

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KESEMPATAN BERTUMBUH,  
DAN *LEVERAGE* TERHADAP KERESPONAN LABA PADA  
PERUSAHAAN PROPERTI DAN *REAL ESTATE* YANG TERDAFTAR DI  
BEI TAHUN 2009-2012**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Padang*



Oleh :

**IHSANUL LUKMAN**

**56365/2010**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2014**

**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

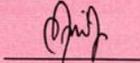
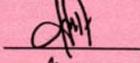
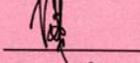
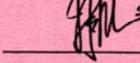
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang*

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KESEMPATAN BERTUMBUH, DAN  
LEVERAGE TERHADAP KERESPONAN LABA**  
*(Studi Empiris Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI)*

Nama : Ihsanul Lukman  
NIM/BP : 56365/2010  
Program Studi : Akuntansi  
Keahlian : Akuntansi Keuangan  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Mei 2014

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Nurzi Sebrina, SE, M.Sc, Ak	
2. Sekretaris	: Mayar Afriyenti, SE, M.Sc	
3. Anggota	: Vita Fitria Sari, SE, M.Si	
4. Anggota	: Herlina Helmy, SE, M.Ak	

## ABSTRAK

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, dan *Leverage* terhadap Keresponan Laba pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)**

**Oleh : Ihsanul Lukman/2014**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage* terhadap keresponan laba. Jenis penelitian ini termasuk kedalam penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2012. Adapun sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling* sehingga didapatkan 34 perusahaan sampel. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Dan metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keresponan laba, (2) Kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap keresponan laba, (3) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keresponan laba, (4) Kesempatan bertumbuh berpengaruh signifikan negatif terhadap keresponan laba, (5) *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap keresponan laba, dan (6) Ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap keresponan laba melalui *leverage*.

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, dan *Leverage* Terhadap Keresponan Laba Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program S-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Nurzi Sebrina, SE, M.Sc, Ak selaku pembimbing I dan juga kepada Ibu Mayar Afriyenti, SE, M.Sc selaku pembimbing II, yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan dorongan berbagai pihak dalam rangka penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Kepada Dosen penguji Ibu Vita Fitria Sari, SE, M.Si dan Ibu Herlina Helmy, SE, M.Ak yang telah memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Kepada dosen Penasehat Akademik (PA) Ibu Salma Taqwa, SE, M.Si.

5. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Akuntansi serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini serta yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam mendapatkan data selama penelitian ini.
6. Pegawai perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
7. Teristimewa kepada Ayahanda Lukman, Ibunda tercinta Nurlaili, dan kakanda tersayang Ilsa Handayani dan Eka Mardika, ST. Serta keluarga besar saya yang senantiasa sabar dalam memberikan motivasi dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan pendidikan S1 saya.
8. Sahabat seperjuangan dalam meraih mimpi Agung Syahputra, M. Iqbal, Dheo Resandi, M. Ismail, SE, M. Bintang Ilhami, Akbar Arista, Nurul Fitri, Fitriyeni Oktavia, Laura Yulistri, dan Nurmalia Utari.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan mahasiswa Program Studi Akuntansi BP 2009 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Khususnya kepada Fiwi, Amay, Ciciel, Tia, Dwi dan Ija. Berkat dukungan moril dari mereka saya dapat menyelesaikan pendidikan S1 saya dengan baik.
10. Dan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Padang, Mei 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	1
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Perumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Teori .....	14
1. Teori Pasar Efisien .....	14
2. Keresponan Laba.....	18
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keresponan Laba.....	19
4. Ukuran Perusahaan.....	22

5. Kesempatan Bertumbuh.....	25
6. <i>Leverage</i> .....	28
B. Penelitian Terdahulu .....	32
C. Hubungan Antar Variabel .....	34
1. Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Leverage</i> .....	34
2. Hubungan Kesempatan Bertumbuh terhadap <i>Leverage</i> .....	35
3. Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Keresponan Laba .....	37
4. Hubungan Kesempatan Bertumbuh terhadap Keresponan Laba .....	38
5. Hubungan <i>Leverage</i> terhadap Keresponan Laba .....	39
D. Kerangka Konseptual .....	40
E. Hipotesis.....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	43
B. Populasi dan Sampel .....	43
1. Populasi .....	43
2. Sampel .....	43
C. Jenis Data .....	45
D. Sumber Data.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	46
1. Variabel Endogen (Y) .....	46
2. Variabel Eksogen (X1, X2).....	49
3. Variabel <i>Intervening</i> (X3).....	50
G. Teknik Analisis Data.....	50
1. Uji Asumsi Klasik.....	50
2. Uji Kelayakan Model .....	51
3. Uji t (Hipotesis).....	56
H. Defenisi Operasional.....	56
1. Keresponan Laba.....	56

2. Ukuran Perusahaan.....	57
3. Kesempatan Bertumbuh.....	57
4. <i>Leverage</i> .....	57

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	58
1. Sejarah Perkembangan Bursa Efek Indonesia.....	58
2. Gambaran Umum Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i> .....	59
B. Deskriptif Variabel Penelitian.....	60
1. Keresponan Laba.....	61
2. Ukuran Perusahaan.....	67
3. Kesempatan Bertumbuh.....	70
4. <i>Leverage</i> .....	73
C. Analisis Data .....	75
1. Uji Asumsi Klasik.....	75
2. Uji Kelayakan Model .....	78
3. Pengujian Hipotesis.....	87
D. Pembahasan.....	89

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	99
B. Keterbatasan Penelitian.....	100
C. Saran.....	100

<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>102</b>
----------------------------	------------

<b>Lampiran .....</b>	<b>117</b>
-----------------------	------------

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Penelitian Terdahulu.....	32
2. Kriteria Pemilihan sampel.....	44
3. Daftar Sampel.....	44
4. Perhitungan ARTN/CAR .....	62
5. Data <i>Earning Respons Coefficient</i> .....	65
6. Data Total Aset .....	68
7. Data <i>Market To Book Value Ratio</i> .....	71
8. Data <i>Debt To Asset Ratio</i> .....	73
9. Hasil Uji Normalitas .....	76
10. Hasil Uji Heterokedastisitas Sebelum Transformasi.....	77
11. Hasil Uji Heterokedastisitas Sesudah Transformasi .....	78
12. Hasil Uji F .....	79
13. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
14. Hasil Uji t Substruktur I .....	81
15. Hasil Uji F .....	83
16. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	83
17. Hasil Uji t Substruktur II.....	84
18. Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data .....	86

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Kerangka Konseptual .....	42
2. Struktur Diagram Jalur .....	52
3. Struktur Diagram Jalur Substruktur I .....	52
4. Struktur Diagram Jalur Substruktur II .....	53
5. Struktur Diagram Jalur Substruktur I (Hasil) .....	82
6. Struktur Diagram Jalur Substruktur II (Hasil) .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Tabulasi Sampel.....	109
2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	111
3. Hasil Uji Model .....	112

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Akuntansi lahir dengan tujuan untuk memberikan jasa kepada penggunanya berupa informasi keuangan yang dibutuhkan dalam rangka pengambilan keputusan. Salah satunya yaitu menyediakan laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan suatu alat sebagai salah satu sumber informasi yang dibutuhkan oleh investor dalam mengambil keputusan. Menurut *Trueblood Committee*, tujuan utama dari laporan keuangan itu sendiri adalah memberikan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi, para pengguna laporan keuangan akan menggunakannya untuk meramalkan, membandingkan, dan menilai dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomi yang diambil.

Oleh karena itu laporan keuangan harus menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari kinerja suatu perusahaan. Karena laporan keuangan merupakan alat informasi yang dibutuhkan oleh penggunanya yaitu investor ataupun kreditor, maka laporan keuangan tersebut harus berkualitas, dalam arti kata relevan bagi penggunanya. Menurut Zahroh (2005) mengatakan salah satu indikator bahwa suatu informasi akuntansi relevan adalah adanya reaksi pemodal pada saat diumumkannya suatu informasi yang dapat diamati dari adanya pergerakan harga saham.

Salah satu bagian dari laporan keuangan yang sering menjadi perhatian bagi investor sebagai alat informasi untuk mengambil keputusan yaitu laporan laba rugi. Laporan laba rugi merupakan suatu laporan yang memberikan informasi

mengenai laba atau rugi yang dicapai oleh suatu perusahaan dalam suatu periode. Menurut Parawiyati dalam Kurniati (2010) menyatakan bahwa informasi tentang laba mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis dalam mencapai tujuan operasi yang telah ditetapkan. Menurut Agung (2005) apabila laba dan return memiliki hubungan, maka dapat dikatakan memiliki kandungan informasi.

Oleh karena itu laba merupakan informasi yang paling ditunggu-tunggu oleh pasar untuk menentukan apakah investor akan membeli, menjual atau menahan sekuritas yang diterbitkan oleh perusahaan. Tetapi laba itu sendiri memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dikarenakan berbagai penyebab, salah satunya asumsi dalam pengukuran dan adanya manipulasi yang kemungkinan dilakukan oleh manajemen laba sehingga menyebabkan informasi laba yang tersedia tidak lagi menggambarkan keadaan dari perusahaan yang sebenarnya. Menurut Sri (2007) menyatakan bahwa dalam pengambilan keputusan ekonomi para investor memang membutuhkan informasi tentang kondisi perusahaan tidak hanya informasi laba saja tetapi banyak informasi-informasi lainnya. Sehingga diperlukannya informasi dalam koresponan laba untuk mengetahui kualitas laba yang sebenarnya dengan menggunakan *earnings response coefficient* atau koefisien respon laba.

Menurut Scott (2009) *earnings response coefficient* sebagai koefisien yang mengukur besaran *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba yang tidak diharapkan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. Menurut Tara (2009) secara teoritis, *earnings response coefficient* merupakan suatu koefisien yang

berhubungan dengan informasi yang terdapat pada laba akuntansi. Koefisien ini mengukur respon pasar terhadap harga saham atau nilai pasar ekuitas. Sedangkan menurut Cho dan Jung (1991) koefisien respon laba merupakan efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap *return* saham, dan biasanya diukur dengan *slope* koefisien dalam regresi *abnormal return* saham dan *unexpected earning*. Menurut Chaney dan Jeter (1991) mengatakan salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur reaksi pemodal atau respon harga saham terhadap informasi laba akuntansi adalah *earnings response coefficient*. *Earnings response coefficient* menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi yang telah dipublikasi oleh *emiten* yang dapat diamati dari pergerakan harga saham sekitar tanggal publikasi laporan keuangan.

Dalam hal ini teori pasar efisien berkaitan pada keresponan laba. Teori pasar efisien menyatakan bahwa pasar akan bereaksi cepat terhadap informasi yang baru, sehingga sesaat sebelum dan sesudah laporan keuangan dikeluarkan, informasi mengenai angka laba yang dipublikasikan akan mempengaruhi tingkah laku investor (Scoot, 2009).

Ball and Brown (1968) mengatakan terdapat hubungan signifikan antara pengumuman laba perusahaan dengan perubahan harga saham, yaitu pada saat diumumkan laba mengalami kenaikan, maka terjadi kecenderungan perubahan positif pada harga saham, dan sebaliknya jika diumumkan laba mengalami penurunan terjadi perubahan negatif pada harga saham.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi keresponan laba yang diukur dengan *earnings response coefficient* yaitu risiko sistematis, ukuran perusahaan,

*leverage*, persistensi laba, kesempatan bertumbuh, dan *timeliness*. Sedangkan variabel eksogen yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage*. Alasan peneliti mengambil ketiga variabel ini dikarenakan menurut peneliti menggambarkan kondisi perusahaan dalam jangka panjang dan jangka pendek, serta menggambarkan bagaimana kondisi perusahaan secara internal dan eksternal. Dan juga dilihat dari sisi investor yang rasional, selalu melihat risiko dan prospek pertumbuhan dari suatu perusahaan di masa yang akan datang. Lalu peneliti juga meneliti pengaruh ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh terhadap keresponan laba dengan *leverage* sebagai variabel *intervening*. Alasan *leverage* sebagai variabel *intervening* yaitu masih sangat jarang dilakukan serta teori menyatakan bahwa struktur modal diukur melalui *leverage* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu *growth* dan *size* (Ramlall 2009).

Ukuran perusahaan diproksikan dengan informatif harga. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi yang lebih banyak dibanding perusahaan kecil. Semakin informatif harga, semakin sedikit kandungan informasi tentang pengumuman laba. Reaksi pasar tidak terlalu besar atas pengumuman laba perusahaan besar yang sering muncul dalam pemberitaan dan media massa. Chaney dan Jeter (1991) yang melakukan pengujian mengenai ukuran perusahaan dengan *earnings response coefficient* dalam jangka panjang, menyatakan bahwa semakin banyak ketersediaan sumber informasi pada perusahaan-perusahaan besar, akan meningkatkan *earnings response coefficient* dalam jangka panjang. Informasi yang tersedia sepanjang tahun pada perusahaan memungkinkan pelaku

pasar untuk menginterpretasikan informasi yang terdapat pada laporan keuangan dengan lebih sempurna, sehingga dapat memprediksi arus kas yang lebih akurat dan menurunkan ketidakpastian.

Penelitian yang dilakukan oleh Margareta (2006) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan yang negatif dengan *earnings response coefficient* walaupun tidak berpengaruh signifikan secara statistik, hubungan negatif tersebut terjadi karena banyaknya informasi yang tersedia sepanjang tahun pada perusahaan-perusahaan besar, sehingga pada saat pengumuman laba, pasar kurang bereaksi. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra, dkk (2011) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky (2009) mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Jang, dkk (2007) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan, ini dikarenakan adanya anggapan bahwa perusahaan besar mampu untuk meningkatkan kinerja perusahaannya dan terus berupaya meningkatkan kualitas labanya.

Kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*) menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa datang. Prospek pertumbuhan dapat tercermin dari pertumbuhan laba perusahaan tersebut (Collins dan Kothari, 1989). Perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang tinggi akan selalu berupaya untuk meningkatkan laba dan melakukan investasi yang menguntungkan. Oleh karena itu investor akan merespon positif perusahaan yang memiliki prospek

pertumbuhan yang selalu meningkat kedepannya. Maka dari itu, makin tinggi kesempatan bertumbuh perusahaan maka akan semakin besar pula *earnings response coefficient*. Penelitian ini pernah dilakukan oleh Indra, dkk (2011) yang menunjukkan *market to book value ratio* sebagai proksi dari kesempatan bertumbuh memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Sri (2007) dalam penelitiannya mengenai faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient* yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan Margareta (2006) pada penelitiannya yang menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

*Leverage* merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Apabila tingkat *leverage* perusahaan tinggi, pengumuman informasi laba lebih merupakan berita baik bagi kreditor daripada bagi pemegang saham. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi menyebabkan investor kurang percaya pada laba yang dipublikasikan oleh perusahaan. Dikarenakan adanya anggapan bahwa, dari utang ini yang akan diuntungkan adalah kreditor atau *debtholders* dan juga pada penyelesaian klaim, diketahui bahwa pembayaran kewajiban seperti utang harus didahulukan daripada pembagian deviden. Perusahaan yang memiliki rasio utang yang tinggi menghadapi risiko rugi yang lebih tinggi dimasa resesi, tetapi tingkat pengembalian yang diharapkan juga lebih tinggi pada masa cerah. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki rasio utang yang rendah tidak berisiko besar, tetapi peluang untuk melipat gandakan pengembalian atas ekuitas juga kecil. Karena itu, reaksi pasar lebih rendah

terhadap berita baik perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi dibandingkan tingkat *leverage* lebih rendah. Maka semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan akan semakin rendah *earnings response coefficient*. Tingkat *leverage* diukur dengan rasio utang atau *debt ratio* (Keown *et al*, 2002 dalam Yenny 2013).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dhaliwal *et al* (1991) yang menunjukkan bahwa *earnings response coefficient* berpengaruh dan berhubungan negatif terhadap *leverage*. Dan penelitian Sri (2007) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient*, menunjukkan bahwa struktur modal yang diukur dengan *financial leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Berbeda dengan penelitian Yulius (2012) menunjukkan bahwa struktur modal yang diproksikan dengan *leverage* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba.

Adapun nantinya ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh memiliki pengaruh terhadap *leverage*. Dimana ukuran perusahaan yang biasanya memiliki penjualan yang tinggi, maka akan membutuhkan dana yang besar pula untuk modal, sebaliknya pada perusahaan yang kecil dengan penjualan yang relatif lebih rendah dibanding perusahaan besar maka akan membutuhkan dana sebagai modal yang kecil pula. Oleh karena itu, biasanya perusahaan besar akan melakukan pinjaman atau utang yang lebih besar kedepan untuk investasinya. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan besar akan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gina (2006) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan yang positif dengan *leverage*. Begitu juga dengan kesempatan bertumbuh, perusahaan dengan

kesempatan bertumbuh akan membutuhkan modal yang besar untuk membiayai pertumbuhannya dimasa yang akan datang. Dan untuk mencukupi kebutuhan dana tersebut, perusahaan akan melakukan utang sehingga peluang untuk tumbuh lebih tinggi menjadi tercapai. Menurut Fama dan French (2000) dalam Gina (2006), kebijakan *leverage* perusahaan akan menurun jika investasi kurang dari *retained earning* sehingga perusahaan dengan kesempatan bertumbuh pesat cenderung berutang. Jadi, semakin tinggi kesempatan bertumbuh perusahaan maka akan semakin tinggi pula *leverage*.

Adapun fakta permasalahan yang terkait mengenai informasi pada laba yaitu ada beberapa perusahaan yang melakukan manipulasi laba melalui manajemen labanya sehingga terjadinya bias dalam menyajikan informasi yang akan menjadi patokan bagi investor atau kreditur dalam mengambil keputusan. Salah satu perusahaan yang bermasalah terkait manipulasi laba adalah tahun 2001 tercatat skandal keuangan di perusahaan publik yang melibatkan manipulasi laporan keuangan oleh PT Lippo Tbk. dan PT Kimia Farma Tbk. (Gideon, 2005).

Dan ketidakkonsistenan antara teori dan fakta dimana yang telah kita ketahui bahwa apabila laba meningkat maka akan meningkatkan harga saham, tetapi menurut data yang peneliti peroleh dari laporan keuangan perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI dan melihat pergerakan harga saham melalui *yahoo.finance.com*, dapat dilihat bahwa pada PT Alam Sutera Realty Tbk. laba yang diperoleh pada tahun 2011 sebesar Rp 602.736.609 dan mengalami kenaikan pada tahun 2012 sebesar Rp 1.216.091.539 , tetapi tidak diikuti dengan kenaikan harga saham pada saat publikasi, harga saham malah

mengalami penurunan dari 1.050 (pada h-3 publikasi) ke level 1000 (pada saat publikasi 13 Maret 2013). PT Cowell Development Tbk. pada tahun 2011 laba yang dihasilkan sebesar Rp 33.321.522.166 meningkat dari tahun sebelumnya sebesar Rp 8.400.254.550 pada tahun 2010, namun harga saham malah mengalami penurunan yaitu dari 275 ke level 270.

Begitu pula dikarenakan ketidakkonsistenan pada penelitian-penelitian yang terdahulu inilah, penulis ingin melakukan kembali pengujian mengenai koresponan laba yang diukur dengan *earnings response coefficient*. Dimana penelitian ini telah banyak dilakukan oleh para peneliti untuk mengetahui informasi yang terkandung pada laba.

Adapun objek yang akan diteliti peneliti yaitu perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2012. Alasannya yaitu perusahaan properti dan *real estate* sekarang lagi berkembang pesat dan semakin bersinar. Menurut data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) hingga akhir November 2012, secara sektoral saham properti dan *real estate* menjuarai kenaikan dalam satu tahun (sejak Desember 2011) yaitu sebesar 63,49% dengan level 322.566 mengalahkan sektor industri dasar yang tumbuh 37,48% di posisi penutupan 513.321 dan sektor perdagangan dan jasa yang naik 33,82% dengan penutupan 736.812 ([www.propertiindonesia.co.id](http://www.propertiindonesia.co.id)).

Dan juga kita ketahui berinvestasi di sektor ini semakin diminati investor karena harga tanah dari tahun ke tahun yang cenderung mengalami kenaikan. Ini disebabkan oleh *supply* tanah bersifat tetap sedangkan *demand* akan selalu bertambah seiring dengan bertambahnya penduduk. Dengan penelitian ini,

semoga nantinya akan menambah informasi bagi investor untuk mengambil keputusan pada perusahaan properti dan *real estate*, apakah akan membeli, menjual atau mempertahankan saham yang ada.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, dan *Leverage* terhadap Keresponan Laba” (Studi Empiris pada Perusahaan Properti dan *Real estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Sejauhmana pengaruh *leverage* terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
2. Sejauhmana pengaruh *beta* terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
3. Sejauhmana pengaruh persistensi laba terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
4. Sejauhmana pengaruh kesempatan bertumbuh terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
5. Sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
6. Sejauhmana pengaruh *timeliness* terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, serta guna mendapatkan ruang lingkup yang tepat, maka penulis membatasi masalah yang diteliti pada penelitian ini pada pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage* pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar pada BEI.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini antara lain :

1. Sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan terhadap *leverage*?
2. Sejauhmana pengaruh kesempatan bertumbuh terhadap *leverage*?
3. Sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI?
4. Sejauhmana pengaruh kesempatan bertumbuh terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI?
5. Sejauhmana pengaruh *leverage* terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI?
6. Sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh terhadap keresponan laba melalui *leverage* pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai :

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *leverage*.
2. Pengaruh kesempatan bertumbuh terhadap *leverage*.
3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
4. Pengaruh kesempatan bertumbuh terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
5. Pengaruh *leverage* terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
6. Pengaruh ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh terhadap keresponan laba melalui *leverage* pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage* terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI
2. Bagi mahasiswa akuntansi S1 dapat dijadikan acuan, pedoman, dan motivasi dalam melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi akademis, menjadi sebuah bukti empiris yang akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage* terhadap keresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

4. Bagi investor, dapat menjadi sumber informasi dalam pengambilan keputusan investasi.

## BAB II

### KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

#### A. Kajian Teori

##### 1. Teori Pasar Efisien

###### *a. Pengertian Pasar Efisien*

Dalam akuntansi dikenal teori atau hipotesis *Efficient Market Hypothesis* (EMH). Menurut Sofyan (2008) teori *efficient market hypothesis* ini menyatakan bahwa pasar akan menyesuaikan diri dengan setiap informasi baru yang dikeluarkan mengenai saham. Menurut Eduardus (2001) pasar efisien adalah pasar dimana harga semua sekuritas yang diperdagangkan telah mencerminkan semua informasi yang tersedia. Informasi yang tersedia meliputi informasi masa lalu, informasi saat ini, serta informasi yang bersifat sebagai pendapat atau opini rasional yang bisa memengaruhi perubahan harga.

Menurut Soewardjono (2005) pasar modal dikatakan efisien terhadap suatu informasi bila harga saham merefleksikan secara penuh informasi yang disediakan atau yang tersedia dalam sistem pelaporan keuangan. Sedangkan menurut Keown (2008) pasar yang efisien adalah suatu pasar dimana nilai setiap waktu yang secara penuh mencerminkan, semua informasi, yang mengakibatkan harga pasar dan nilai instrinsik menjadi sama.

Dalam bahasa penelitian bidang penelitian yang menyangkut soal ini adalah *possitive accounting theory*. Dalam teori ini yang dibahas bukan bagaimana mencatat transaksi, tetapi menyangkut :

- a. Melihat hubungan antara pengumuman informasi akuntansi kepada publik dan reaksi pasar terhadap informasi itu yang dilihat dari indikator harga saham dibursa.
- b. Melihat pengaruh perubahan kebijakan akuntansi terhadap harga pasar.

Fama (1969) menyatakan bahwa beberapa syarat untuk menciptakan pasar yang efisien adalah sebagai berikut :

1. Tidak ada biaya transaksi dalam perdagangan saham.
2. Semua informasi tersedia secara cuma-cuma bagi semua peserta pasar.
3. Semua sepakat terhadap implikasi informasi saat ini terhadap harga sekarang dan distribusi harga masa yang akan datang dari tiap saham.

***b. Bentuk Pasar Efisien***

Menurut Fama (1969) dalam Sofyan (2008) informasi ada tiga set informasi:

1. Gerakan harga saham masa lalu
2. Informasi yang tersedia bagi publik
3. Seluruh informasi baik uang yang tersedia bagi publik maupun milik perusahaan.

Ketiga set informasi diatas dapat mempengaruhi harga saham sebagai berikut:

1. Bentuk lemah (*weak form*) dari pasar efisiensi. Di sini harga pasar saham pada periode tertentu secara penuh merupakan refleksi dari informasi yang berasal dari informasi yang berasal dari harga saham masa lalu. Di sini tidak

ada strategi dagang yang berdasarkan siklus harga, pola harga atau peraturan lainnya.

2. Bentuk semi kuat (semi *strong*) dimana harga saham secara penuh merupakan gambaran dari seluruh informasi yang tersedia kepada publik termasuk harga saham masa lalu. Di sini juga tidak ada strategi dagang yang dipakai dalam perdagangan saham.
3. Bentuk kuat (*strong*) dimana harga saham merupakan gambaran dari seluruh informasi yang ada baik informasi harga saham dimasa lalu, informasi yang tersedia untuk publik, dan informasi lainnya seperti informasi dari dalam dan informasi pribadi lainnya.

Dilihat dari ketiga bentuk pasar efisien diatas, yang paling relevan dengan akuntansi karena dasar informasinya adalah informasi yang tersedia bagi publik, yaitu pasar efisien dalam bentuk semi *strong*.

### ***c. Pengujian Terhadap Pasar Efisien***

Menurut Husnan (2005) yang mana membedakan pengujian pasar efisien ke dalam tiga bentuk yaitu:

1. Pengujian pasar efisien dalam bentuk lemah (*weak form*)

Untuk menguji pasar modal efisien dalam bentuk lemah dipergunakan antara lain pengujian koefisien korelasi perubahan harga saham untuk *time lag* tertentu. Dasar pemikirannya adalah bahwa pasar modal efisien bentuk lemah berarti perubahan harga saham diwaktu yang lalu tidak bisa dipergunakan untuk memperkirakan keadaan harga saham dimasa yang akan datang. Karena itu perlu diamati korelasi perubahan harga dimasa yang akan datang.

## 2. Pengujian pasar efisien dalam bentuk semi kuat (*semi strong*)

Pengujian pasar efisien setengah kuat ditujukan untuk melihat apakah harga benar-benar mencerminkan informasi yang dipublikasikan. Hipotesis yang digunakan adalah bahwa segera setelah informasi menjadi milik publik, pemodal tidak bisa memperoleh *abnormal return*. *Abnormal return* adalah selisih antara tingkat keuntungan sebenarnya dengan tingkat keuntungan yang diharapkan. Tingkat keuntungan yang diharapkan dihasilkan dengan menggunakan *market model* dan *capital asset pricing model* (CAPM).

## 3. Pengujian pasar efisien dalam bentuk kuat (*strong form*)

Pengujian ini dilakukan terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa harga saham tidak hanya mencerminkan semua informasi yang dipublikasikan, tetapi juga informasi yang mungkin tidak diketahui umum. Beberapa kelompok mempunyai kemampuan untuk memperoleh informasi yang pihak umum tidak bisa memperolehnya. Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan dengan cara menganalisa berbagai portofolio yang dikelola oleh kelompok-kelompok yang mungkin mempunyai informasi khusus karena portofolio-portofolio bisa memberikan keuntungan yang lebih besar daripada pasar secara keseluruhan.

Di dalam teori pasar efisien, informasi akuntansi berada pada posisi bersaing (*competition*) dengan sumber-sumber informasi lainnya seperti berita-berita dalam media (*news*), analisis keuangan (*financial analysis*), dan bahkan harga pasar itu sendiri. Sebagai suatu alat atau sarana untuk menyampaikan informasi kepada investor, informasi dalam laporan keuangan berguna bagi pemakai dimana

menurut PSAK (2004) terdapat empat karakteristik kualitatif pokok yaitu dapat dipahami, relevan, keandalan dan dapat diperbandingkan.

## 2. Keresponan Laba

Keresponan laba untuk mengetahui kualitas laba baik atau tidaknya yang diukur dengan *earnings response coefficient* sebagai bentuk pengukuran untuk mengetahui kandungan informasi dalam laba. Penelitian-penelitian pada *earnings response coefficient* yang mencoba untuk mengidentifikasi dan menjelaskan perbedaan antara informasi laba dengan respon pasar. Menurut Scoot (2009) *earnings response coefficient* adalah koefisien yang mengukur besaran *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba yang tidak diharapkan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut.

Menurut Cho dan Jung dalam Agung (2005) mendefinisikan *earnings response coefficient* sebagai efek dolar dari laba non ekspektasian pada *return* saham, dan secara tipikal diukur dengan koefisien condongan dalam persamaan regresi *return* saham abnormal terhadap laba non ekspektasian. Sedangkan menurut Nisa (2010) dalam Sonya (2013) *earnings response coefficient* merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi.

*Earnings response coefficient* dapat diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan adalah *cummulative abnormal return* (CAR), sedangkan proksi laba akuntansi adalah *unexpected earnings* (UE). Regresi model tersebut akan menghasilkan *earnings*

*response coefficient* untuk masing-masing sampel yang akan digunakan untuk analisis berikutnya.

Menurut Cho dan Jung (1991) mengklasifikasikan pendekatan teoritis *earnings response coefficient* menjadi dua kelompok yaitu:

- a. Model penilaian yang didasarkan pada informasi ekonomi (*information economics based valuation model*) seperti yang dikembangkan oleh Holthausen dan Verrechia (1998) dan Lev (1989) yang menunjukkan bahwa kekuatan respon investor terhadap sinyal informasi laba (*earnings response coefficient*) merupakan fungsi ketidakpastian dimasa mendatang. Semakin besar *noise* dalam sistem pelaporan perusahaan (semakin rendah kualitas laba), semakin kecil *earnings response coefficient*.
- b. Model penilaian yang didasarkan pada *time series* laba (*time series based valuation model*) seperti dikembangkan oleh Beaver, Lambert dan Morse (1980).

### **3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keresponan Laba**

#### **a. Struktur Modal (*Leverage*)**

Menurut Jang dkk (2007) struktur modal biasanya diprosikan dengan *leverage* yang ada pada perusahaan. perusahaan yang tingkat *leverage*-nya tinggi maka memiliki hutang yang lebih besar dibandingkan modal. Berarti apabila terjadi peningkatan laba maka yang diuntungkan disini adalah *debtholders*, sehingga semakin baik laba pada perusahaan akan berdampak terhadap negatifnya respon pemegang saham, karena adanya anggapan bahwa yang akan diuntungkan yaitu kreditur.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Dhaliwal dkk (1991) yang menunjukkan bahwa struktur modal (*leverage*) berpengaruh dan berhubungan negatif terhadap *earnings response coefficient*. Begitu pula menurut Harris dan Raviv (1990) dalam Murwaningsari (2008) menunjukkan bahwa besarnya hutang menunjukkan kualitas perusahaan serta prospek kurang baik pada masa mendatang. Untuk perusahaan yang memiliki hutang banyak, peningkatan laba akan menguatkan posisi dan keamanan *bondholders* daripada pemegang saham.

#### b. Risiko Sistematis

Risiko sistematis dapat diukur dengan *beta*. Menurut Jogiyanto (2009) *beta* suatu sekuritas menunjukkan risiko sistematisnya yang tidak dapat dihilangkan dengan diversifikasi. Menurut Eduardus (2001) *beta* menunjukkan adanya pengaruh *return* pasar terhadap *return* yang diberikan oleh suatu perusahaan.

*Beta* suatu sekuritas dapat dihitung dengan teknik estimasi yang menggunakan data historis. *Beta* yang dihitung berdasarkan data historis ini selanjutnya dapat digunakan untuk mengestimasi *beta* masa depan. *Beta* historis dapat dihitung dengan menggunakan data historis berupa data pasar (*return* sekuritas dan *return* pasar) sehingga disebut *beta* pasar, data akuntansi (laba perusahaan dan laba indeks) sehingga disebut *beta* akuntansi, dan data fundamental (menggabungkan variabel fundamental) sehingga disebut *beta* fundamental.

Risiko sistematis yang semakin tinggi akan membuat investor merespon negatif terhadap *unexpected return* perusahaan tersebut, sehingga membuat *earnings response coefficient* nya akan semakin rendah (Scott, 2009).

### c. Kesempatan Bertumbuh

Kesempatan bertumbuh yang dihadapi perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. perusahaan yang memiliki kesempatan untuk tumbuh yang lebih besar mempunyai *earnings response coefficient* yang tinggi. Hal ini berarti menunjukkan bahwa semakin besar kesempatan perusahaan untuk bertumbuh maka akan semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk mendapatkan laba atau menambah laba dimasa mendatang.

### d. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva. Ukuran perusahaan dapat menentukan baik tidaknya kinerja perusahaan. Biasanya investor akan lebih percaya kepada perusahaan besar, dikarenakan perusahaan besar mampu meningkatkan kinerja serta kualitas labanya. Jadi, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi kepercayaan investor sehingga meningkatkan *earnings response coefficient*.

### e. Persistensi Laba

Persistensi laba adalah revisi laba yang diharapkan di masa mendatang (*expected future earnings*) yang diimplikasikan oleh inovasi laba tahun berjalan sehingga persistensi laba dilihat dari inovasi laba tahun berjalan yang dihubungkan dengan perubahan harga saham. Scott (2009) mengatakan bahwa semakin permanen perubahan laba dari waktu ke waktu maka semakin tinggi tingkat koefisien respon laba. Hal tersebut menunjukkan bahwa laba yang

diperoleh perusahaan dapat dipertahankan secara terus menerus. Menurut Jang dkk, (2007) semakin tinggi persistensi laba maka semakin tinggi *earnings response coefficient*. Itu artinya laba yang dihasilkan suatu perusahaan berkualitas.

#### f. Likuiditas

Likuiditas mempengaruhi kualitas laba. Artinya semakin tinggi likuiditas maka laba akan semakin berkualitas. Likuiditas diukur dengan *current ratio* dengan membandingkan antara aset lancar dengan kewajiban lancarnya. *Current ratio* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan melunasi kewajiban jangka pendek menggunakan aktiva lancarnya. Sehingga perusahaan yang mempunyai *current ratio* yang tinggi menyebabkan laba yang dihasilkan semakin berkualitas (Jang dkk, 2007).

### **4. Ukuran Perusahaan**

#### ***a. Konsep Ukuran Perusahaan***

Menurut Brigham dan Houston (2001) dalam Silfi (2010) menjelaskan ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan bersih lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Menurut Sujianto (2001) dalam Silfi (2010), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran asset atau besarnya asset yang dimiliki oleh

perusahaan. Senada dengan Abas dalam Dinni (2008), penentuan ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total penjualan, total aktiva, dan jumlah karyawan serta rata-rata total aktiva.

Sedangkan menurut Edilius (1992) skala perusahaan menunjukkan besarnya suatu ukuran (besar atau kecil) dari sesuatu perusahaan atau badan usaha. Home dan Wachowicz dalam Dinni (2008) ukuran perusahaan (*size*) merupakan keseluruhan dari aktiva yang dimiliki perusahaan yang dapat dilihat dari sisi kiri neraca.

Perusahaan pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Menurut BAPEPAM NO 9 Tahun 1995 berdasarkan ukuran perusahaan dapat digolongkan menjadi dua kelompok yaitu:

1. Perusahaan Menengah/Kecil

Merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang :

- a. Memiliki sejumlah karyawan (*total asset*) tidak lebih dari 20 milyar.
- b. Bukan merupakan afiliasi atau dikendalikan oleh suatu perusahaan yang bukan perusahaan menengah atau kecil.
- c. Bukan merupakan reksadana.

2. Perusahaan Menengah/Besar

Merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha. Usaha ini meliputi usaha nasional (milik Negara ataupun swasta) dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

Secara umum perusahaan besar akan memperoleh informasi yang lebih banyak dari perusahaan kecil. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapat sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga untuk memperoleh pinjaman dari kreditur pun akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki profitabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri. Pada sisi lain, perusahaan dengan skala kecil lebih fleksibel dalam menghadapi ketidak pastian, karena perusahaan kecil lebih cepat bereaksi terhadap perubahan yang mendadak.

Perusahaan besar cenderung memiliki kelebihan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan pengendalian internal perusahaan. Sebaliknya perusahaan kecil memiliki kesulitan dalam mengevaluasi pengendalian internal dikarenakan belum mempunyai struktur yang formal atau struktur yang baik dalam pengendalian internal mereka.

Menurut Seniwati (2008), faktor ukuran perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan merupakan faktor penting dalam pembentukkan laba. Perusahaan besar yang dianggap telah mencapai tahap kedewasaan merupakan suatu gambaran bahwa perusahaan tersebut relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba daripada perusahaan yang kecil. Sugiarto dalam Seniwati (2008) menyatakan bahwa perusahaan yang stabil biasanya dapat memprediksi jumlah keuntungan ditahun-tahun mendatang karena tingkat kepastian laba sangat tinggi, sebaliknya bagi perusahaan yang belum mapan, kemungkinan besar laba yang diperoleh juga belum stabil karena kepastian laba lebih rendah.

### ***b. Pengukuran Ukuran Perusahaan***

Beberapa parameter yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya perusahaan dapat dilihat dari jumlah karyawan, total penjualan dalam satu periode, jumlah saham yang beredar dan total aktivasinya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan total aktiva sebagai alat ukur untuk melihat ukuran perusahaan (Collins dan Kothari, 1989).

## **5. Kesempatan Bertumbuh**

### ***a. Konsep Kesempatan Bertumbuh***

Kesempatan bertumbuh menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Kesempatan bertumbuh yang dihadapi perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Menurut Nisa (2003) *growth* adalah pertumbuhan perusahaan, dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Fatmariansi (2013) mengatakan bahwa kesempatan bertumbuh adalah kesempatan perusahaan untuk melakukan investasi pada hal yang menguntungkan. Perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang tinggi akan cenderung membutuhkan dana dalam jumlah yang cukup besar untuk membiayai pertumbuhan tersebut pada masa yang akan datang. Oleh karenanya, perusahaan akan mempertahankan *earning* untuk diinvestasikan kembali pada perusahaan dan pada waktu bersamaan perusahaan diharapkan akan tetap mengandalkan pendanaan melalui utang yang lebih besar (Baskin, 1989 dalam Dwi 2011).

Perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh diharapkan memberikan profitabilitas yang tinggi dimasa datang, dan diharapkan laba lebih persisten.

Penilaian pasar terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan terlihat dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Pemegang saham akan memberikan respon yang lebih besar kepada perusahaan yang mempunyai kesempatan bertumbuh yang tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat tinggi dimasa depan bagi investor (Scoot,2009).

Indikator pertumbuhan itu sendiri sebagaimana yang dikemukakan oleh Gaver dan Gaver (1993) dalam Subekti dan Wijaya Kusuma (2003) dalam Imam Syafi'i (2011), bahwa opsi investasi masa depan dapat ditunjukkan atas kemampuan perusahaan untuk mengeksploitasi kesempatan mengambil keuntungan dibandingkan dengan perusahaan lain yang setara dalam satu lingkungan industrinya. Selain itu opsi investasi masa depan juga ditunjukkan dengan adanya proyek-proyek yang didukung oleh kegiatan riset dan pengembangannya.

Informasi laba perusahaan merupakan gambaran kinerja manajemen perusahaan dalam pengelolaan sumber daya perusahaan. hal ini penting diketahui oleh para investor, karena mereka akan bereaksi terhadap informasi laba. Bagi investor ketika laba tahunan diumumkan mereka akan bereaksi dan akan mengekspektasikan informasi tersebut bersifat "*good news*" atau "*bad news*".

Menurut Zahroh (2006) perusahaan yang terus bertumbuh, dengan mudah menarik modal, ini merupakan sumber pertumbuhan. Maka dari itu informasi laba perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh akan direspon positif oleh pemodal.

Margaretta (2006) menyatakan bahwa penilaian pemodal terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan terlihat dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Pemegang saham akan memberi respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi.

Charitou *et al* (2001) membuat hipotesis yang menyatakan bahwa respon imbal hasil sekuritas terhadap laba tak terduga akan lebih tinggi atau rendah untuk perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang tinggi atau rendah. Hipotesis tersebut didasarkan pada pandangan bahwa implikasi penilaian kejutan laba berhubungan positif dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan imbal hasil (yang lebih tinggi dari biaya modal) dari aktiva-aktivasnya.

#### ***b. Pengukuran Kesempatan Bertumbuh***

Menurut Irham (2011) menyatakan bahwa rasio pertumbuhan yang umum dapat dilihat dari berbagai segi yaitu *sales* (penjualan), *earnings after tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham. Dan juga rasio *firm value to book of PPE*, *Price earning (P/E)*, *market to book value of equity*, dan *market to book value of asset*. Pada penelitian ini kesempatan bertumbuh di ukur dengan *market to book value of equity ratio*. Sebagaimana menurut Bekaert *et al* (2004) dalam Wahyudianawati (2005), menyatakan bahwa *market to book value of equity ratio* merupakan proksi yang sering digunakan untuk mengukur variabel kesempatan bertumbuh. Fatmariyani (2013) menyatakan bahwa rasio ini mencerminkan pasar yang menilai return dari

investasi perusahaan dimasa yang akan datang lebih besar dari return yang diharapkan dari ekuitasnya.

$$\text{MarkettoBookValueRatio} = \frac{\text{NilaiPasarEkuitas}}{\text{NilaiBukuEkuitas}}$$

## **6. Leverage**

### **a. Konsep Leverage**

*Leverage* merupakan penggunaan sumber-sumber pembiayaan perusahaan, baik itu sumber pembiayaan jangka panjang maupun sumber pembiayaan jangka pendek. Menurut Lukman (2004) istilah *leverage* biasanya dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan.

Dengan memperbesar tingkat *leverage* maka hal ini akan berarti bahwa tingkat ketidakpastian (*uncertainty*) dari *return* yang akan diperoleh akan semakin tinggi pula, tetapi pada saat yang sama hal tersebut juga akan memperbesar *return* yang diperoleh. Tingkat *leverage* ini bisa saja berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya, atau dari satu periode ke periode yang lainnya dalam satu perusahaan. Tetapi yang jelas, semakin tinggi *leverage* akan semakin tinggi risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat *return* atau penghasilan yang diharapkan. Istilah risiko disini dimaksudkan dengan ketidakpastian (*uncertainty*) dalam hubungannya dengan kemampuan perusahaan membayar kewajiban-kewajiban tetapnya (*fixed payment obligation*).

Menurut Brigham (2001), mendefinisikan *leverage* sebagai suatu ukuran yang menunjukkan jumlah sejauh mana sekuritas berpenghasilan tetap (hutang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal perusahaan.

Gibson (1990) dalam Oktiyatun 2012 menyatakan bahwa “*the use of debt, called leverage, can greatly affect the level and degree of change in the common earning*”, yang artinya penggunaan hutang, disebut pengungkit, sangat dapat mempengaruhi tingkat derajat dan tingkat perubahan pendapatan saham. Sedangkan menurut Bambang (2001) menjelaskan mengenai *leverage* yaitu sebagai penggunaan aktiva atau dana, dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap.

*Leverage* bertujuan untuk meningkatkan return bagi pemegang saham. Dengan memperbesar unsur *leverage*, maka unsur ketidakpastian return makin tinggi, tapi juga memperbesar kemungkinan pertambahan jumlah *return* yang diperoleh.

Brigham dan Houston (2001) dalam Yenny (2013) menjelaskan bahwa :

1. Penggunaan utang akan memberikan perlindungan pajak, sebagai akibatnya penggunaan utang yang lebih besar akan mengurangi pajak dan menyebabkan makin banyak laba operasi perusahaan yang akan diterima investor.
2. Dalam dunia nyata perusahaan memiliki rasio utang yang meminta utang kurang dari 100% dengan alasan untuk mengurangi dampak potensi kebangkrutan yang buruk.

3. Terdapat batas tingkat penggunaan utang dimana struktur modal optimal terjadi ketika manfaat perlindungan pajak marjinal sebanding dengan biaya-biaya yang berhubungan dengan kebangkrutan manajerial.

Menurut Irham (2011) menjelaskan 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 ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang.

Rasio *leverage* secara umum ada delapan yaitu *debt to total assets*, *debt to equity ratio*, *time interest earned*, *cash flow coverage*, *long-term debt to total capitalization*, *fixed charge coverage*, dan *cash flow adequacy*.

#### ***b. Jenis-jenis Leverage***

Pada umumnya *leverage* dikenal tiga macam, yaitu : *operating leverage*, *financial leverage*, dan *total leverage*.

##### ***1. Operating Leverage***

*Operating leverage* timbul karena adanya *fixed operating cost* yang digunakan didalam perusahaan untuk menghasilkan *income*. Menurut batasan yang diberi dimuka, *fixed operating cost* tidak berubah dengan adanya perubahan volume penjualan. *Operating leverage* dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan di dalam menggunakan *fixed operating cost* untuk memperbesar *earning before interest and taxes* (EBIT).

## 2. *Financial Leverage*

*Financial leverage* timbul karena adanya kewajiban-kewajiban finansial yang sifatnya tetap (*fixed financial charges*) yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. kewajiban-kewajiban yang tetap ini tidaklah berubah dengan adanya perubahan tingkat EBIT dan harus dibayar tanpa melihat sebesar apa pun tingkat EBIT yang dicapai oleh perusahaan. *Financial leverage* dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan kewajiban-kewajiban finansial yang sifatnya tetap untuk memperbesar pengaruh perubahan EBIT terhadap pendapatan per lembar saham biasa (*earning per share/EPS*).

## 3. *Total Leverage*

Pengaruh dari *total leverage* atau pengaruh gabungan dari *operating* dan *financial leverage* atas risiko yang ditanggung oleh perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan *framework* yang sama dengan yang digunakan dalam mengembangkan konsep tentang *operating* dan *financial leverage*. *Total leverage* ini dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan biaya-biaya tetap finansial untuk memperbesar pengaruh perubahan volume penjualan terhadap pendapatan per lembar saham biasa (EPS). Oleh karena itu *total leverage* dapat dipandang sebagai refleksi keseluruhan pengaruh dari struktur biaya-biaya tetap operasi dan biaya tetap finansial perusahaan.

### **c. *Pengukuran Leverage***

Pada penelitian ini *leverage* diukur dengan menghitung *debt ratio* yaitu dengan membandingkan antara total utang dengan total aset dari suatu perusahaan periode tertentu (Dhaliwal *et al*, 1991).

$$Debt\ ratio = \frac{\text{total utang}}{\text{total aset}}$$

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.**  
**Beberapa Penelitian Terdahulu Terkait Variabel yang Mempengaruhi Keresponan Laba**

Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
Margaretta Jati Palupi (2006)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Koefisien Respon Laba	Risiko sistematis, Persistensi laba, Prediktibilitas laba, Kesempatan bertumbuh, Ukuran perusahaan, Resiko kegagalan	Risiko sistematis dan persistensi laba secara signifikan berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba, sedangkan prediktibilitas laba, kesempatan bertumbuh, ukuran perusahaan, dan resiko kegagalan tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.
Lesia Jang, Bambang Sugiarto, dan Dergibson Siagian (2007)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEJ	Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Persistensi Laba, Pertumbuhan Laba, Likuiditas, Kualitas Akrua.	Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Persistensi Laba, Likuiditas, dan Kualitas Akrua berpengaruh signifikan positif terhadap Kualitas Laba yang diprosikan ERC. Sedangkan Pertumbuhan Laba berpengaruh signifikan negatif terhadap Kualitas Laba.
Sri Mulyani, Nur F Asyik dan Andayani (2007)	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Earnings Response Coefficient</i> pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta	Persistensi laba, Struktur modal, Risiko sistematis, Kesempatan bertumbuh, Ukuran perusahaan.	Variabel persistensi laba, struktur modal, risiko sistematis, kesempatan bertumbuh, ukuran perusahaan, berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .

Christine Dwikarya Susilawati (2008)	Faktor-faktor penentu ERC	Ukuran perusahaan, Rasio pengungkitan, Umur perusahaan, Konsentrasi kepemilikan, Metode akuntansi, Profitabilitas & likuiditas, Tipe industri, Tipe audit, Status pendaftaran	ukuran perusahaan, rasio pengungkitan umur perusahaan, konsentrasi kepemilikan, metode akuntansi, tipe industri, tipe audit, status pendaftaran berpengaruh signifikan terhadap ERC dan profitabilitas, likuiditas tidak mempengaruhi ERC secara statis.
Noviyanti Tiolomba dan Erni Ekawati (2008)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Koefisien Respon Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	Beta, Struktur Modal ( <i>Leverage</i> ), Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan.	Beta, Struktur Modal ( <i>leverage</i> ) dan Ukuran Perusahaan secara signifikan berpengaruh negative terhadap <i>ERC</i> sedangkan Pertumbuhan Laba berpengaruh signifikan positif terhadap <i>ERC</i> .
Rizky Indra Pradita (2009)	Pengaruh ALPA, Persistensi Laba Akuntansi, Pertumbuhan Laba akuntansi, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan terhadap ERC pada Manufaktur BEI.	ALPA, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Persistensi laba.	Ukuran Perusahaan, struktur Modal dan pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap ERC. Sedangkan persistensi laba dan ALPA berpengaruh negatif terhadap ERC.
Festy Vita Septyana (2011)	Alokasi pajak antar periode berdasarkan PSAK 46 terhadap koefisien respon laba	Alokasi pajak antar periode, Persistensi laba, Struktur modal, dan besaran perusahaan	Alokasi pajak antar periode berpengaruh negative terhadap ERC. persistensi laba, struktur modal, ukuran perusahaan, berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> .

Indra Subekti, dkk (2011)	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>earnings response coefficient</i> . Pada perusahaan properti dan <i>real estate</i>	<i>Leverage, Beta, Firms Size, dan Market to book value ratio</i>	Variabel <i>beta</i> dan <i>Market to book value ratio</i> memiliki pengaruh terhadap kualitas laba. Sedangkan variabel <i>leverage</i> dan <i>size firm</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas laba
---------------------------	--	---	---

Pada penelitian kali ini berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Indra dkk (2011), perbedaannya yaitu periode yang dipakai. Indra, dkk memakai periode tahun 2004-2008, sedangkan pada penelitian ini menggunakan periode 2009-2012 dan juga pada penelitian ini peneliti memilih variabel *leverage*, ukuran perusahaan, dan kesempatan bertumbuh, serta *leverage* sebagai variabel *intervening*. Yangmana kita ketahui beda periode akan mendapatkan hasil yang berbeda pula dan jaranganya penelitian mengenai keresponan laba terkait variabel diatas yang menggunakan variabel *intervening*.

### C. Hubungan Antar Variabel

#### 1. Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap *Leverage*.

Menurut Ramlall (2009), struktur modal diukur melalui *leverage*. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *leverage* yaitu *growth, size, tangibility of assets, profitability, liquidity, non-debt tax shield, age, dan investment*. Melalui ukuran perusahaan dimana perusahaan besar akan cenderung memiliki sumber pemodalan yang lebih terindetifikasi dan perusahaan yang kecil akan mengalami kesulitan untuk memasuki area pasar modal. Menurut Al-Malkawi (2008) dikarenakan adanya kemudahan akses dalam pasar modal cukup berarti untuk

fleksibilitas dan adanya kemampuan untuk memperoleh dana yang lebih besar, sehingga perusahaan besar memiliki rasio pembayaran yang lebih besar daripada perusahaan yang kecil.

Perusahaan besar biasanya memiliki penjualan yang tinggi sehingga membutuhkan modal yang besar pula, sebaliknya pada perusahaan kecil yang memiliki penjualan yang cenderung rendah kebutuhan modal juga semakin kecil. Titman dan Wesel (1988) dalam Aditya (2011) menjelaskan bahwa biaya langsung kebangkrutan mempengaruhi *leverage* perusahaan, dimana perusahaan besar memiliki *leverage* yang tinggi, sebaliknya biaya kebangkrutan mendapatkan proporsi yang kecil dalam struktur modalnya. Teker *et al.* (2009) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *size* dengan *capital structure*. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Gina (2006) menunjukkan bahwa faktor *size* berpengaruh terhadap *leverage* dengan arah hubungan yang positif. Ini berarti bahwa perusahaan yang mempunyai ukuran yang besar cenderung menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan dana yang besar dan untuk membiayai investasinya. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *financial leverage*.

## **2. Hubungan Kesempatan Bertumbuh terhadap *Leverage*.**

Pada perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi ditandai dengan tingginya kesempatan bertumbuh suatu perusahaan. Ini dapat dilihat dari pergerakan harga saham terhadap nilai buku per lembar saham (Umar, 2008 dalam Achmad, 2013). Perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang tinggi

akan membutuhkan modal yang besar untuk membiayai pertumbuhannya tersebut dimasa yang akan datang. Maka dari itu, perusahaan akan mempertahankan laba untuk diinvestasikan kembali pada perusahaan dan secara bersamaan diharapkan akan tetap mengandalkan pendanaan melalui utang yang lebih besar (Baskin, 1999 dalam Aditya, 2011). Dapat dikatakan bahwa apabila suatu perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang tinggi maka mereka membutuhkan dana atau modal yang lebih besar pula sehingga apabila dana internal yang ada tidak mencukupi untuk membiayainya maka perusahaan akan cenderung melakukan pinjaman untuk mencukupinya.

Menurut Fama dan French (2000) dalam Gina (2006) menjelaskan bahwa kebijakan *leverage* perusahaan akan menurun jika investasi kurang dari *retained earning*. Oleh karena itu perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang tinggi akan menggunakan utang yang besar pula, maka dapat dikatakan bahwa kesempatan bertumbuh memiliki hubungan yang positif dengan *leverage*.

Penelitian yang dilakukan oleh Titman, S dan Wessels (1988) dalam Winy (2003) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *leverage* rasio perusahaan dengan variabel *corporate tax ratio*, *non debt tax ratio*, besaran perusahaan, *future growth opportunity*, *capital market condition*, *inflation rate* dan *earnings volatility*. Dimana hasilnya menunjukkan bahwa hampir semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap *leverage* ratio kecuali variabel *non debt tax* dan *inflation rate*. Penelitian yang dilakukan oleh Seftianne dan Ratih (2011) menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal.

### **3. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Keresponan laba**

Menurut Sujianto (2001) dalam Silfi (2010), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran asset atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Senada dengan Abas dalam Dinni (2008), penentuan ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total penjualan, total aktiva, dan jumlah karyawan serta rata-rata total aktiva.

Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan. Dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aktiva yang kecil (Indriani, 2005 dalam Zahroh dan Utama, 2006).

Perusahaan yang berukuran besar memiliki kinerja dan sistem yang baik untuk mengendalikan, mengelola, mengatur semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Pengendalian, pengelolaan dan pengaturan aset perusahaan yang efektif dan efisien ini berpotensi untuk mendatangkan laba. Hal itulah yang menyebabkan investor lebih memiliki kepercayaan pada perusahaan besar, karena perusahaan besar dianggap mampu untuk terus meningkatkan kinerja perusahaannya dengan berupaya meningkatkan kualitas labanya. Dengan demikian semakin besar ukuran perusahaan yang dilihat dari total aktiva, akan membuat investor semakin merespon positif laba yang diumumkan.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Jang dkk, (2007) yang menyatakan bahwa ukuran berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficients*. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahroh dan Utama (2006) yang menyatakan bahwa perusahaan yang besar akan memiliki *earnings response coefficient* yang tinggi.

#### **4. Hubungan Kesempatan Bertumbuh dengan Keresponan Laba**

Fatmariansi (2013) mengatakan bahwa kesempatan bertumbuh adalah kesempatan perusahaan untuk melakukan investasi pada hal yang menguntungkan. Perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang tinggi akan cenderung membutuhkan dana dalam jumlah yang cukup besar untuk membiayai pertumbuhan tersebut pada masa yang akan datang. Oleh karenanya, perusahaan akan mempertahankan earning untuk di investasikan kembali pada perusahaan dan pada waktu bersamaan perusahaan diharapkan akan tetap mengandalkan pendanaan melalui utang yang lebih besar (Baskin, 1989 dalam Dwi 2011).

Collins dan Kothari (1989) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang lebih besar akan memiliki *earnings response coefficient* yang tinggi pula. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin bertumbuh suatu perusahaan maka akan mendapatkan respon yang baik bagi pemodal. Karena adanya anggapan bahwa kesempatan perusahaan untuk mendapatkan atau menambah laba yang diperoleh suatu perusahaan dimasa yang akan datang semakin tinggi, sehingga investor merespon positif laba yang dihasilkan.

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Novi (2013) yang melakukan pengujian mengenai kualitas laba yang diprosikan dengan *earnings*

*response coefficient*, dimana *market to book value ratio* berpengaruh dan positif signifikan terhadap kualitas laba. Dan penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2012) yang menunjukkan bahwa IOS berpengaruh signifikan positif terhadap kualitas laba. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Collins dan Kothari (1989) yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang tinggi akan menghasilkan *earnings response coefficient* yang tinggi pula.

### **5. Hubungan *Leverage* dengan Keresponan Laba**

Menurut Irham (2011) menjelaskan rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Jadi, apabila perusahaan melakukan pinjaman kepada pihak diluar perusahaan (kreditur) maka akan timbul utang sebagai konsekuensinya dan berarti perusahaan telah melakukan *financial leverage*. Semakin besar utang maka *financial leverage* juga akan semakin besar. Berarti resiko yang dihadapi oleh perusahaan akan semakin besar karena utang tersebut. Perusahaan yang memiliki utang yang lebih besar maka akan mengalami risiko kebangkrutan yang lebih besar dibanding dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang rendah.

Dan dengan adanya ketentuan pada penyelesaian klaim bahwa kewajiban berupa utang harus terlebih dahulu dibayarkan daripada pembagian dividen. Sehingga semakin baik kondisi laba maka semakin rendah respon pasar, ini dikarenakan investor akan beranggapan bahwa yang diuntungkan disini adalah *debtholders* bukan *stakeholders*. Oleh karena itu, investor akan kurang menanggapi berita baik mengenai laba apabila perusahaan tersebut memiliki tingkat *leverage* yang tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa, semakin tinggi

*leverage* suatu perusahaan maka akan semakin rendah pula reaksi pasar terhadap laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan atau *earnings response coefficient* menjadi rendah atau bisa dinyatakan bahwa investor merespon negatif laba yang dihasilkan.

Hasil ini diperkuat dengan penelitian Dhaliwal *et al* (1991) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap koefisien response laba yaitu *earnings response coefficient*. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti (2008) yang menunjukkan bahwa struktur modal yang diprosikan dengan *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*.

#### **D. Kerangka Konseptual**

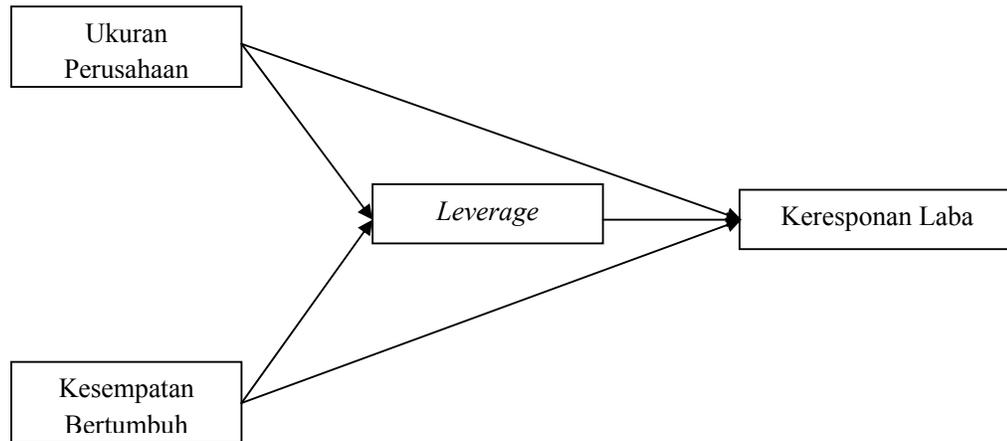
Dengan adanya keresponan laba dapat mengetahui kualitas laba itu baik atau tidaknya yang diukur dengan menggunakan *earnings response coefficient*, yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba. Dimana jika suatu pengumuman laba mengandung informasi, maka pasar akan cepat bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan asset atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan besar memiliki total aktiva yang lebih besar daripada perusahaan kecil. Apabila perusahaan semakin besar maka akan semakin tinggi pula keresponan laba, yang berarti pemodal merespon positif laba yang dihasilkan suatu emiten.

Kesempatan bertumbuh menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Kesempatan bertumbuh yang dihadapi perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Semakin bertumbuh perusahaan maka akan semakin tinggi kesempatan memperoleh laba di masa yang akan datang, ini akan direspon positif oleh pemodal. Semakin tinggi kesempatan bertumbuh suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula keresponan laba, karena pemodal akan merespon positif dari laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

*Leverage* merupakan suatu rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Untuk perusahaan yang cenderung berutang, setiap adanya peningkatan laba akan dirasakan oleh pemberi pinjaman sebagai suatu keamanan. Maka dari itu, apabila terjadinya peningkatan laba investor cenderung menanggapi ini sebagai informasi yang buruk. Dikarenakan apabila terjadinya peningkatan laba ini yang diuntungkan adalah *debtholders* bukan *shareholders*. Jadi, perusahaan yang tinggi *leverage*-nya, maka semakin rendah keresponan laba, karena investor tidak merespon baik laba yang dihasilkannya. Dan juga nantinya akan diteliti mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh terhadap *leverage*. Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *leverage*. Dimana semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula modal pendanaan yang akan dibutuhkan oleh perusahaan tersebut. Sebaliknya perusahaan kecil akan membutuhkan modal yang rendah. Pada kesempatan bertumbuh juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *leverage*. Perusahaan dengan kesempatan

bertumbuh yang tinggi akan membutuhkan dana yang lebih besar pula untuk pertumbuhannya tersebut dimasa yang akan datang, biasanya perusahaan cenderung akan melakukan utang.



**Gambar 1.**  
**Kerangka konseptual**

### **E. Hipotesis**

Berdasarkan teori dan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dibuat beberapa hipotesis terhadap permasalahan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *Leverage*.

H<sub>2</sub>: Kesempatan Bertumbuh berpengaruh signifikan positif terhadap *Leverage*.

H<sub>3</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap Keresponan Laba.

H<sub>4</sub>: Kesempatan Bertumbuh berpengaruh signifikan positif terhadap Keresponan Laba.

H<sub>5</sub>: *Leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap Keresponan Laba.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage* pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2012 dapat mempengaruhi koresponan laba. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *leverage* pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012.
2. Kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh signifikan terhadap *leverage* pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap koresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012.
4. Kesempatan bertumbuh berpengaruh signifikan negatif terhadap koresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012.
5. *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap koresponan laba pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012.
6. Ukuran perusahaan dan kesempatan bertumbuh tidak memiliki pengaruh terhadap koresponan laba melalui *leverage* pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Ketersediaan data laporan keuangan dari tahun 2009-2012 pada perusahaan properti dan *real estate* yang terbatas, dan juga perolehan data mengenai tanggal publikasi laporan keuangan pada tahun 2012 yang tidak lagi dipublikasikan di IDX, sehingga peneliti memakai tanggal penyampaian laporan keuangan.

2. Pada penelitian ini menggunakan jendela pengamatan selama 7 hari yaitu 3 hari sebelum dan sesudah, serta pada hari tanggal publikasi.
3. Pada penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yaitu ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh, dan *leverage*.

### **C. Saran**

Berdasarkan keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka disarankan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti judul yang sama, maka disarankan untuk menambahkan periode penelitiannya dengan cara menambah tahun pengamatan dan sampel sehingga diharapkan dapat meningkatkan keakuratan hasil penelitian.
2. Sebaiknya menambahkan rentang waktu pengamatan harga saham dengan 5 hari atau 7 hari sebelum dan sesudah tanggal publikasi.
3. Bagi investor, dalam melakukan investasi sebaiknya memperhatikan lagi faktor-faktor lain yang mempengaruhi koresponan laba suatu perusahaan seperti risiko sistematis, CSR, GCG, likuiditas, dan kualitas audit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Alhadi Sugiarto. (2013). “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap *Financial Leverage* Menggunakan *Pecking Order Theory* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.
- Aditya Aulia. (2011). “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Leverage* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia”. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Agung Suaryana. (2005). “Pengaruh Komite Audit Terhadap Kualitas Laba”. *Simposium Nasional Akuntansi VIII, Ikatan Akuntan Indonesia*. Kakpm 07.
- Aldera Nurlukmanita. (2012) “Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Struktur Modal”. *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Diponegoro.
- Al-Ajmi, Jasim *et al.* (2009). “*Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain, How they choose which bank to patronize.*” *Internasional Journal of Social Economics, Vol 36 No 11*
- Al-Malkawi, Husam Aldin Nizar. (2008). “*Factor Influencing Corporate Dividend Decision: Evidence From Jordanian Panel Data*”. *International Journal of Business*. 177 – 195.

- Ball, R. Dan Brown, P. (1968). "An Empirical Evaluation Of Accounting Income Numbers". *Journal Of Accounting Research*. Autumn 1968. Vol. 6; 159-178
- Bambang Riyanto. (2001). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi ke empat. Yogyakarta: Yayasan Peberbit Gajah Mada.
- BAPEPAM. (2002) "Pedoman Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik, Industri *Real estate*". Surat Edaran.
- Buferna, Fakher *et al.* (2005). "Determinants Of Capital Structure Evidence from Libya." *Research Paper Series*. The University of Liverpool.
- Brigham, Eugene F. And Joel F. Houston. (2001). *Fundamentals of Financial Management, Ninth Edition, Horcourt College, United States of America*.
- Chaney, P.K. Dan D.C. Jeter. (1991). "The Effect Of Size On The Magnitude Of Long Window Earnings Response Coefficient", *Contemporary Accounting Research*. Vol. 8, No. 2, Pp 540-560.
- Charitou, Andreas, Colin Clubb, dan Andreas Andreou. (2001). "The Effects of Earnings Permanence, Growth, and Firm Size on the Usefulness of cash Flows and Earnings in Explaining Stock Returns." *Journal of Business and Accounting* 28 (5) & (6) : 563-594.
- Cho, Jang Youn Dan Kooyul Jung. (1991). "Earnings Response coefficient: A Synthesis Of Theory And Empirical Evidence." *Journal Of Accounting Literature* Vol. 10 : 85-116.
- Collins. D. W. Dan S. P. Kothari. (1989). "An Analysis Of Intemporal And Cross Sectional Determinants Of Earnings Response Coefficient". *Journal Of Accounting And Economics*. 11: 143-182.
- Christine Dwikarya Suliswati.(2008). "Faktor-faktor Penentu ERC", *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. Vol. 7, No.2, hal. 146-161.
- Dhaliwal, D. S Dan N. L. Farger. (1991). "The Association Between Unexpected Earnings And Abnormal Security Returns In The Presence Of Financial Leverage". *Contemporary Accounting Research*. 8: 20-41.
- Dinni Elly Sartika. (2008). "Pengaruh *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Industry Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta". *Skripsi S-1*. Universitas Negeri Padang.

- Dwi Astarini. (2011). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Perusahaan Terhadap Konservatisme Akuntansi". *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional. Veteran.
- Edilius. (1992). *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Eduardus Tandelilin. (2001). *Analisis Investasi Dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: Bpfe.
- Fama, E *Et al.*(1969). *The Adjustment Of Stock Price To New Information, Internasional Economic Review*. Februari, Hlm. 1-21.
- Fatmariyani.(2013). "Pengaruh Struktur Kepemilikan, *Debt Covenant* dan *Growth Opportunities* Terhadap Konservatisme Akuntansi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI".*Skripsi*. Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
- Festy Vita Septyana. (2011). "Pengaruh Alokasi Pajak Antar Periode Berdasarkan PSAK No. 46 terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi". *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Diponegoro
- Gideon Sb. Boediono. (2005). "Kualitas Laba : Studi Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance* Dan Dampak Manajemen Laba Dengan Menggunakan Analisis Jalur. *Makalah SNA VIII*.
- Gina Astarini. (2006). "Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kebijakan *Leverage* Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI". *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
- Huang, Samuel G. H and Frank M. Song. (2006). "*The Determinants of Capital Structur: Evidence from China.*" *School of Economic and Finance and Centre for China Financial Research. The University of Hong Kong*
- Husnan, Suad. (2005). *Dasar-Dasar Teori Portofolio Dan Analisis Sekuritas*. Edisi Ketiga, Upp Amp Ykpn, Yogyakarta.
- Imam Ghazali. (2007). *Aplikasi Analisis Mutivariat dengan SPSS*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro: Semarang.
- Imam Syafi'i. (2011). "Managerial Ownership, Free Cash Flow, dan Growth Opportunity terhadap Kebijakan Utang". *Media Mahardika*. Vol. 10 No 1 September 2011.
- Indra dkk. (2011). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Earnings ResponseCoefficient* (ERC): Studi pada Perusahaan Properti dan Real

*estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* ISSN 1410-1831. Vol. 16. No. 1, Januari-Juni 2011.

- Irham Fahmi, (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: CV Alfabeta
- Jang, Lesia, Bambang Sugiarto Dan Dergibson Siagian. (2007). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di BEJ”. *Akuntabilitas*. Vol 6 (2). Maret: 142-149.
- Jogiyanto Hartono. (2007). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Keown, Arthur *Et al.* (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. *Alih Bahasa Haryandini*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniati Yuli Ws. (2010). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”. *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lev. (1989). “*On Usefulness Of Earnings : Lesson Ans Directions From Two Decades Of Empirical Research*”. *Journal Of Accounting Research* 27 (Supplement) Pp. 153-192.
- Lukman Syamsuddin. (2004). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Baru Cetakan 8. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mudrajad Kuncoro. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Murwaningsari, Ety. (2008). “Pengujian Simultan: Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (ERC)”. *Simposium Nasional Akuntansi Xi*.
- Nisa Fidyati. (2003). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Perusahaan”. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* Vol. 1 No. 1 Januari, pp. 17-34
- Nisa Fitriyana. (2011). “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap *Earnings Response Coefficient* pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di BEI”. *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Negeri Padang.

- Novi Amelia. (2013). “Pengaruh Risiko Sistematis dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
- Noviyanti Tiolemba dan Erni Ekawati. (2008). “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 4 (2), Agustus: 100-115.
- Oktiyatun. (2012). “Pengaruh *Operating Leverage* dan *Financial Leverage* Terhadap Risiko Sistematis Saham Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”. *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.
- Margaretta Jati Palupi. (2006). “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba Bukti Empiris Pada Bursa Efek Jakarta”. *Jurnal Ekubank*, Vol 3. Melalui ([Http://Akutansiku.Com](http://Akutansiku.Com)).
- Properti Indonesia. (2013). *Saham Properti Makin Bersinar*. (<http://www.propertiindonesia.co.id/2013/01/saham-properti-makin-bersinar/>). 06 Januari 2014 (21.00).
- Rahmat Setiawan. (2006). “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal dalam *Perspectif Pecking Order Theory* Studi pada Industri Makanan dan Minuman di Bursa Efek Jakarta”. *Majalah Ekonomi*, Thn XVI, No. 3, hlm 318-333.
- Ramlall, Indranarain. (2009). “*Determinants of Capital Structure among Non-Quoted Mauritian Firms Under Specificity of Leverage: Looking for a Modified Pecking Order Theory*”. *International Research Journal of Finance and Economic*, Vol. 31, hlm. 83-92.
- Riyatno. (2007). “Pengaruh Kantor Akuntan Publik Terhadap *Earnings Response Coefficient*”. *Jurnal keuangan bisnis*. Vol. 5, No.2, Hal 148–162.
- Rizki Novianti. (2012). “Kajian Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”. *Accounting Analysis Journal*. AAJ 1 (2)
- Rizky Indra Pradita. (2009). “Pengaruh Alokasi Pajak Antar Periode, Persistensi laba Akuntansi, Pertumbuhan Laba Akuntansi Struktur Modal, Besaran Perusahaan Terhadap *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan Manufaktur Yang *Go Public* di BEI”. *Skripsi*. Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

- Sabir, Mahvish and Qaisar Ali Malik. (2012). “*Determinants of Capital Structure, A Study of Oil and Gas Sector of Pakistan.*” *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* Vol 3, No 10.
- Scoot, William R. (2009). *Financial Accounting Theory, 5th Ed.* Canada: Prentice-Hall.
- Seftianne dan Ratih Handayani. (2011). “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur”. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol.13, No.1
- Seniwati Sembiring. (2008). “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Pendanaan Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Bisnis Properti di BEJ”. *Tesis*. Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara. Medan
- Silfi sulfiyah. (2010). *Ukuran Perusahaan*. (<http://silfisoluliyah.blogspot.com/2010/12/ukuran-perusahaan.html>) . 26 Oktober 2013 (15.41).
- Soewardjono. (2005). *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: Bpfe.
- Sofyan Syafri Harahap. (2002). *Teori Akuntansi*. Edisi Delapan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi 10. Jakarta : Rajawali Pers
- Software SPSS Versi 17*
- Sonya Romasari. (2013). “Pengaruh Persistensi Laba, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Alokasi Pajak Antar Periode Terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”. *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Negeri Padang
- Sri Mulyani, Nur F. Asyik, dan Andayani. (2007). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta”. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, Vol. 11, No. 1: 35-45.
- Tara Setyaningtyas. (2009). “Pengaruh Konservatisme Laporan Keuangan, Dan Siklus Hidup Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba”. *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Teker, D, O. Tasseven dan A. Tukel. (2009). “*Determinants of Capital Structure for Turkish Firms: a Panel Data Analysis*”. *International Research Journal of Finance and Economic*, Vol. 29, hlm. 180-187.

Wahyudianawati. (2005). “Pengaruh *Free cash Flow*, Kepemilikan Manajerial dan *Growth Opportunity* terhadap Kebijakan Utang pada Perusahaan Manufaktur yang *listing* di BEJ”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga.

Winy Nurita Yuswantari. (2003). “Pengaruh *Asset Tangibility*, *Profitability*, *Size*, *Business Risk*, dan *Growth Opportunities* Terhadap Kebijakan *Leverage*”. *Tesis Magister Manajemen (tidak dipublikasikan)*. Yogyakarta: Program Pascasarjana UGM.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[Yahoo.finance.com](http://Yahoo.finance.com)

Yenny Wulansari. (2013). “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI”. *Skripsi*. Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Yulius Kurnia Santoso. (2012). *Determinan Koefisien Respon Laba*. Vol. 23, No 3. Hal 153-163

Zahroh Naimah. (2005). “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba dan Koefisien respon Nilai Buku Ekuitas: Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta”. *Majalah Ekonomi*. Th. XV, No. 3, Hal. 221-243.

Zahroh Naimah dan Siddharta Utama. (2006). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba dan Koefisien Respon Nilai Buku Ekuitas: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta”. *Symposium Nasional Akuntansi IX Padang*.