

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar Efisien

Pasar efisien (*market efficient*) adalah suatu kondisi dimana pasar bereaksi dengan cepat dan akurat untuk mencapai harga keseimbangan baru yang sepenuhnya mencerminkan informasi yang tersedia (Hartono, 2013).

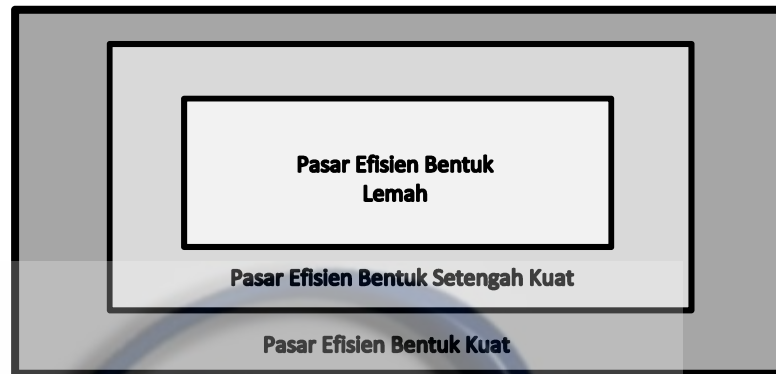
Fama (1970) dalam Hartono (2013:559) mendefinisikan pasar yang efisien adalah:

“ Suatu pasar sekuritas dikatakan efisien jika harga-harga sekuritas mencerminkan secara penuh informasi yang tersedia (*a security market is efficient if security prices “fully reflect” the information available.*)”

Fama (1970) dalam Hartono (2013:549) membedakan efisiensi pasar modal ke dalam 3 (tiga) bentuk yaitu:

- a. Efisiensi bentuk lemah (*weak form*), menyatakan bahwa harga-harga dari sekuritas mencerminkan secara penuh (*fully reflect*) informasi masa lalu.
- b. Efisiensi bentuk setengah kuat (*semistrong form*), menyatakan bahwa harga-harga sekuritas secara penuh mencerminkan (*fully reflect*) semua informasi yang dipublikasikan (*all publicly available information*) termasuk informasi yang berada di laporan-laporan keuangan perusahaan emiten.

- c. Efisiensi bentuk kuat (*strong form*), menyatakan bahwa harga-harga sekuritas secara penuh mencerminkan (*fully reflect*) semua informasi yang tersedia termasuk informasi yang privat.



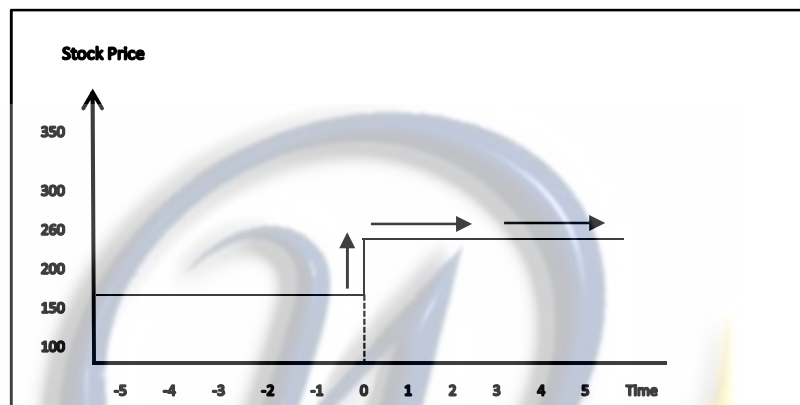
Sumber: Hartono (2013:553)

Gambar 2.1
Tingkatan Kumulatif dari Ketiga Bentuk Pasar Efisien

Kondisi pasar yang efisien memberikan kondisi harga yang tidak bias, dan kondisi pasar yang tidak efisien memungkinkan timbulnya harga yang bias. Investor menginginkan berbagai informasi berlangsung secara baik dan terbuka tanpa ada yang ditutupi, dengan kondisi begitu reaksi investor adalah jelas dalam mengambil berbagai keputusan. Beberapa reaksi investor dalam menanggapi *good news and bad news* sebagai berikut:

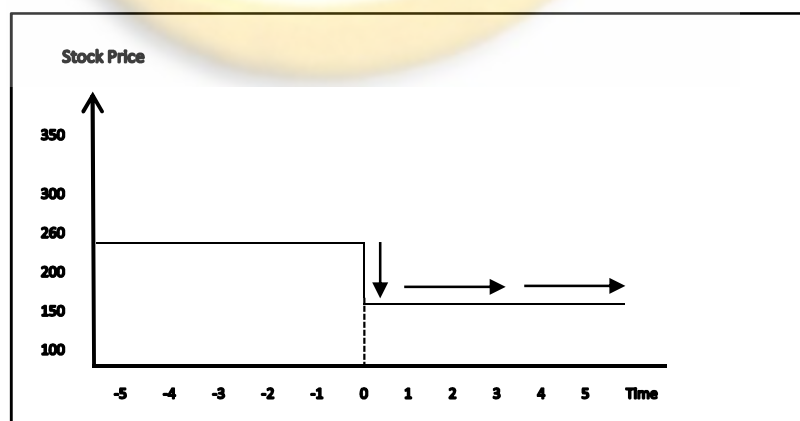
- a. Harga akan terbentuk dengan kondisi yang sesuai pada saat investor sudah benar-benar memahami informasi tersebut dengan baik.
- b. Investor akan bereaksi sesuai dengan informasi yang diterimanya.
- c. Kebenaran dan keakuratan informasi akan mempengaruhi pengambilan keputusan investasi.

- d. Sebelum informasi tersebut menemukan garis yang sesuai maka disana terjadi *lag* sebagai cerminan proses berjalan.
- e. Investor selalu bereaksi secara rasional dalam menanggapi berbagai informasi.



Sumber: *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (2009:187)

Gambar 2.2
Reaksi investor pada pasar yang efisien untuk informasi *good news*



Sumber: *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*(2009:190)

Gambar 2.3
Reaksi investor pada pasar yang efisien untuk informasi *bad news*

2.1.1 Kualitas Laba

Laporan keuangan yang diterbitkan suatu perusahaan harus dapat mengungkapkan kondisi perusahaan yang sebenarnya agar dapat bermanfaat bagi investor dan kreditur. Informasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan haruslah informasi yang mempunyai relevansi. Salah satu indikator suatu informasi akuntansi yang relevan adalah adanya reaksi investor pada saat diumumkannya suatu informasi yang dapat diamati dari adanya pergerakan saham (Naimah dan Utama, 2006 dalam Susanto, 2012).

Keputusan ekonomi yang dibuat oleh para pelaku pasar berdasarkan informasi yang diperoleh dari laporan keuangan umumnya tercermin dalam tindakan pelaku pasar yang disebut dengan reaksi pasar. Reaksi pasar dipicu oleh berbagai hal, salah satunya adalah pengumuman yang berhubungan dengan laba (Susanto, 2012).

Laba memiliki manfaat untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan laba yang representatif dalam jangka panjang, memprediksi laba, dan menaksir risiko dalam investasi atau kredit (*Statement of Financial Accounting* (SFAC) Nomor 1). Informasi laba diperlukan untuk menilai perubahan potensi sumber daya ekonomis yang mungkin dapat dikendalikan di masa depan, menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada, dan untuk perumusan pertimbangan tentang efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1).

Informasi laba yang dilaporkan oleh manajemen perusahaan akan digunakan oleh investor untuk pengambilan keputusan dalam menginvestasikan dananya ataupun memprediksi laba di masa yang akan datang. Investor membeli saham pada saat mereka yakin bahwa laba di masa yang akan datang dapat meningkatkan harga saham (Robert *et al.*. Dalam Novianti,2012).

Kualitas laba adalah jumlah yang dapat dikonsumsi dalam satu periode dengan menjaga kemampuan perusahaan pada awal dan akhir periode tetap sama (Schipper dan Vincent, 2003 dalam Novianti, 2012). Laba yang berkualitas adalah laba yang dapat mencerminkan kelanjutan laba (*sustainable earnings*) di masa depan, yang ditentukan komponen akrual dan aliran kasnya (Penman, 2001 dalam Purwanti, 2010). Laba yang berkualitas adalah laba dalam laporan keuangan yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sebenarnya (Boediono, 2005 dalam Eka, 2012).

Dechow *et al.* (2010) dalam Wulansari (2013) mendefinisikan kualitas laba sebagai berikut:

“Higher quality earnings provide more information about the features of a firms financial performance that are relevant to a specific decision made by a specific decision-maker.”

Dari definisi diatas, terdapat tiga hal yang harus digarisbawahi:

1. Kualitas laba tergantung pada informasi yang relevan dalam membuat keputusan, dengan demikian pendefinisian kualitas laba diatas hanya dalam konteks model keputusan tertentu.

2. Kualitas dari angka laba yang dilaporkan dilihat dari apakah informasi tersebut menggambarkan kinerja keuangan suatu perusahaan.
3. Kualitas laba secara bersama-sama ditentukan oleh relevansi dari kinerja keuangan yang mendasari keputusan.

Kualitas laba menjadi pusat perhatian bagi para pengguna laporan keuangan, khususnya bagi mereka yang mengharapkan kualitas laba yang tinggi. Laporan laba rugi komprehensif diakui oleh investor, kreditur, *supplier*, organisasi buruh, bursa efek dan para analis keuangan sebagai sumber informasi penting mengenai keberadaan sumber daya ekonomi perusahaan yang diharapkan berguna untuk pengambilan keputusan. Informasi laba juga diharapkan menjadi pedoman untuk pemegang saham dan investor potensial untuk menentukan kepentingan investasi mereka terhadap saham emiten (Boediono, 2005 dalam Kurnia, 2010).

Laba yang berkualitas memiliki 3 karakteristik, yaitu:

1. Mampu mencerminkan kinerja operasi perusahaan saat ini dengan akurat.
2. Mampu memberikan indikator yang baik mengenai kinerja perusahaan di masa depan.
3. Dapat menjadi ukuran yang baik untuk menilai kinerja perusahaan (Dechow dan Schrand, 2004 dalam Wariantio, 2013).

2.1.2 Pengukuran Kualitas Laba

Besaran yang menunjukkan hubungan antara laba dan *return* saham yang digunakan untuk mengukur seberapa besar reaksi pasar terhadap informasi mengenai perusahaan yang tercermin dengan dikeluarkannya laporan keuangan, terutama informasi laba dikenal dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Susanto, 2012). Untuk mengetahui kandungan informasi dalam laba dapat dilihat dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient* (ERC), yang dikenal dengan penelitian yang menjelaskan dan mengidentifikasi perbedaan respon pasar terhadap pengumuman laba (Scott, 2009 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Kualitas laba dapat didefinisikan sebagai kemampuan informasi laba dalam memberikan respon kepada pasar, kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tingginya *Earnings Response Coefficient* (ERC), yang menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. ERC mengukur seberapa besar *return* saham dalam merespon angka laba yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. ERC adalah reaksi atas laba yang diumumkan (*published*) oleh perusahaan, dan tinggi rendahnya ERC sangat ditentukan oleh kekuatan responsif yang tercermin dari informasi (*good/bad news*) yang terkandung dalam laba (Hidayat, 2016).

Dalam penelitian ini, proksi yang tepat dan dapat digunakan dalam mengukur kualitas laba adalah *Earnings Response Coefficient* (ERC). Peneliti mencoba melihat kualitas laba dari sudut pandang respon investor

terhadap laba yang dipublikasikan. Laba yang dipublikasikan dapat memberikan respon yang bervariasi. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Hidayat, 2016).

Definisi *Earnings Response Coefficient* (ERC) menurut Scott (2003) dalam Dira dan Ida (2014) adalah:

“An earning response coefficient measures the extent of a security’s abnormal return in response to the unexpected component of reported earnings of the firm issuing that security.”

Earnings Response Coefficient (ERC) dapat diartikan sebagai ukuran tingkat abnormal return sekuritas dalam merespon komponen *unexpected earnings* yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. ERC digunakan untuk mengukur pendapatan tidak normal yang berasal dari laba kejutan (Teoh dan Wong, 1993 dalam Dira dan Ida, 2014).

Earnings Response Coefficient (ERC) merupakan koefisien regresi yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dengan proksi laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan adalah *Cummulative Abnormal Return* (CAR), sedangkan proksi laba akuntansi adalah *Unexpected Earnings* (UE) (Kusumawardhani dan Joko, 2010).

Earning Response Coefficient (ERC) diperoleh dengan menggunakan beberapa tahap perhitungan sebagai berikut:

1. Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR).
2. Menghitung nilai *Unexpected Earnings* (UE).
3. Kemudian meregresikan UE terhadap CAR (Hidayat, 2016).

1. *Cummulative Abnormal Return (CAR)*

Abnormal return atau *excess return* merupakan kelebihan dari *return* yang sesungguhnya terjadi terhadap *return* normal. *Return* normal merupakan *return* ekspektasian atau *return* yang diharapkan oleh investor. Dengan demikian *return* taknormal (*abnormal return*) adalah selisih antara *return* sesungguhnya yang terjadi dengan *return* ekspektasian (Hartono, 2013:609).

Return realisasian atau *return* sesungguhnya merupakan *return* yang terjadi pada waktu ke-t yang merupakan selisih harga sekarang relatif terhadap harga sebelumnya. Sedang *return* ekspektasian merupakan *return* yang harus diestimasi (Hartono, 2013:610).

Abnormal return dapat terjadi positif atau negatif, *abnormal return* yang positif menunjukkan bahwa *return* sesungguhnya yang terjadi lebih besar dari *return* ekspektasian. *Abnormal return* yang negatif menunjukkan bahwa *return* sesungguhnya yang terjadi lebih kecil dari *return* ekspektasian. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Reaksi tersebut ditunjukkan dengan perubahan harga sekuritas yang bersangkutan. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka akan tercermin dengan adanya *abnormal return* yang diterima investor (Hidayat, 2016).

Cummulative Abnormal Return (CAR) merupakan penjumlahan *return* taknormal hari sebelumnya di dalam periode peristiwa untuk masing-masing sekuritas (Hartono, 2013:625). Periode estimasi (*estimation period*)

umumnya merupakan periode sebelum periode peristiwa. Periode peristiwa (*event period*) disebut juga dengan periode pengamatan atau jendela peristiwa (*event window*) (Hartono, 2013:611).

Lama dari jendela peristiwa yang umum digunakan berkisar 3 hari sampai dengan 121 hari untuk data harian dan 3 bulan sampai dengan 121 bulan untuk data bulanan. Data dalam penelitian ini menggunakan data harian dengan jendela peristiwa selama 15 hari (7 hari sebelum hari peristiwa, 1 hari peristiwa dan 7 hari setelah hari peristiwa) (Hartono, 2013:612).

Langkah-langkah menghitung *Cummulative Abnormal Return* CAR:

1. AR (*Abnormal Return*) dapat dihitung dengan rumus:

$$RTN_{it} = R_{it} - (E)R_{it}$$

Keterangan :

RTN_{it} : *Abnormal Return* sekuritas ke-i pada periode peristiwa ke-t

R_{it} : *Return* realisasian yang terjadi untuk sekuritas ke-i pada periode peristiwa ke-t

$(E)R_{it}$: *Return* ekspektasian sekuritas ke-i untuk periode peristiwa ke-t (Hartono, 2013:610).

2. Untuk memperoleh data *abnormal return*, terlebih dahulu harus mencari *return* realisasian dan *return* ekspektasian.
 - 1) *Return* realisasian atau *return* sesungguhnya dapat dihitung dengan rumus :

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

Keterangan:

R_{it} : Return realisasian yang terjadi untuk sekuritas ke-i pada periode *peristiwa ke-t*.

P_{it} : Harga penutupan saham sekuritas i pada hari t

P_{it-1} : Harga penutupan saham sekuritas i pada hari t-1

(Hartono , 2013:610).

2) *Return* ekspektasian dapat dihitung dengan rumus:

$$E R_{it} = \frac{(IHS G_t - IHS G_{t-1})}{IHS G_{t-1}}$$

Keterangan:

$(E)R_{it}$: Return ekspektasian sekuritas ke-i untuk periode peristiwa ke-t.

$IHS G_t$: Indeks Harga Saham Gabungan penutupan pada hari ke-t.

$IHS G_{t-1}$: Indeks Harga Saham Gabungan penutupan pada hari ke t-1 (Hartono, 2013:531).

3. Setelah nilai AR (*Abnormal Return*) didapatkan, maka nilai AR masing-masing sekuritas diakumulasikan dengan rumus:

$$CAR_{it} = \sum_{t=-7}^{+7} AR_{it}$$

Keterangan:

- CAR_{it} : *Cummulative Abnormal Return* sekuritas i pada hari ke- i , yang diakumulasi dari *Abnormal Return* (AR) sekuritas ke- i mulai hari awal jendela peristiwa / *event window* ($t+7$) sampai hari ke -7 .
- AR_{it} : *Abnormal Return* untuk sekuritas ke- i pada hari ke- t , yaitu mulai $+7$ (hari awal jendela peristiwa / *event window*) sampai hari ke 7 (Hartono, 2013:625).

2. *Unexpected Earnings (UE)*

Setelah menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR), langkah berikutnya dalam menghitung *Earning Response Coefficient* (ERC) adalah menghitung *Unexpected Earnings (UE)*. *Unexpected Earnings (UE)* merupakan proksi laba akuntansi yang menunjukkan hasil kinerja perusahaan selama periode tertentu. UE diukur menggunakan pengukuran laba per lembar saham:

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

Keterangan:

- UE_{it} : *Unexpected Earnings* perusahaan i pada periode (tahun) t
- EPS_t : Laba per lembar saham perusahaan i pada periode (tahun) t

EPS_{t-1} : Laba per lembar saham perusahaan i pada periode (tahun)
t-1 (Riyatno, 2007 dalam Wulansari, 2013; Willjayanti,
2012)

3. *Earnings Response Coefficient (ERC)*

Setelah nilai *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dan *Unexpected Earnings* (UE) diperoleh, langkah terakhir menghitung kualitas laba adalah menghitung *Earnings Response Coefficient* (ERC). ERC merupakan koefisien yang mengukur respon abnormal return sekuritas terhadap *unexpected earnings* perusahaan-perusahaan yang menerbitkan sekuritas. *Earnings Response Coefficient* (ERC) merupakan pengaruh laba kejutan (*unexpected earnings*) terhadap *Cummulative Abnormal Return* (CAR), yang ditunjukkan melalui slope b dalam regresi abnormal return saham dengan *unexpected earnings*. *Earnings Response Coefficient* (ERC) akan dihitung dari slope b pada hubungan CAR dengan UE dengan persamaan berikut:

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

Keterangan:

CAR_{it} : *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i selama 7 hari
sebelum dan setelah laba dipublikasikan.

α : Konstanta

β : *Earnings Response Coefficient* perusahaan i pada tahun t.

UE_{it} : *Unexpected Earnings*

ε : Komponen error dalam model atas perusahaan i pada periode t (Soewardjono, 2005 dalam Buana, 2014)

Rendahnya ERC menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut. Reaksi tersebut ditunjukkan dengan perubahan harga sekuritas yang bersangkutan. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka akan tercermin adanya abnormal return yang diterima oleh investor (Delvira dan Nelvirita, 2013).

2.1.3 Tingkat Hutang

Leverage adalah penggunaan asset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Agus, 2001 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013). *Leverage* adalah kekuatan pengungkit, yaitu dari kata dasar lever yang berarti pengungkit (Suad, 2008 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Leverage biasanya dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap untuk memperbesar tingkat penghasilan bagi pemilik perusahaan. Dengan memperbesar tingkat *leverage* maka hal ini akan berarti bahwa tingkat ketidakpastian dari *return* yang akan

diperoleh akan semakin tinggi pula. Tingkat *leverage* ini bisa saja berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, atau dari satu periode ke periode lainnya di dalam satu perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* akan semakin tinggi tingkat risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat return atau penghasilan yang diharapkan. Risiko disini dimaksudkan dengan ketidakpastian dalam hubungannya dengan kemampuan perusahaan membayar kewajiban-kewajiban tetapnya (Lukman, 2009 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Menurut Suad (2009) dalam Delvira dan Nelvirita (2013), ada 2 (dua) tipe *leverage*, yaitu:

1. *Operating Leverage*

Operating leverage merupakan kemampuan perusahaan di dalam menggunakan *fixed operating cost* untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap EBIT. *Operating leverage* ini terjadi pada saat perusahaan menanggung biaya tetap yang harus ditutup dari hasil operasi.

2. *Financial Leverage*

Financial leverage merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham. *Financial leverage* terjadi pada saat perusahaan menggunakan

sumber dana yang menimbulkan beban tetap (Agus, 2001 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Perusahaan menggunakan *operating* dan *financial leverage* dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya asset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Sebaliknya *leverage* juga meningkatkan variabilitas (risiko) keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan leverage akan menurunkan keuntungan pemegang saham (Agus, 2001 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Financial leverage menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak menggunakan leverage berarti menggunakan modal sendiri 100%. Penggunaan hutang itu sendiri bagi perusahaan mengandung tiga dimensi:

- 1) Pemberi kredit menitikberatkan pada besarnya jaminan atas kredit yang diberikan,
- 2) Dengan menggunakan utang maka apabila perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari beban tetapnya maka pemilik perusahaan keuntungannya akan meningkat, dan
- 3) Dengan menggunakan utang maka pemilik memperoleh dana dan tidak kehilangan pengendalian perusahaan (Agus, 2001 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Penggunaan hutang pada tingkat tertentu akan dapat mengurangi biaya modal perusahaan karena biaya atas hutang merupakan pengurang pajak perusahaan, dan meningkatkan harga saham. Sehingga dapat dikatakan penggunaan hutang pada tingkat tertentu dan dipergunakan secara efektif dan efisien akan meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi jika digunakan secara berlebihan menyebabkan perusahaan memiliki risiko kebangkrutan yang tinggi akibat dari ketidakmampuan dalam membayar hutangnya (Brigham, 2008 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Leverage juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat solvabilitas perusahaan yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya, baik jangka panjang maupun jangka pendek (Agnes, 2005 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013). Berbagai rasio *financial* dapat dipergunakan untuk mengukur risiko dalam hubungannya dengan perusahaan yang menggunakan *leverage* dalam tingkat utangnya adalah sebagai berikut:

- 1) Rasio utang (*Debt Ratio*)
- 2) Rasio utang terhadap ekuitas (*Debt to Equity Ratio*)
- 3) Rasio laba terhadap beban bunga (*Time Interest Earned*)
- 4) Rasio penutupan beban tetap (*Fixed Charge Coverage*)

2.1.4 Pengukuran Tingkat Hutang

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pengukuran *Debt to Equity Ratio (DER)* yang menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas (modal sendiri) dalam struktur modal perusahaan. Jika $DER > 1$ menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sarat dengan hutang dimana porsi hutang pada struktur modalnya melebihi porsi ekuitas atau sebaliknya, jika $DER < 1$ menunjukkan bahwa porsi hutang pada struktur modalnya lebih sedikit dibandingkan porsi ekuitas. Dapat ditentukan dengan rumus:

$$DER = \frac{Debt}{Equity}$$

Keterangan:

Debt : Total utang perusahaan pada akhir periode

Equity : Total ekuitas perusahaan pada akhir periode (Noor, 2009 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013)

2.1.5 Kesempatan Bertumbuh (*Growth Opportunity*)

Kesempatan bertumbuh (*growth opportunity*) yang dihadapi di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Kesempatan bertumbuh tersebut hanya dapat direalisasi oleh perusahaan melalui kegiatan investasi. Kegiatan investasi akan memerlukan biaya yang relatif besar, sehingga berdampak langsung pada kondisi likuiditas perusahaan. Laba suatu

perusahaan dari tahun ke tahun dapat meningkat atau mengalami penurunan. Peningkatan laba yang stabil dari suatu perusahaan menunjukkan bahwa pertumbuhan laba perusahaan baik. Demikian juga sebaliknya, penurunan laba dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa pertumbuhan laba perusahaan kurang baik. Jika semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan laba yang diperoleh perusahaan pada masa mendatang (Buana, 2014).

Penilaian pasar (investor/pemegang saham) terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan nampak dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasian terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Pemegang saham akan memberi respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi di masa depan bagi investor. Demikian juga sebaliknya pemegang saham akan memberikan respon yang kecil kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang rendah. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang rendah akan memberikan manfaat yang rendah juga di masa yang akan datang bagi pemegang saham (Palupi, 2006 dalam Buana, 2014).

2.1.6 Pengukuran Kesempatan Bertumbuh (*Growth Opportunity*)

Dalam penelitian ini kesempatan bertumbuh (*growth opportunity*), ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$MVEBVE = \frac{NPE}{NBE}$$

Keterangan:

MVEBVE : *Market to Book Value Of Equity*

NPE : Nilai Pasar Ekuitas (jumlah saham beredar x harga penutupan saham)

NBE : Nilai Buku Ekuitas (total ekuitas) (Mulyani *et al.*, 2007 dalam Buana, 2014)

2.1.7 Persistensi Laba (*Earning Persistence*)

Setiap perusahaan menginginkan laba atau sering disebut juga dengan keuntungan (profit). Laba diperlukan perusahaan untuk dapat melangsungkan kehidupan perusahaan. Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Atas dasar persistensi, laba yang berkualitas adalah laba yang bersifat permanen dan tidak bersifat *transitory* (Soemarso, 2005 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Persistensi laba merupakan salah satu komponen nilai prediksi laba dalam menentukan kualitas laba, dan persistensi laba ditentukan oleh komponen akrual dan aliran kas dari laba sekarang, yang mewakili

sifat *transitory* dan permanen laba (Nicky, 2009 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Persistensi laba adalah revisi dalam laba akuntansi yang diharapkan di masa depan (*expected future earnings*) yang diimplikasi oleh laba akuntansi tahun berjalan (*current earnings*) (Margaretta, 2006 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013). Persistensi laba merupakan laba yang mempunyai kemampuan indikator laba periode mendatang yang dihasilkan oleh perusahaan secara berulang-ulang. Laba dikatakan persisten, apabila laba saat ini dapat digunakan sebagai pengukur laba periode mendatang (Sunarto, 2010 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013).

Lipe (1990) dalam Delvira dan Nelvirita (2013) menggunakan koefisien regresi dari regresi antara laba akuntansi periode sekarang dengan periode sebelumnya sebagai proksi persistensi laba. Laba dianggap semakin persisten, jika koefisien variasinya semakin kecil. Dapat disimpulkan bahwa persistensi laba merupakan kemampuan laba sekarang yang diharapkan mampu menjelaskan laba pada masa yang akan datang. Persistensi dapat dilihat berdasarkan keseluruhan laporan keuangan ataupun diukur berdasarkan komponen laporan keuangan dalam (Delvira dan Nelvirita, 2013).

Laba yang berfluktuasi (tidak persisten) akan mengurangi daya prediksi laba untuk memprediksi aliran kas perusahaan pada masa yang datang. Penurunan daya prediksi laba dapat mengakibatkan informasi laba tahun berjalan menjadi kurang bermanfaat dalam memprediksi laba masa

depan (Festy, 2011 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013). Persistensi menurut Scoot (2009) dalam Delvira dan Nelvirita (2013) terbagi menjadi 3 komponen yang berbeda sebagai berikut:

- a) Komponen permanen, diharapkan dapat bertahan seterusnya (*expect to persist indefinitely*). Memiliki high persistence (ERC lebih dari 1). Maksudnya perusahaan mengumumkan telah berhasil mengembangkan produk baru. Perusahaan berhasil menemukan metode untuk meningkatkan efisiensi. *Good news* akan direaksi pasar lebih dari 1 karena diharapkan net income masa depan akan lebih besar.
- b) Komponen transitory, mempengaruhi laba ditahun yang bersangkutan, tetapi tidak berpengaruh ke masa yang akan datang. Memiliki persistence of 1 (ERC = 1). Maksudnya perusahaan mengumumkan *good news* dengan adanya peningkatan net income yang disebabkan oleh laba penjualan aktiva tetap atau penghentian suatu kegiatan usaha. Hal ini tidak direaksi investor karena tidak ada alasan untuk mengharapkan laba seperti ini akan terulang kembali.
- c) *Price irrelevant*, tidak memiliki persistensi sama sekali (ERC = 0). Perusahaan mengumumkan *good news* dengan meningkatnya *net income* yang disebabkan oleh perubahan metode akuntansi yang digunakan perusahaan, misalnya perusahaan mengkapitalisasi biaya

organisasi atau biaya promosi. Tidak ada alasan bagi pasar untuk bereaksi terhadap *good news* ini.

2.1.8 Pengukuran Persistensi Laba (*Earning Persistence*)

Bila terdapat persistensi yang besar pada laba perusahaan maka ekspektasi laba di masa yang akan datang akan lebih pasti dibanding bila perusahaan yang memiliki persistensi rendah (Sri, 2008 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013). Persistensi laba dapat diukur dengan regresi atas perbedaan laba tahun sekarang dengan laba tahun sebelumnya. Persistensi laba dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$X_{it} = \alpha + \beta X_{it-1} + \varepsilon_1$$

Keterangan:

X_{it} : Laba perusahaan i pada tahun t

X_{it-1} : Laba perusahaan i pada tahun t-1

β : Koefisien hasil regresi (persistensi laba) (Sri dan Nur, 2007 dalam Delvira dan Nelvirita, 2013)

2.1.9 Volatilitas Penjualan

Definisi penjualan menurut Mulyadi (2010: 202) dalam Purwanti (2010) adalah suatu keputusan proses pemindahan kepemilikan atas barang yang telah di produksi atau yang telah siap untuk dijual kepada pelanggan. Penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang dan jasa, baik secara kredit

maupun tunai. Menurut Purwanti (2010), penjualan adalah bagian terpenting dari siklus operasi perusahaan dalam menghasilkan laba.

Menurut Purwanti (2010), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan, adalah:

1. Kondisi dan kemampuan penjual. Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu:
 - a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
 - b. Harga produk
 - c. Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman, garansi, dan sebagainya.

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembeliannya. Manajer perlu memperhatikan jumlah serta sifat-sifat tenaga penjual. Tenaga penjual yang baik dapatlah dihindari timbulnya kemungkinan rasa kecewa pada para pembeli dalam pembeliannya. Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang penjual yang baik antara lain: sopan, pandai bergaul, pandai bicara, mempunyai keperibadian yang menarik, sehat jasmani, jujur, mengetahui cara-cara penjualan, dan sebagainya.

2. Kondisi pasar. Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mengetahui kegiatan penjualannya. Adapun faktor- faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:
 - a. Jenis pasarnya
 - b. Kelompok pembeli atau segmentasi pasarnya
 - c. Daya belinya
 - d. Frekuensi pembeliannya
 - e. Keinginan dan kebutuhannya
3. Modal. Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembelian jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang cukup dan sesuai dengan yang diperlukan.
4. Kondisi organisasi perusahaan. Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian

penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu / ahli di bidang penjualan. Berbeda dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain, hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta saran yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

5. Faktor lain. Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

Menurut Dechow dan Dichev (2002) dalam Purwanti (2010), volatilitas penjualan adalah derajat penyebaran penjualan atau indeks penyebaran distribusi penjualan perusahaan. Volatilitas penjualan mengindikasikan suatu volatilitas lingkungan operasi dan penyimpangan yang lebih besar aproksimasi dan estimasi, dan berkorespondensi dengan kesalahan estimasi yang lebih besar dan kualitas akrual yang rendah. Volatilitas yang rendah dari penjualan akan dapat menunjukkan kemampuan laba dalam memprediksi aliran kas di masa yang akan datang.

2.1.10 Pengukuran Volatilitas Penjualan

Rumus volatilitas penjualan menurut Dechow dan Dechev (2002); Cohen (2003); Francis *et al.* (2004), Pagalung (2006) dalam Purwanti (2010):

$$\frac{\sigma(\text{Penjualan}_{jt})}{\text{Total Aset}_{jt}}$$

Keterangan:

Penjualan_{jt} : Penjualan perusahaan j tahun t

Total Asset_{jt} : Total Aset perusahaan j tahun t

Maksud dari rumus tersebut adalah untuk mengevaluasi seberapa besar tingkat kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki secara efisien dalam rangka meningkatkan penjualan. Rumus ini menggambarkan perputaran aset yang diukur dari volume penjualan. Jadi semakin besar hasil dari rumus volatilitas penjualan ini semakin baik, yang berarti bahwa aset dapat lebih cepat berputar dan menunjukkan semakin efisien penggunaan keseluruhan aset dalam menghasilkan penjualan dan laba.

Namun, jika dikaitkan dengan konsep volatilitas dan kualitas laba, yaitu volatilitas yang rendah akan menghasilkan laba yang berkualitas, berarti semakin kecil hasil volatilitas penjualan, maka kualitas laba semakin berkualitas, karena volatilitas yang rendah dapat memberikan indikator yang baik mengenai kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tebel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel & Indikator	Hasil Penelitian
1	Titik Purwanti (2010)	Analisis Pengaruh Volatilitas Arus Kas, Besaran Akrua, Volatilitas Penjualan, <i>Leverage</i> , Siklus Operasi, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba	Indikator variabel X Volatilitas arus kas diukur dengan menggunakan perputaran aset melalui jumlah aliran kas operasi, besaran akrua diukur dengan menggunakan laba dikurangi aliran kas operasi, volatilitas penjualan diukur dengan menggunakan perputaran aset melalui volume penjualan, <i>leverage</i> diukur dengan menggunakan <i>debt ratio</i> , siklus operasi diukur dengan menggunakan, rata-rata pembelian persediaan dengan pendapatan kas, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan	Volatilitas arus kas, besaran akrua, ukuran perusahaan, umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, sedangkan <i>leverage</i> dan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap kualitas laba, serta volatilitas penjualan dan siklus operasi berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laba.

			<p>logaritma natural total aktiva, umur perusahaan diukur dari awal berdirinya perusahaan hingga akhir tahun penelitian, likuiditas diukur dengan menggunakan <i>current ratio</i></p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>discretionary accruals</i> dengan menggunakan <i>modified jones model</i></p>	
2	Dhian Eka Irawati (2012)	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba	<p>Indikator variabel X Likuiditas diukur dengan menggunakan <i>current ratio</i>, struktur modal diukur dengan menggunakan <i>leverage</i>, pertumbuhan laba diukur dengan menggunakan <i>market to book ratio</i>, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset</p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Earning</i></p>	Pertumbuhan laba dan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap kualitas laba, sedangkan struktur modal dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas laba.

			<i>Response Coefficient (ERC)</i>	
3	Josy Chaerunisa Mariane (2012)	Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kualitas Laba Dengan Pengungkapan Sukarela Sebagai Variabel Intervening	<p>Indikator variabel X Struktur modal diukur dengan menggunakan <i>leverage</i></p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Earning Response Coefficient (ERC)</i></p> <p>Indikator variabel Z yang digunakan adalah Indeks Pengungkapan Sukarela (IPS)</p>	Struktur Modal berhubungan positif dengan kualitas laba, sementara itu tidak terdapat hubungan tidak langsung struktur modal terhadap kualitas laba yang dimediasi oleh pengungkapan sukarela.
4	Sonya Romasari (2013)	Pengaruh Persistensi Laba, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Alokasi Pajak Antar Periode Terhadap Kualitas Laba	<p>Indikator variabel X Persistensi Laba diukur dengan menggunakan koefisien regresi antara laba akuntansi periode sekarang dengan laba akuntansi periode yang lalu, struktur modal diukur dengan menggunakan <i>leverage</i>, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset, alokasi pajak diukur dengan</p>	Persistensi laba, struktur modal, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, sedangkan alokasi pajak antar periode berpengaruh negatif signifikan terhadap kualitas laba.

			<p>menggunakan perbedaan temporer pengakuan pendapatan atau beban yang ditampung dalam akun PPh yang ditangguhkan dalam neraca</p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Earning Response Coefficient (ERC)</i></p>	
5	Novi Amelia (2013)	Pengaruh Risiko Sistematis dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap Kualitas Laba	<p>Indikator variabel X Risiko sistematis diukur dengan menggunakan beta, kesempatan bertumbuh diukur dengan menggunakan <i>market to book ratio</i></p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Earning Response Coefficient (ERC)</i></p>	Risiko sistematis tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, sedangkan kesempatan bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laba.
6	Yenny Wulansari (2013)	Pengaruh <i>Investment Opportunity Set</i> , Likuiditas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Kualitas Laba	<p>Indikator variabel X <i>Investment Opportunity Set</i> diukur dengan menggunakan <i>market to book value of assets</i></p>	<i>Investment Opportunity Set</i> dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas laba,

			<p><i>ratio</i>, likuiditas diukur dengan menggunakan <i>current ratio</i>, <i>leverage</i> diukur dengan menggunakan <i>debt ratio</i></p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Earning Response Coefficient (ERC)</i></p>	sedangkan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laba.
7	Kadek Prawisanti & Ida Bagus (2014)	Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Pertumbuhan Laba, dan Ukuran Perusahaan Pada Kualitas Laba	<p>Indikator variabel X</p> <p>Likuiditas diukur dengan menggunakan <i>current ratio</i>, struktur modal diukur dengan menggunakan <i>leverage</i>, pertumbuhan laba diukur dengan menggunakan <i>market to book ratio</i>, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset</p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Earning Response Coefficient (ERC)</i></p>	Struktur modal, likuiditas, pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kualitas laba.
8	Nia Marselina Hidayat (2016)	Pengaruh <i>Investment Opportunity Set</i> , Volatilitas	<p>Indikator variabel X</p> <p><i>Investment Opportunity Set</i></p>	<i>Investment Opportunity Set</i> dan volatilitas penjualan

		Arus Kas, dan Volatilitas Penjualan Terhadap Kualitas Laba	diukur dengan menggunakan <i>market to book value of assets ratio</i> , volatilitas arus kas diukur dengan menggunakan perputaran aset melalui jumlah aliran kas operasi, dan volatilitas penjualan diukur dengan menggunakan perputaran aset melalui volume penjualan Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Earning Response Coefficient (ERC)</i>	memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas laba, sedangkan volatilitas arus kas memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kualitas laba.
9	Mahboobe, Roya, Gholamreza (2013)	<i>Factors Affecting the Earnings Response Coefficient : An Empirical study for Iran</i>	Indikator variabel X <i>Earnings Quality</i> diukur menggunakan <i>accrual ratio</i> , <i>Financial leverage</i> diukur menggunakan <i>debt ratio</i> , <i>growth of the company</i> diukur menggunakan <i>market to book value of equity</i> , <i>profitability</i> diukur menggunakan <i>current ratio</i> ,	<i>Earnings quality, growth of the company, profitability</i> , dan <i>systematic risk</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient (ERC)</i> , sementara <i>financial leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Earnings</i>

			<p><i>systematic risk</i> diukur menggunakan <i>stock price index</i></p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Earning Response Coefficient (ERC)</i></p>	<p><i>Response Coefficient (ERC)</i>,</p>
10	Kamal and Mina (2013)	<p><i>Investigating and explaining the relationship between unexpected earnings and unusual stock yields (Focusing on earning quality features)</i></p>	<p>Indikator variabel X yang digunakan adalah <i>Unexpected Earnings</i></p> <p>Indikator variabel Y yang digunakan adalah <i>Abnormal Return</i></p> <p>Indikator variabel Z Firm size yang diukur menggunakan logaritma total aset, <i>market to book value of the company</i> yang diukur menggunakan <i>dividing market value of firm stocks to book value of the share</i></p>	<p><i>Unexpected Earnings</i>, berpengaruh positif terhadap <i>Abnormal Return</i></p>

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Tingkat Utang terhadap Kualitas Laba

Leverage digunakan untuk menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset dan sumber dana untuk memperbesar hasil pengembalian kepada pemiliknya.

Menurut Subramanyam (2011) dalam Wulansari (2013) *financial leverage* merupakan penggunaan hutang untuk meningkatkan laba. *Leverage* memperbesar keberhasilan (laba) dan kegagalan (rugi) manajerial. Hutang yang terlalu besar menghambat inisiatif dan fleksibilitas manajemen untuk mengejar kesempatan yang menguntungkan.

Apabila perusahaan melakukan pinjaman kepada pihak di luar perusahaan maka akan timbul utang sebagai konsekuensi dari pinjamannya tersebut dan berarti perusahaan telah melakukan *financial leverage*. Semakin besar utang perusahaan maka *financial leverage* semakin besar. Perusahaan dengan *leverage* tinggi menyebabkan investor kurang percaya terhadap laba yang dipublikasikan oleh perusahaan tersebut karena investor beranggapan bahwa perusahaan akan lebih mengutamakan pembayaran hutang terhadap *debtholders* daripada pembayaran dividen. Tingginya tingkat *leverage* mengakibatkan investor takut berinvestasi di perusahaan tersebut, karena investor tidak ingin mengambil risiko yang besar. Sehingga pada saat pengumuman laba mengakibatkan respon pasar menjadi relatif rendah. Respon pasar yang

relatif rendah ini akan mencerminkan bahwa laba suatu perusahaan kurang atau tidak berkualitas Wulansari (2013). Dengan demikian semakin besar tingkat *leverage* maka semakin rendah kualitas laba suatu perusahaan hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Dhaliwal, *et al* (1991).

Selain Dhaliwal, *et al* (1991) hasil penelitian Noviyanti dan Erni (2008), Purwanti (2010), Ely (2013), serta Kurniawati (2014) juga menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Earnings Response Coefficients* (ERC), sebagai proksi kualitas laba.

2.3.2 Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Kualitas Laba

Kesempatan bertumbuh yang dihadapi perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Kesempatan bertumbuh tersebut hanya dapat direalisasi oleh perusahaan melalui kegiatan investasi. Kegiatan investasi tersebut akan memerlukan biaya yang relatif besar, sehingga dapat berdampak langsung pada kondisi likuiditas perusahaan (Buana, 2014).

Laba suatu perusahaan dari tahun ke tahun dapat meningkat atau mengalami penurunan. Peningkatan laba yang stabil dari suatu perusahaan menunjukkan bahwa pertumbuhan laba perusahaan baik. Demikian juga sebaliknya, penurunan laba dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa pertumbuhan laba perusahaan kurang baik. Jika semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan maka semakin tinggi kesempatan perusahaan

mendapatkan atau menambah laba yang diperoleh perusahaan pada masa mendatang. Penilaian pasar (investor/pemegang saham) terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan nampak dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya (Palupi, 2006 dalam Buana, 2014). Pemegang saham akan memberi respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi di masa depan bagi investor (Buana, 2014)

Penelitian Mulyani *et al.* (2007) menyimpulkan kesempatan bertumbuh memberikan pengaruh secara positif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) sebagai proksi kualitas laba, hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Susanto (2012) dan Amelia (2013). Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin besar kesempatan bertumbuh perusahaan, maka semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk mendapatkan atau menambah laba yang diperoleh perusahaan pada masa mendatang.

2.3.3 Pengaruh Persistensi Laba terhadap Kualitas Laba

Perusahaan yang mampu mempertahankan labanya dari tahun ke tahun lebih membuat para investor tertarik, karena menurut investor perusahaan ini mampu menjaga kondisi perusahaan untuk tetap stabil. Artinya semakin permanen atau tetap perubahan laba dari waktu ke waktu maka akan semakin menarik minat investor, respon investor ini

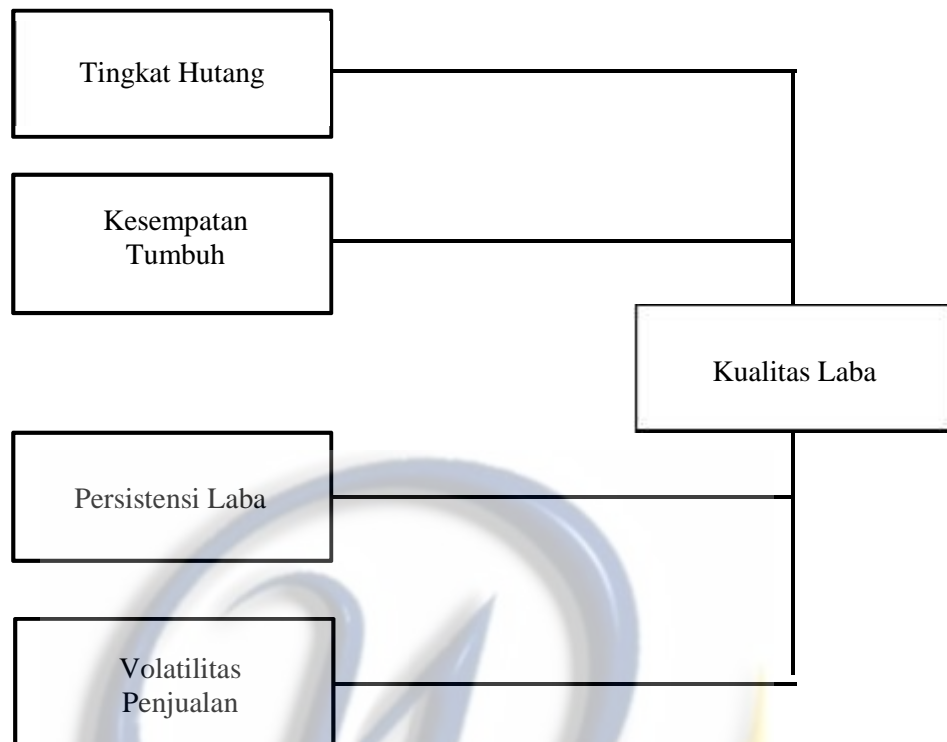
tercermin dari tingginya *Earning Response Coefficient* (ERC) karena kondisi ini menunjukkan bahwa laba yang diperoleh perusahaan dapat dipertahankan secara terus menerus. Persistensi merupakan cermin kualitas laba yang diperoleh perusahaan karena perusahaan dapat mempertahankan perolehan laba tersebut dari waktu ke waktu dan bukan hanya karena suatu peristiwa tertentu, seperti penjualan aset, penjualan merek dagang, dan kegiatan non operasional lainnya. Semakin tinggi persistensi laba maka *Earnings Response Coefficients* (ERC) akan meningkat yang mengindikasikan bahwa laba perusahaan berkualitas (Romasari, 2013). Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Jang dkk. (2007), Delvira dan Nelvirita (2013), serta Kurniawati (2014) yang menyatakan bahwa persistensi laba berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficients* (ERC).

2.3.4 Pengaruh Volatilitas Penjualan terhadap Kualitas Laba

Volatilitas yang rendah dari penjualan akan dapat menunjukkan kemampuan laba dalam memprediksi aliran kas dimasa yang akan datang. Namun jika tingkat volatilitas penjualan tinggi, maka kualitas dari laba tersebut akan rendah, karena laba yang dihasilkan akan mengandung banyak gangguan persepsian (*perceived noise*) (Dechow dan Dichev, 2002 dalam Purwanti, 2010). Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Purwanti (2010) dan Hidayat (2016).

Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah peneliti menggunakan data laporan keuangan tahunan periode 2012-2015. Dalam penelitian ini peneliti memilih variabel-variabel independen berdasarkan penelitian terdahulu yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap variabel independen, yakni kualitas laba. Perbedaan lain dalam penelitian ini yaitu populasi yang digunakan disesuaikan dengan fenomena terbaru yang terjadi di lapangan, yakni pada perusahaan jasa sektor *property, real estate*, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2015 dengan kriteria sampling tertentu.

Penjelasan mengenai pengaruh tingkat hutang, kesempatan bertumbuh, persistensi laba, volatilitas penjualan terhadap kualitas laba melalui *Earning Response Coefficient* (ERC) dapat dilihat secara singkat melalui kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran berupa gambar skema untuk lebih menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Gambar 2.4 adalah kerangka pemikiran dari penelitian mengenai pengaruh tingkat utang, kesempatan bertumbuh, persistensi laba, volatilitas penjualan terhadap kualitas laba melalui *Earning Response Coefficient* (ERC).



Gambar 2.4
Paradigma Konseptual Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian keterkaitan antara tingkat hutang, kesempatan bertumbuh, persistensi laba, volatilitas penjualan terhadap kualitas laba di atas, mengacu pada kerangka pemikiran dan rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 : Tingkat hutang berpengaruh negatif terhadap kualitas laba.
2. Hipotesis 2 : Kesempatan bertumbuh berpengaruh positif terhadap kualitas laba.

3. Hipotesis 3 : Persistensi laba berpengaruh positif terhadap kualitas laba.
4. Hipotesis 4 : Volatilitas penjualan berpengaruh negatif terhadap kualitas laba.

