan tinggi, maka harga saham perusahaan akan rendah karena jika perusahaan memperoleh laba, perusahaan cenderung menggunakan laba tersebut untuk membayar utangnya dibandingkan dengan membagi deviden (Lestari et al, 2021). Menurut Parida (2017) perusahaan yang tidak membagikan kurang diminati oleh investor, akibatnya harga

saham menurun. Harga saham menurun akan mempengaruhi return saham juga menurun sehingga investor akan mengurangi minat dalam berinvestasi dalam menanamkan dananya dalam perusahaan. Semakin tinggi Leverage maka semakin rendah Earning Response Coefficient.

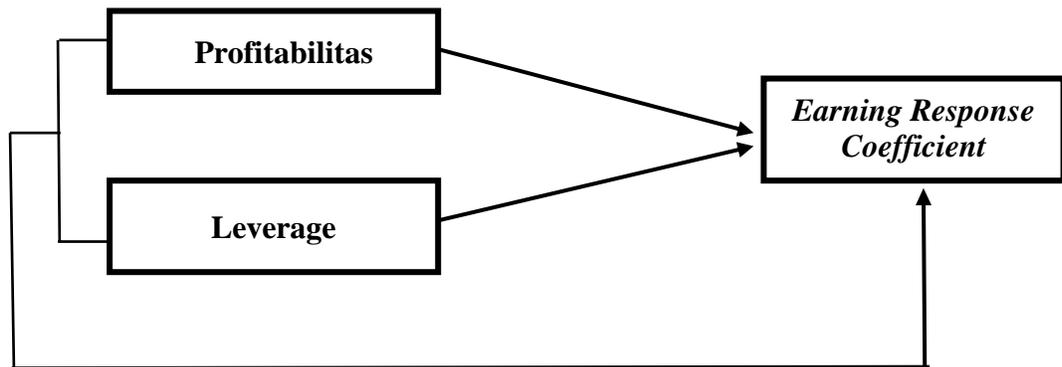
Hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Dewi & Yadnyana (2019) Leverage berpengaruh negatif pada Earning Response Coefficient. Tingginya tingkat leverage yang dimiliki perusahaan dapat mengakibatkan rendahnya respon investor terhadap pengumuman laba. Investor menjadi kurang percaya dan takut untuk berinvestasi karena perusahaan memiliki tingkat risiko kebangkrutan. Rendahnya respon investor terhadap informasi laba yang dilaporkan dapat menyebabkan nilai ERC perusahaan menjadi rendah.

Gurusinga & Pinem (2019) menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh positif terhadap *Earnings response coefficient* (ERC). Artinya sumber dana oleh perusahaan yang berasal dari pinjaman dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan dengan leverage atau hutang yang tinggi tidak selalu dapat membuat perusahaan bangkrut karena banyak perusahaan yang mempunyai leverage yang tinggi dipakai untuk menjalankan usahanya yang tujuannya supaya keuntungan yang didapat lebih besar.

Berbeda dengan riset yang telah dilaksanakan sebelumnya oleh Indriyani & Rahayu (2023) memberikan hasil jika Leverage tidak berpengaruh terhadap Earning Response Coefficient (ERC).

Berdasarkan dari uraian diatas, untuk menggambarkan pengaruh Profitabilitas

dan *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient*, Maka model kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2014:64) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah tersebut bisa berupa pernyataan tentang hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan (komparasi) atau variabel mandiri (deskripsi). Berdasarkan kerangka pemikiran di atas telah diuraikan, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient*

Hipotesis 2 : Leverage berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient*

Hipotesis 3 : Profitabilitas dan Leverage berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient*