



**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KESEMPATAN BERTUMBUH DAN LEVERAGE TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA**

**Inan Rahmawati<sup>1</sup>, Adam Zakaria<sup>2</sup>, Sri Zulaihati<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Universitas Negeri Jakarta

***Abstract***

*This research was conducted with the aim of measuring the effect of firm size, growth opportunity and leverage on the earnings response coefficient. Research using secondary data in the form of annual reports from manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2016-2018 period as the object of research. The sample selection was done by using purposive sampling technique which resulted in 72 companies with a total observation of 216 samples. The study used multiple linear regression analysis to test the hypothesis with the help of the SPSS 24 program. The results showed that the company had a positive effect on the earnings response coefficient, and that leverage had a negative effect on the earnings response efficiency response. Meanwhile, growth opportunity has no effect on the earnings response coefficient.*

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh dan *leverage* terhadap koefisien respon laba. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2018 sebagai objek penelitian. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yang menghasilkan 72 perusahaan dengan total observasi sebanyak 216 sampel. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melakukan uji hipotesis dengan dibantu program SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap koefisien respon laba, dan *leverage* berpengaruh secara negatif terhadap koefisien respon laba. Sementara itu, kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

**Kata kunci: Koefisien Respon Laba, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh dan Leverage**

**How to Cite:**

Rahmawati, I., Zakaria, A., & Zulaihati, S., (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, dan Leverage terhadap Koefisien Respon laba, Vol. 2, No. 1, hal 24-37.

## PENDAHULUAN

Perkembangan pasar modal di Indonesia saat ini sudah berkembang pesat, yang terbukti dari bertambahnya jumlah emiten per tiap tahun. Dengan bertambahnya jumlah emiten mengakibatkan besaran volume transaksi dan nilai perdagangan saham yang berada di Bursa Efek Indonesia pun meningkat. Bagi perusahaan yang telah *going public* dan terdaftar pada pasar modal memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan perusahaan secara terbuka kepada stakeholder. Salah satu bentuk informasi perusahaan yang diperlukan oleh seorang investor adalah laporan keuangan. Informasi yang berasal dari laporan keuangan mampu mempresentasikan keadaan perusahaan, sehingga laporan keuangan dapat dijadikan dasar untuk memprediksi pengambilan keputusan ekonomi atas laba yang akan diterima (Dalimunthe, 2016).

Elemen terpenting dalam laporan keuangan yang mendapatkan perhatian khusus dan dinantikan bagi beberapa pihak adalah laba. Pelaku pasar sangat mempercayai laba dan sering dijadikan sebagai informasi utama karena dapat mempengaruhi investor untuk menentukan keputusan dalam menjual atau menahan sekuritas yang diterbitkan oleh perusahaan. Menurut Scott (2015) informasi laba dapat dijadikan investor untuk mengganti keyakinan dan tindakan mereka sebelumnya. Reaksi pasar memiliki ketergantungan dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Laba yang berkualitas adalah laba yang mampu mencerminkan kelanjutan laba di masa yang akan datang, yang ditetapkannya melalui komponen akrual dan kas serta dapat menggambarkan keadaan kinerja keuangan yang sesungguhnya (Djamaluddin, 2008). Jika menghasilkan kualitas laba yang tinggi menandakan bahwa investor mempunyai ketertarikan pada informasi laba (Molaei et al., 2012).

Pengukuran reaksi pasar terhadap informasi laba dapat diukur melalui koefisien respon laba atau *Earnings Response Coefficient* (ERC). Koefisien respon laba adalah koefisien yang mengukur sejauh mana tingkat pengembalian pasar abnormal sekuritas suatu perusahaan dalam merespon komponen laba tak terduga (*unexpected earning*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut (Scott, 2015). Koefisien respon laba memiliki kegunaan dalam analisis fundamental, yaitu analisis menghitung nilai saham yang sesungguhnya menggunakan data keuangan perusahaan dan dijadikan dasar penilaian investor untuk menentukan reaksi pasar (Suardana & Dharmadiaksa, 2018). Reaksi pasar yang ditunjukkan oleh pihak eksternal tergantung dari informasi laba masing - masing perusahaan yang dilaporkan, sehingga terjadi perbedaan nilai ERC antara satu perusahaan dengan lainnya. Terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan terjadinya perbedaan nilai koefisien respon laba, antara lain; risiko sistematis, struktur modal, persistensi laba, kesempatan bertumbuh, persamaan harapan investor dan ukuran perusahaan (Scott, 2015).

Ukuran perusahaan salah satu proksi dari keinformatifan harga. Perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga perusahaan besar cenderung menjadi sorotan publik. Selain itu investor menyukai perusahaan berkategori besar karena memiliki kemudahan untuk menciptakan inovasi dengan memanfaatkan asetnya, sehingga perusahaan berpotensi memiliki laba yang tinggi dimasa mendatang. hal ini disebutkan dalam penelitian Kartika Rahayu & Suaryana (2015).

Kesempatan bertumbuh menunjukkan adanya prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Bagi perusahaan yang memiliki kesempatan untuk bertumbuhnya tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mampu mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan (Nisrina & Herawaty, 2016). Dengan memiliki kesempatan bertumbuhnya yang tinggi diharapkan suatu perusahaan dapat memberikan tingkat profitabilitas yang tinggi dimasa yang akan datang, sehingga hal ini membuat investor akan memberikan reaksi positif.

*Leverage* merupakan salah satu aspek yang berperan penting untuk menentukan struktur modal perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2014) *financial leverage* menggambarkan proporsi penggunaan utang dalam mendanai investasinya. Bagi perusahaan yang menggunakan utang dalam mendanai aset perusahaan bertujuan untuk menunjang perusahaan agar memperoleh laba, namun dengan penggunaan utang yang terlalu tinggi juga akan beresiko dan mengakibatkan kepercayaan investor semakin berkurang terhadap perusahaan dengan tingkat *financial leverage* tinggi, hal ini disebutkan dalam penelitian Dewi dan Yandyana (2019). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan leverage terhadap koefisien respon laba, pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018.

## TINJAUAN TEORI

### Teori Efisiensi Pasar

Teori efisiensi pasar merupakan salah satu teori investasi yang lebih memfokuskan pada aspek informasi. Tandelilin (2010) menyatakan bahwa teori efisiensi pasar menjelaskan tentang harga sekuritas yang diperdagangkan pada pasar efisien telah mencerminkan semua informasi. Informasi tersebut berupa laporan laba perusahaan, stock split, dan laporan dari para analisis pasar modal (Nasution, 2015). Jika sebuah pasar telah efisien serta memiliki kemudahan untuk mengakses semua informasi, maka harga yang terbentuk nantinya adalah harga keseimbangan yang baru. Sehingga investor maupun pihak lain yang bersangkutan tidak akan memperoleh abnormal return setelah disesuaikan dengan resiko serta strategi perdagangan yang ada (Gumanti & Utami, 2002).

### Teori Sinyal

Teori sinyal dilahirkan oleh Michael Spence (1973). Menurut Brigham & Houston (2014) teori sinyal merupakan salah satu tindakan yang diambil oleh manajer untuk memberikan informasi kepada pihak investor tentang bagaimana manajemen melihat kondisi perusahaan. Teori ini terjadi karena adanya permasalahan asimetri informasi sehingga mempersulit pihak investor untuk mengambil keputusan serta mengukur kualitas perusahaan dan hal itu semua yang menimbulkan *pooling equilibrium*.

Salah satu sinyal yang dapat diberikan kepada pihak investor berupa informasi mengenai kinerja perusahaan dengan menggunakan laporan keuangan yang akurat dan relevan. Reaksi yang akan diterima tergantung dari sinyal yang diberikan sesuai dengan kandungan informasi yang berasal dari laporan keuangan. Oleh karena itu, saat laba diumumkan maka investor akan menafsirkan terlebih dahulu apakah informasi tersebut akan memberikan sinyal yang baik atau buruk. Apabila pengumuman informasi tersebut mengandung sinyal yang baik, maka akan ada ketertarikan bagi investor untuk melakukan perdagangan saham dan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian tentunya perusahaan yang berkualitas baik akan secara sadar memberikan sinyal kepada pasar supaya pasar mampu membedakan perusahaan yang berkualitas baik ataupun buruk.

### **Koefisien Respon Laba**

Scott (2015) mengemukakan bahwa koefisien respon laba adalah koefisien yang mengukur sejauh mana tingkat pengembalian pasar abnormal sekuritas suatu perusahaan dalam merespon komponen laba tak terduga (*unexpected earning*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut. *Abnormal return* dapat diartikan sebagai kelebihan atas return yang sesungguhnya terjadi

dengan return normal, dimana return normal adalah return yang diharapkan bagi investor (Hartono, 2017), sedangkan *unexpected earning* merupakan selisih antara laba harapan dengan laba aktual, (Suwardjono, 2014). Dengan arti lain koefisien respon laba ini menggambarkan kuat lemahnya reaksi pasar sehingga bermanfaat bagi investor untuk menganalisis respon pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai koefisien respon laba suatu perusahaan antara lain; risiko sistematis, struktur modal, kualitas laba, kesempatan bertumbuh, persamaan harapan investor dan keinformatifan harga (Scott, 2015). Jika suatu perusahaan memperoleh nilai koefisien respon laba yang tinggi mencerminkan bahwa kualitas laba perusahaan tersebut baik dan lebih persisten dimasa yang akan datang.

### **Ukuran Perusahaan**

Menurut Brigham & Houston (2014) ukuran perusahaan merupakan rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kedepan. Dalam hal ini penjualan yang lebih besar dibandingkan dengan biaya tetap dan variabel akan memperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak, Namun sebaiknya, apabila penjualan yang dihasilkan lebih rendah daripada biaya variabel dan tetap maka menimbulkan kerugian. Apabila total penjualan yang diperoleh suatu perusahaan semakin tinggi dapat dikategorikan perusahaan tersebut besar karena mampu memasarkan produknya sehingga laba perusahaan akan meningkat setiap tahunnya. Perusahaan besar cenderung membuat investor menaruh perhatian pada perusahaan tersebut untuk berinvestasi, hal tersebut terjadi karena perusahaan besar yang sudah *well-established* memiliki akses yang mudah untuk ke pasar modal, sehingga perusahaan ini memiliki fleksibilitas dan kapasibilitas untuk mendapatkan modal (Sartono, 2015).

### **Kesempatan Bertumbuh**

Menurut Tandelilin (2010) mengungkapkan bahwa kesempatan bertumbuh ialah kemampuan perusahaan untuk terus bertumbuh dimasa mendatang dengan cara memanfaatkan peluang investasi, sehingga terjadi peningkatan pada nilai perusahaan. Kesempatan bertumbuh dapat terwujud ketika perusahaan melakukan kegiatan investasi. Oleh karena itu, perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan laba dengan memanfaatkan investasi yang menguntungkan. Jika sebagian besar dari investasinya memperoleh return yang tinggi maka terjadi peningkatan pertumbuhan pada perusahaan (Eka, 2017). Menurut Scott (2015) semakin besar kesempatan perusahaan untuk tumbuh maka akan memberikan manfaat yang tinggi bagi investor dimasa yang akan datang sehingga investor akan bereaksi dengan cepat untuk investasi pada perusahaan yang kesempatan bertumbuhnya tinggi dibandingkan perusahaan tidak bertumbuh.

### **Leverage**

*Leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang mana sumber dana tersebut memiliki biaya tetap dengan tujuan untuk meningkatkan daya kemampuan pemegang saham (Sartono, 2015). Perusahaan dengan *leverage* tinggi mencerminkan perusahaan sangat bergantung pada pinjaman luar sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah mencerminkan bahwa perusahaan membiayai asetnya lebih banyak menggunakan modal sendiri. Menurut Brigham & Houston (2014) tipe *leverage* terbagi menjadi dua yaitu *leverage* operasi (*operating leverage*) dan *leverage* keuangan (*financial leverage*).

*Leverage* operasi merupakan kesanggupan perusahaan menggunakan biaya tetap untuk memperbesar pengaruh dari volume penjualan terhadap EBIT. Sedangkan *financial leverage* adalah penggunaan sumber dana yang terdapat beban tetap dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan bagi para pemegang saham. Perusahaan yang memutuskan untuk menggunakan *operating* dan *financial leverage* memiliki maksud untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari biaya asetnya, dengan hal demikian akan berpengaruh dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham. Namun dengan tingkat *leverage* yang tinggi juga menghasilkan kerugian.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba**

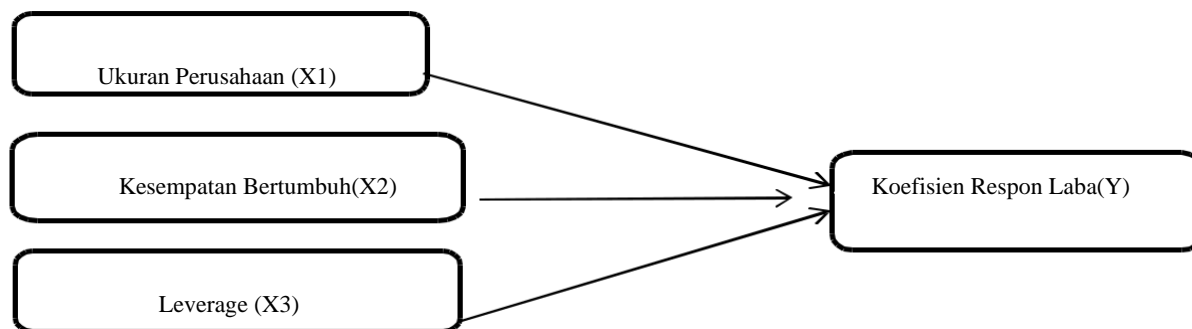
Kinerja perusahaan dan sistem yang dimiliki oleh perusahaan besar cukup memadai dibandingkan dengan perusahaan kecil khususnya dalam hal mengatur, mengelola, serta mengendalikan aset perusahaan (Suardana & Dharmadiaksa, 2018). Aset perusahaan yang dikelola dengan efektif akan berpotensi untuk mendatangkan laba. Peningkatan laba perusahaan akan tercerminkan pada peningkatan profitabilitas perusahaan sehingga mampu meningkatkan harga saham (Dewi dan Yadyana, 2019). Dengan adanya hal tersebut membuat perusahaan besar lebih dipercaya investor karena perusahaan yang berkategori besar dianggap lebih mampu untuk meningkatkan kualitas labanya. Selain itu perusahaan besar terdapat *reporting responsibility* yang lebih tinggi sehingga diindikasikan akan memperoleh nilai koefisien respon laba yang tinggi.

#### **Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Koefisien Respon Laba**

Peluang bertumbuh yang akan dihadapi di masa depan akan memberikan aspek yang positif bagi perusahaan, seperti adanya kesempatan untuk memperoleh manfaat yang besar mengenai prospek di masa depan. Oleh karena itu, semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk tumbuh maka semakin mudah menarik minat investor untuk berinvestasi, dikarenakan perusahaan memiliki peluang dalam menghasilkan return yang optimal dimasa mendatang (Jessica & Prasetyo, 2019). Dengan demikian perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuhnya besar yang tercerminkan pada harga saham yang tinggi akan direspon cepat oleh investor karena terdapat dugaan bahwa perusahaan akan memberikan tingkat pengembalian yang diharapkan tinggi. Semakin tinggi kesempatan suatu perusahaan untuk tumbuh maka semakin tinggi nilai koefisien respon laba (Scott, 2015).

### Pengaruh *Leverage* terhadap Koefisien Respon Laba

Perusahaan yang memiliki tingkat *leveragenya* tinggi dapat diartikan bahwa perusahaan dalam mendanai asetnya lebih banyak menggunakan utang. Semakin besar utang perusahaan semakin besar resiko yang dihadapi. (Subramanyam, 2011; Dewi & Putra 2017)). Dengan demikian tingginya tingkat leverage menyebabkan respon pasar yang rendah hal ini karena investor takut untuk berinvestasi pada perusahaan yang cenderung berisiko. Kondisi inilah yang nantinya akan mempengaruhi respon pasar dan akan menimbulkan nilai koefisien respon laba yang kecil. Maka kerangka teoritik dari penelitian ini yang digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Teoritik**

### METODE

Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam kurun waktu 2016-2018. Sedangkan ruang lingkup penelitian ini membatasi pada variabel terikat, yaitu ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh dan *leverage* terhadap koefisien respon laba. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS 24. Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Berikut ini merupakan kriteria- kriteria dalam penentuan sampel dalam penelitian ini:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan 2016-2018.
2. Perusahaan manufaktur yang secara konsisten menerbitkan laporan tahunan yang telah diaudit selama periode 2016-2018.
3. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunannya menggunakan mata uang rupiah.
4. Perusahaan manufaktur yang memiliki laba positif selama periode pengamatan 2016-2018.

**Tabel 1. Seleksi Sampel**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode pengamatan 2016-2018	<b>144</b>
Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan tahunan yang telah diaudit selama periode 2016-2018	<b>(4)</b>
Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki laba positif selama periode pengamatan 2016-2018.	<b>(42)</b>
Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunannya tidak menggunakan mata uang rupiah.	<b>(26)</b>
<b>Jumlah Sampel</b>	<b>72</b>
<b>Jumlah Sampel Selama Periode Pengamatan (2016-2018)</b>	<b>216</b>

Sumber: Data diolah oleh penulis (2020)

Berikut operasionalisasi variabel yang digunakan pada penelitian ini:

Variabel koefisien respon laba adalah gambaran mengenai seberapa jauh respon pasar terhadap informasi laba perusahaan yang dapat diamati melalui pergerakan harga saham. Untuk mencari nilai koefisien respon laba dapat dihitung menggunakan regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Harga saham diproksikan dengan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dan laba akuntansi diproksikan dengan *Unexpected Earning* (Dewi, 2015 & Fauzan & Purwanto (2017)

$$CAR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 UE_{it} + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

- $CAR_{it}$  = *Cumulative abnormal return* perusahaan i pada periode t  
 $\alpha_0$  = Konstanta  
 $\alpha_1$  = Koefisien yang menunjukkan ERC  
 $UE_{it}$  = *Unexpected Earning*  
 $\epsilon_{it}$  = Komponen error dalam model atas perusahaan i pada periode t

Ukuran perusahaan adalah salah satu indikator yang dapat menggambarkan kondisi perusahaan yang mana penentuan besar kecilnya dilihat dari sisi total aktiva, total penjualan dan total modal. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan rumus logaritma natural total penjualan, yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Chan et al (2005) dan Niresh & Velampy (2014).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{Total Penjualan})$$

Kesempatan bertumbuh adalah salah satu indikator penilaian pasar terhadap kemungkinan bertumbuhnya suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham yang terbentuk. Pengukuran kesempatan bertumbuh yang digunakan dalam penelitian ini adalah *market to book ratio*, yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Awawdeh et al., (2020).

$$\text{market-to-book ratio} = \frac{\text{Kapitalisasi Pasar}}{\text{Nilai Buku Ekuitas}}$$

*Leverage* adalah salah satu rasio yang dapat memberikan gambaran sejauh mana perusahaan bergantung dengan pendanaan utang dalam membiayai operasional bisnis. Dalam penelitian ini pengukuran *leverage* menggunakan proksi *Time interest earned*, yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Kasmir (2018).

$$\text{Times interest earned} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

Berikut merupakan hasil persamaan regresi :

$$Y = \alpha + \beta_1 UP + \beta_2 KB + \beta_3 LEV + \epsilon$$

Keterangan:

- Y = Koefisien Respon Laba  
 $\alpha$  = Konstanta  
 $\beta_1$ - $\beta_3$  = Koefisien Regresi  
 UP = Ukuran perusahaan  
 KB = Kesempatan Bertumbuh  
 LEV = *Leverage*  
 $\epsilon$  = *Error*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Koefisien Respon Laba	216	-.284	.238	-.00270	.105720
Ukuran Perusahaan	216	25.188	32.959	28.82472	1.473926
Kesempatan Bertumbuh	216	-1.220	8.795	2.06003	1.827076
Leverage	216	-.042	7.326	2.15451	1.492088
Valid N (listwise)	216				

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020)

### Uji Persyaratan Analisis

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui bahwa dalam model regresi apakah data dari masing-masing variabel, baik variabel dependen dan independen terdistribusi secara normal. Berdasarkan hasil output pada tabel 3 diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 sehingga nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ). Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini memiliki distribusi normal.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		216
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09413443
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.024
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020)



## Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah diantara dua variabel memiliki hubungan liner secara signifikan atau tidak. Berdasarkan hasil output pada tabel 4 diperoleh nilai signifikansi ukuran perusahaan sebesar 0,833, setelah itu terdapat nilai signifikansi dari variabel kesempatan bertumbuh sebesar 0,110 dan variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,414. Jika dibandingkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 maka setiap variabel independen tidak ditemukan masalah linearitas dalam model karena setiap nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ). Maka dapat ditarik kesimpulan asumsi linearitas terpenuhi.

**Tabel 4. Hasil Uji Linearitas**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Koefisien	Between Groups	(Combined)	2.340	211	.011	.704	.771
Respon Laba *		Linearity	.315	1	.315	20.019	.011
Ukuran Perusahaan		Deviation from Linearity	2.025	210	.010	.613	.833
Within Groups			.063	4	.016		
Total			2.403	215			

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Koefisien	Between Groups	(Combined)	2.384	210	.011	2.968	.110
Respon Laba *		Linearity	.010	1	.010	2.702	.161
Kesempatan Bertumbuh		Deviation from Linearity	2.374	209	.011	2.970	.110
Within Groups			.019	5	.004		
Total			2.403	215			

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Koefisien	Between Groups	(Combined)	2.400	214	.011	3.494	.407
Respon Laba *		Linearity	.104	1	.104	32.452	.111
Leverage		Deviation from Linearity	2.296	213	.011	3.358	.414
Within Groups			.003	1	.003		
Total			2.403	215			

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020)

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk untuk mengetahui terdapat hubungan atau tidak antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Berikut adalah hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan SPSS 24

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	Ukuran Perusahaan	.919	1.088
	Kesempatan Bertumbuh	.848	1.179
	Leverage	.908	1.101

a. Dependent Variable: Koefisien Respon Laba

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020)

Berdasarkan hasil output pada tabel 5 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tiga variabel independen memperoleh nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai

variance inflation factor (VIF) lebih kecil dari 10. Maka dapat ditarik kesimpulan asumsi multikolinieritas terpenuhi.

### Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Berdasarkan hasil output pada tabel 6 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tiap variabel independen memperoleh nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Itu artinya, penelitian ini tidak ditemukannya masalah heterokedastisitas dalam model regresi. Maka dapat ditarik kesimpulan asumsi heterokedastisitas terpenuhi.

**Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.076	.079		.956	.340
	Ukuran Perusahaan	.000	.003	-.009	-.122	.903
	Kesempatan Bertumbuh	-.001	.002	-.044	-.591	.555
	Leverage	.005	.003	.133	1.860	.064

a. Dependent Variable: Abs.res

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020) Uji

### Autokorelasi

Dalam memenuhi persyaratan uji autokorelasi, maka nilai DW harus berada di rentang nilai dU dan nilai 4-dU ( $Du < d < 4 - du$ ). Berdasarkan hasil output pada tabel 7 diperoleh nilai dw sebesar 1.927. Sedangkan nilai tabel dw dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%), jumlah sampel (n) sebanyak 216, variabel independen (k) berjumlah 3 maka diperoleh (1) nilai  $du = 1,8068$  (2) nilai  $dl = 1,7516$  dan (3) nilai  $4-du = 2,1932$ . Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil penelitian ini diperoleh  $1,8068 < 1,927 < 2,1932$ , sehingga asumsi autokorelasi terpenuhi.

**Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.455 <sup>a</sup>	.207	.196	.094798	1.927

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh

b. Dependent Variable: Koefisien Respon Laba

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020) Analisis

### Regresi Linear Berganda

Berikut ini merupakan hasil analisis regresi linear berganda yang dapat diperhatikan pada tabel 8, sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,827 + 0,030 UP - 0,007 KB - 0,016 LEV + \square$$

**Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.827	.130		-6.363	.000
	Ukuran Perusahaan	.030	.005	.422	6.618	.000
	Kesempatan Bertumbuh	-.007	.004	-.118	-1.769	.078
	Leverage	-.016	.005	-.224	-3.484	.001

a. Dependent Variable: Koefisien Respon Laba

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020)

### Uji t Statistik

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidak adanya masalah autokorelasi maka Penelitian ini memiliki jumlah observasi sebanyak 216 dengan 3 variabel independen dan 1 variabel dependen dan tingkat signifikansinya sebesar 0,05 maka diperoleh hasil t tabel sebesar 1,971. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis t statistik dapat diketahui hipotesis yang terbentuk secara parsial antara variabel koefisien respon laba, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh dan leverage.

- 1) Ukuran Perusahaan memiliki nilai  $t_{hitung}$  6,618 > dari  $t_{tabel}$  1,971 atau nilai signifikansinya sebesar  $0,000 <$  dari  $\alpha$  0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima dengan arah positif
- 2) Kesempatan Bertumbuh memiliki nilai  $t_{hitung}$  1,769 < dari  $t_{tabel}$  1,971 atau nilai signifikansinya sebesar  $0,078 >$  dari  $\alpha$  0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak dengan arah negatif
- 3) *Leverage* memiliki nilai  $t_{hitung}$  3,484 > dari  $t_{tabel}$  1,971 atau nilai signifikansinya sebesar  $0,001 <$  dari  $\alpha$  0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima dengan arah negatif

### Uji F Statistik

Pengujian statistik F dilakukan untuk melihat model regresi yang diestimasi memiliki kelayakan atau tidak. model regresi penelitian yang layak diuji apabila tingkat nilai signifikan  $F < 0,05$  atau  $F_{hitung}$  harus lebih besar dari  $F_{tabel}$ . Berdasarkan hasil output pada tabel 9 menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 18,464 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  2,65 atau nilai signifikansinya yang didapat sebesar 0,000 kurang dari  $\alpha$  0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan model regresi yang digunakan pada penelitian ini sudah memiliki tingkat kelayakan yang tinggi.

**Tabel 9. Hasil Uji F Statistik**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.498	3	.166	18.464	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1.905	212	.009		
	Total	2.403	215			

a. Dependent Variable: Koefisien Respon Laba

b. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020)

### Koefisien Determinasi

Tujuan pengujian koefisien determinasi untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam suatu penelitian. Berdasarkan hasil output pada tabel 10 menunjukkan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,196. Artinya bahwa besar pengaruh terhadap variabel koefisien respon laba (Y) yang dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan (X1), kesempatan bertumbuh (X2) dan *leverage* (X3) adalah sebesar 19,6%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 <sup>a</sup>	.207	.196	.094798

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh

Sumber: Output SPSS 24, data diolah oleh penulis (2020)

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba

Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap koefisien respon laba. Perusahaan yang berukuran besar memiliki kinerja yang baik dalam mengatur dan mengelola keuangan perusahaan, sehingga berpotensi untuk mendapatkan laba yang tinggi. Selain itu ukuran perusahaan adalah bagian dari proksi keinformatifan harga, sehingga semakin besar ukuran perusahaan sumber informasi yang tersedia semakin luas, baik informasi tentang kinerja perusahaan atau informasi labanya. Dengan adanya kondisi tersebut membuat perusahaan tersebut menjadi sorotan publik bagi investor dalam hal berinvestasi. Dengan demikian semakin banyak investor memberikan respon positif pada perusahaan besar maka dapat meningkatkan nilai koefisien respon laba perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kartika Rahayu & Suaryana (2015), Kristanti & Almilia (2019), Dewi (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap koefisien respon laba. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dewi & Putra (2017) dan Suhartono (2015).

### Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Koefisien Respon Laba

Kesempatan bertumbuh tidak akan mempengaruhi koefisien respon laba dalam suatu perusahaan. Ada atau tidak adanya kesempatan bertumbuh yang dimiliki oleh suatu perusahaan tidak selalu menjadi pusat perhatian investor untuk menentukan berinvestasi. Hal ini terjadi karena adanya alasan yang mendasar dari pihak investor bahwa dalam berinvestasi investor tidak selalu berkeinginan untuk memperoleh keuntungan jangka panjang melainkan lebih suka memperoleh keuntungan jangka pendek yaitu *capital gain*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitriah (2020) dan Audina et al (2017) yang menyatakan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Suardana & Dharmadiaksa (2018) serta Farizky (2016).

## **Pengaruh *Leverage* terhadap Koefisien Respon Laba**

*Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap koefisien respon laba. Semakin besar tingkat *leverage* yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka semakin berisiko dikarenakan perusahaan dalam mendanai asetnya lebih banyak menggunakan utang. Selain itu dengan utang yang terlalu besar akan menjadi penghambat bagi manajemen untuk mencapai kesempatan yang menguntungkan dimasa depan. Dengan demikian tingginya tingkat *leverage* akan mendapat respon yang rendah dari pasar dan mengakibatkan nilai koefisien respon laba perusahaan menjadi kecil.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitriah (2020) dan Audina et al (2017) yang menyatakan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Suardana & Dharmadiaksa (2018) serta Farizky (2016).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan penjelasan yang sudah diuraikan sebelumnya, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural total penjualan terbukti berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba (ERC).
2. Variabel kesempatan bertumbuh yang diproksikan dengan *market to book ratio* terbukti tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba (ERC).
3. Variabel *leverage* yang diproksikan dengan *time interest earned* terbukti berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba (ERC).

### **Saran**

1. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen sehingga hanya dapat menjelaskan sebesar 19,6% dan masih terdapat 80,4% yang bisa dijelaskan oleh variabel lainnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain seperti variabel risiko sistematis, persistensi laba, corporate social responsibility (CSR) serta *Good Corporate Governance* (GCG) yang dianggap berpengaruh terhadap koefisien respon laba.
2. Penelitian ini difokuskan mengujinya pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), agar mendapatkan hasil yang lebih optimal dan representatif sehingga, peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti di sektor lain yang terdaftar di BEI seperti sektor pertambangan, sektor infrastruktur, utilitas & transportasi atau berdasarkan indeks seperti indeks Kompas 100
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang masa penelitian menjadi 5 tahun agar hasil penelitian mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dan lebih komprehensif.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan proksi lain dalam mengukur kesempatan bertumbuh seperti *price earning ratio*, *market to book value of asset*, dan proksi lainnya agar mendapatkan hasil yang bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

Audina, A., Sofianty, D., & Fadilah, S. (2017). Pengaruh Persistensi Laba, Kesempatan Bertumbuh dan Struktur Modal Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Prosiding Akuntansi*, 3(1), 29–36.

Awawdeh, H. Al, Al-Sakini, S. A., & Nour, M. (2020). Factors affecting earnings response coefficient in Jordan: Applied study on the Jordanian industrial companies. *Investment* [https://doi.org/10.21511/imfi.17\(2\).2020](https://doi.org/10.21511/imfi.17(2).2020)

Brigham, E. F., & Joel, F. H. (2014). *Dasar- Dasar Manajemen Keuangan (11 th Edition)*. Jakarta: Erlangga.

Chen, K. Y., Lin, K. L., & Zhou, J. (2005). Audit quality and earnings management for Taiwan IPO firms. *Managerial Auditing Journal*, 20(1), 86–104. <https://doi.org/10.1108/02686900510570722>

Dalimunthe, A. R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Persistensi Laba, Dan Struktur Modal Terhadap Earnings Response Coefficient. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 11(1), 1-24.

Dewi, F. K. (2015). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Earning Responses Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). *Akuntansi Dan Manjemen*, 4(1), 85–97.

Dewi, Ia. A. P. K., & Putra, I. M. P. D. (2017). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Pada Earnings Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(1), 367–391.

Dewi, N. S., & Yadnyana, I. K. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Pada Earning Response Coefficient Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Journal Akuntansi Udayana*, 26(3), 2302–8556.

Fauzan, M., & Purwanto, A. (2017). Pengaruh Pengungkapan CSR, Timeliness, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Resiko Sistemik Terhadap Earning Response Coefficient (ERC). *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 1–15.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (8th Edition)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gumanti, T. A., & Utami, E. S. (2002). Bentuk Pasar Efisiensi Dan Pengujiannya. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 54–68.

Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Edisi Kesebelas)*. Yogyakarta : BPF.

Kartika Rahayu, L., & Suaryana, I. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Risiko Gagal Bayar Pada Koefisien Respon Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 13(2), 665–684.

Kasmir. (2018). *Analisis Laporan keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo.

Kristanti, K. D., & Almilia, L. S. (2019). Factors Affecting Earnings Response Coefficient (ERC) in Manufacturing Companies Listed on BEI. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 22(02), 153–178. <https://doi.org/10.33312/ijar.451>

Nasution, Y. S. J. (2015). HYPOTHESIS PASAR EFISIEN/EFFICIENT MARKET HYPOTHESIS (Pasar Modal menurut Teori Fama dan Pandangan 133 Islam). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 1(1), 25–43.

Niresh, J. A., & Velnampy, T. (2014). Firm Size and Profitability: A Study of Listed Manufacturing Firms and Manufacturing Firms in Sri Lanka. *International Journal of Business and Management*, 9(4), 57–64. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v9n4p57>

Nisrina, M., & Herawaty, V. (2016). Peran Intellectual Capital Disclosure sebagai Pemoderasi Pengaruh Perataan Laba, Corporate Governance, Kesempatan Bertumbuh, Persistensi Laba, dan Leverage terhadap Keinformatifan Laba. *Jurnal TEKUN*, VII (01), 118–146.

Pitria, Eka. (2017). Pengaruh Kesempatan Bertumbuh, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba. Padang: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

Sartono, A. (2015). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi (4th Edition)*. Yogyakarta: BPFE.

Scott, William R. (2015). *Financial Accounting Theory (7th Edition)*. Pearson Prentice Hall: Toronto.

Suardana, K. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2018). Earnings Response Coefficient Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Riset Akuntansi, JUARA*, 8(2), 1–10.

Suhartono, S. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Terhadap Koefisien Respon Laba yang Dimoderasi Konservatisme Akuntansi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010). *Akuntansi Dan Keuangan*, 22(2), 189–216.

Suwardjono. 2014. *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Tamara, I. G. A. A. A., & Suaryana, I. G. N. A. (2020). Pengaruh Growth Opportunity dan Leverage pada Earning Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1414.

Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi teori dan aplikasi (1 th Edition)*. Yogyakarta:BPFE.