

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era *information age* ini, informasi merupakan sesuatu yang sangat penting. Penting karena mempunyai peran yang besar bagi manusia dan dapat disebut sebagai suatu pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman, instruksi, atau pembelajaran. Informasi dalam kehidupan manusia mencakup berbagai bidang, seperti sosial, budaya, pertahanan, politik, ekonomi dan sebagainya. Pada bidang ekonomi, khususnya bidang akuntansi pasar modal, informasi yang relevan, akurat, tepat waktu dan lengkap memungkinkan para investor untuk mengambil keputusan ekonominya secara tepat sehingga dapat menghasilkan *outcome* yang memuaskan.

Laporan keuangan merupakan salah satu informasi yang wajib dipublikasikan sebagai sarana pertanggungjawaban pihak manajemen terhadap pengelolaan sumber daya pemilik, serta memberikan informasi yang memungkinkan pihak-pihak luar manajemen untuk mengetahui kondisi serta untuk menggambarkan kinerja perusahaan. Informasi yang tercantum dalam laporan keuangan merupakan acuan bagi para pengguna informasi dalam memberikan pandangan terhadap perusahaan yang bersangkutan, sehingga perusahaan harus menyajikan informasi yang dapat dipercaya, lengkap dan tepat waktu. Hal tersebut memungkinkan pengguna informasi untuk melakukan pengambilan keputusan ekonomi secara tepat. Keputusan yang tepat

diambil oleh pengguna informasi seperti investor sebelum berinvestasi akan berdampak pada timbal balik sesuai dengan harapan.

Salah satu informasi keuangan dalam laporan keuangan yang paling banyak diperhatikan dan dinantikan informasinya adalah laporan laba rugi, suatu laporan yang memberikan informasi mengenai laba (*earnings*) yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode. Agar dapat dijadikan sebagai alat pengambil keputusan yang andal, laporan laba rugi harus memiliki informasi yang bernilai. Informasi dikatakan bernilai jika publikasi atas informasi tersebut menyebabkan bergerakaknya reaksi pasar. Dalam bahasa teknis pasar modal, istilah reaksi pasar ini mengacu pada perilaku investor dan pelaku pasar lainnya untuk melakukan transaksi (baik dengan cara membeli atau menjual) saham sebagai tanggapan atas keputusan penting emiten yang disampaikan ke pasar. Pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur reaksi pasar atau investor adalah koefisien respon laba atau *earning response coefficient*.

Menurut Ball dan Brown (dalam Fauzan dan Purwanto, 2017) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *earning announcement* atau pengumuman informasi laba perusahaan dengan perubahan harga saham. *Earning response coefficient* merupakan sebuah refleksi atau cerminan dari respon investor atas informasi yang terkandung di komponen laba. Menurut Scott (dalam Fauzan dan Purwanto, 2017) ERC dapat didefinisikan sebagai sebuah estimasi atau pengukuran dari tingkat *abnormal return* sekuritas dalam merespon komponen laba akuntansi yang tidak terduga atau *unexpected earnings* yang dilaporkan perusahaan yang menerbitkan sekuritas.

Laba yang dipublikasikan oleh perusahaan dapat menimbulkan reaksi investor yang berbeda-beda, yang menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba yang diungkapkan. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan kata lain, laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of response*). ERC merupakan ukuran tentang besarnya *return* pasar sekuritas sebagai respon komponen laba tidak terduga yang dilaporkan perusahaan penerbit saham.

Naik turunnya harga saham sektor pertambangan dipasar modal yang tidak normal akibat dari laba yang dihasilkan dipasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Di sisi lain fenomena yang terjadi pada kinerja saham-saham pada sektor pertambangan ditahun 2016 mulai bangkit, Badan Pusat Statistik (BPS) juga mencatat, seluruh sektor lapangan usaha pada tahun lalu tumbuh positif, termasuk sektor pertambangan pada tahun 2016 tumbuh 1,06% year on year (YoY) dibandingkan tahun 2015 negatif 3,26 persen. Pada tahun 2019 sektor pertambangan menjadi salah satu sektor yang paling tertekan, maka dari itu sektor pertambangan memiliki potensi untuk diteliti dalam penelitian ini. Seiring dengan peningkatan harga di pasar global, industri batu bara pada tahun 2017 menunjukkan performa yang mengembirakan, seperti dialami juga oleh PT Adaro Energy Tbk (ADRO). Meskipun demikian, saham emiten batu bara yang tercatat di Bursa Efek Indonesia ini kembali terhempas dalam setelah indeks pertambangan pada kemarin, Rabu 7 Maret 2018 mencatatkan penurunan hingga 2 persen.

Masih stabilnya permintaan batu bara global terutama di China dan India memberikan dampak positif pada pergerakan harga batu bara global, sehingga berdampak pada kenaikan pendapatan Adaro sepanjang 2017. Efeknya juga terasa pada pencapaian laba bersih Adaro yang naik 45 persen menjadi US\$483 juta pada 2017 dari US\$334 juta pada 2016.

Sementara pada perdagangan Rabu 7 Maret 2018, harga saham ADRO dibuka menguat 1,28 persen ke level Rp2.360 per saham. Namun, hingga akhir perdagangan kemarin, saham ADRO turun cukup dalam ke level harga Rp2.160 per saham atau turun 7,29 persen. Penurunan saham ADRO pada kemarin juga seiring dengan penurunan semua sektor di Bursa Efek Indonesia. Adapun sektor mining sendiri mencatatkan penurunan terbesar hingga penutupan perdagangan, yaitu turun 3,6 persen. Penurunan semua sektor pada kemarin mengakibatkan indeks harga saham gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia merosot cukup dalam sebesar 2,03 persen.

Hingga pembukaan perdagangan pagi ini 8 Maret 2018, harga saham ADRO kembali melanjutkan penurunan. Setelah dibuka stagnan di Rp2.160, kini hingga pukul 9:58 WIB, harga saham ADRO turun 4,68 persen ke Rp2.060. Bahkan, saham ini sempat menyentuh level terendah intraday Rp1.995.

<https://www.bareksa.com/id/text/2018/03/08/saham-adro-lanjut-turun-meski-laba-2017-naik-ini-analisisnya/18641/analysis> | Diposting pada: Kamis, 8 Maret 2018 10.15 WIB | Diakses pada: Rabu, 29 Juli 2020 22.30 WIB).

Saham sektor pertambangan mencatatkan pertumbuhan tertinggi tahun ini. Indeks sektor pertambangan naik sebesar 21,56% year to date hingga 9 Oktober 2018.

Padahal pada periode yang sama, IHSG melorot 8,79%. Harga saham Bayan Resources (BYAN), Bukit Asam (PTBA), Indo Tambangraya Megah (ITMG) dan Vale Indonesia (INCO) menjadi saham tambang dengan return tertinggi. Dari sisi performa saham, keempat saham itu juga mencetak kenaikan signifikan, yaitu masing-masing 96,07%, 98,14%, 34,57 dan 20,14%.

Mino, analis Indo Premier Sekuritas, mengatakan, harga saham-saham tambang tersebut naik berkat fundamental perusahaan. Kinerja keuangan di semester I-2018 cukup bagus dan ada emiten yang melakukan aksi korporasi. Tengok saja, BYAN berhasil membukukan kenaikan pendapatan sebesar 97% year on year (yoy) menjadi US\$ 837 juta per Juni 2018. Laba bersih juga melonjak 123% menjadi US\$ 121,48 juta. Pendapatan PTBA juga tumbuh 17% yoy menjadi Rp 10,53 triliun. Laba naik 33% jadi Rp 2,57 triliun. Harga komoditas yang cukup tinggi mendorong harga saham tambang naik. "Harga batubara dalam setahun terakhir naik 15,80% dan harga nikel naik 18,80%," papar Mino, Selasa (9/10). (<https://investasi.kontan.co.id/news/saham-saham-sektor-tambang-masih-jadi-jawara-bursa> | Diposting pada: Rabu, 10 Oktober 2018 11.02 WIB | Diakses pada: Rabu, 29 Juli 2020 22.30 WIB).

PT Bukit Asam Tbk (PTBA) membukukan kinerja positif sepanjang sembilan bulan pertama 2018. Hal itu didukung kenaikan volume produksi dan harga jual rata-rata. Mengutip laporan keuangan perseroan yang disampaikan ke Bursa Efek Indonesia (BEI), Rabu (14/11/2018), PT Bukit Asam Tbk mencatatkan laba yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar Rp 3,92 triliun hingga akhir

September 2018. Laba perseroan tumbuh 49,66 persen dari periode sama tahun sebelumnya Rp 2,62 triliun.

Kenaikan laba didukung pertumbuhan pendapatan usaha sebesar 20,68 persen. Perseroan membukukan pendapatan Rp 16,03 triliun hingga akhir September 2018 dari periode sama tahun sebelumnya Rp 13,28 triliun. Beban pokok pendapatan naik 14,59 persen menjadi Rp 9,36 triliun hingga akhir kuartal III 2018. Hal itu mendorong laba kotor tumbuh 30,42 persen menjadi Rp 6,66 triliun.

Perseroan mencatatkan kenaikan pendapatan lainnya dari Rp 13,74 miliar hingga akhir kuartal III 2017 menjadi Rp 144,36 miliar hingga akhir kuartal III 2018. Penghasilan keuangan naik menjadi Rp 182,41 miliar hingga akhir kuartal III 2018 dari periode sama tahun sebelumnya Rp 56,69 miliar. Laba dari entitas ventura naik menjadi Rp 120,70 miliar. Laba usaha perseroan tumbuh 39,86 persen menjadi Rp 5,17 triliun hingga akhir September 2018. Dengan melihat kinerja itu, perseroan mencatatkan laba per saham naik menjadi 373 hingga akhir September 2018 dari periode sama tahun sebelumnya 249. (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3692387/hingga-kuartal-iii-2018-bukit-asam-kantongi-laba-rp-39-triliun> | Diposting pada: Rabu, 14 November 2018 20.44 WIB | Diakses pada: Rabu, 29 Juli 2020 22.30 WIB).

Walaupun informasi laba merupakan hal yang paling direspon oleh investor karena memberikan gambaran mengenai hasil operasi perusahaan, tetapi informasi laba saja tidak cukup untuk dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan investor karena adanya kemungkinan informasi tersebut tidak sesuai dengan kenyataan kondisi perusahaan. Untuk menghindari pengambilan keputusan yang salah, investor juga

harus memperhatikan hal-hal lain yang tidak diungkapkan pada informasi laba, seperti pengungkapan Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki efisiensi operasional yang baik, sehingga memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Semakin tinggi tingkat profitabilitas sebuah perusahaan maka diharapkan semakin tinggi *earning response coefficient*. Pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap ERC pernah dilakukan oleh Zahroh dan Utama (2006) dalam Fauzan dan Purwanto (2017) yang menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi juga memiliki nilai ERC yang tinggi. Penelitian tersebut mendukung teori sinyal, dimana informasi terkait tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan sebuah sinyal bahwa perusahaan tersebut menjanjikan keuntungan yang tinggi sehingga direspon secara cepat oleh para investor.

Prospek pertumbuhan sebuah perusahaan adalah sebuah kesempatan bertumbuhnya perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang sedang bertumbuh memiliki pertumbuhan margin, penjualan dan laba yang juga tinggi (Porter, 1980 dalam Fijrijanti dan Hartono, 2001 dalam Fauzan dan Purwanto, 2017). Penilaian kemungkinan perusahaan yang sedang bertumbuh dapat dicerminkan melalui penilaian pelaku pasar (pemegang saham/investor) dari harga saham yang terbentuk sebagai sebuah nilai ekspektasi atas manfaat yang akan diterima di masa mendatang (Tandelilin:2010,371 dalam Fauzan dan Purwanto, 2017). Apabila perusahaan terus bertumbuh maka akan menarik respon positif dari investor lebih besar karena harapan keuntungan yang akan didapatkan dari perusahaan semakin tinggi sehingga akan menaikkan koefisien respon laba perusahaan tersebut.

Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi menjadi sebuah sinyal yang baik kepada para stakeholder, dan apabila mereka tertarik akan mudah menarik modal, terutama modal dari para investor. Hal ini terjadi karena terdapat informasi terkait tingkat pertumbuhan yang tinggi sehingga akan mendapatkan respon yang baik dari para investor yang ingin mendapatkan keuntungan dari perusahaan tersebut. Penelitian tentang pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap ERC telah dilakukan oleh Zahroh dan Utama (2006), Murwaningsari (2008) dan Collins dan Kothari (1989) dalam Fauzan dan Purwanto (2017) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan mempengaruhi *earning response coefficient*.

Rasio leverage merupakan proporsi total hutang terhadap *equitas* pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat dilihat resiko tak tertagihnya suatu utang (Luciana dan Ikka, 2007).

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ratna Wijayanti Daniar Paramita (2012) pengaruh leverage terhadap Earning Response Coefficient (ERC) yang tidak signifikan. Hasil pengujian ini tidak sejalan dengan penelitian Etty (2008) yang menunjukkan hasil yang negatif signifikan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (Suatu Kasus Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Bagaimana Pertumbuhan Perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Bagaimana Profitabilitas pada perusahaan sektor pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Bagaimana *Leverage* pada perusahaan sektor pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Bagaimana *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI).
5. Seberapa besar pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
6. Seberapa besar pengaruh Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
7. Seberapa besar pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
8. Seberapa besar pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui Pertumbuhan Perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui Profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui *Leverage* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
6. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh Profitabilitas terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
7. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

8. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan untuk bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang kajian Akuntansi keuangan mengenai *Earning Response Coefficient*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengaruh positif bagi pihak yang berkepentingan dan yang membutuhkan, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi guna memperoleh gelar Sarjana ekonomi serta memberikan kegunaan dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* bagi penulis.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi bagi Perusahaan Pertambangan manufaktur dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengukur

kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di masa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang terkait dengan masalah sejenis, serta untuk penelitian selanjutnya mengenai topik yang sama.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian pada perusahaan sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 untuk memperoleh data sesuai dengan objek yang akan diteliti. Pengambilan sumber data diperoleh dari internet melalui situs web www.idx.co.id.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pertumbuhan Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan suatu cerminan dari suatu perusahaan. Pertumbuhan yang terjadi pada suatu perusahaan akan memberikan dampak yang positif bagi beberapa pihak, baik internal maupun eksternal.

Mohammad Nur Fauzi (2015) menyatakan sebagai berikut:

“Pertumbuhan perusahaan yang tinggi mencerminkan semakin luasnya jangkauan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, karena terjadi peningkatan terhadap aset atau penjualan perusahaan.”

Pengertian pertumbuhan perusahaan menurut Dewi Nadia (2014), yaitu:

“Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size, yang dapat diproksikan dengan adanya peningkatan aktiva, ekuitas, laba, dan penjualan.”

Pengertian pertumbuhan perusahaan menurut AA. Gunawan (2013) adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan perusahaan adalah bertambahnya aset atau ukuran perusahaan. Perusahaan yang sedang tumbuh akan tercermin dari tingkat pertumbuhan penjualan atau pendapatan perusahaan tersebut yang terus meningkat.”

Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat berdasarkan rasio pertumbuhan.

Menurut Irham Fahmi (2015:137) rasio pertumbuhan adalah sebagai berikut:

“Rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum.”

2.1.1.2 Manfaat Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan, perusahaan mencerminkan pertumbuhan sumber daya berupa aset yang dimiliki perusahaan dan diukur dari perbedaan nilai total aset setiap tahun. Pertumbuhan perusahaan menunjukkan alokasi investasi aset yang dilakukan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan ini tentunya membutuhkan dana yang memadai. Berdasarkan pecking order theory, perusahaan akan cenderung menggunakan dana internal terlebih dahulu, baru kemudian menggunakan dana eksternal (hutang). Ketika perusahaan melakukan investasi dalam jumlah yang tinggi sehingga melebihi jumlah laba ditahan, maka akan terjadi peningkatan hutang.

2.1.1.3 Pengukuran Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Irham Fahmi (2015:137), rasio pertumbuhan dapat dilihat dari berbagai segi yaitu sebagai berikut:

“Rasio pertumbuhan yang umum, dapat dilihat dari berbagai segi yaitu dari segi sales, earning after tax (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham.”

Adapun menurut Susanto (2005:391), macam rasio pertumbuhan adalah sebagai berikut:

“Pada dasarnya rasio pertumbuhan terdiri dari:

- a. Rasio pertumbuhan penjualan
- b. Rasio laba bersih
- c. Rasio laba per saham”

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Rasio pertumbuhan penjualan, rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.
2. Rasio laba bersih, rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan bersih dibandingkan dengan total keuntungan secara keseluruhan.
3. Rasio laba per saham, rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh laba per lembar saham dibandingkan dengan total laba per lembar saham secara keseluruhan.

Adapun growth opportunity menjelaskan bagaimana prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Growth opportunity yang dihadapi perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan.

Tandelilin (2010:314) menyatakan bahwa growth opportunity adalah:

“Kemampuan perusahaan untuk berkembang di masa depan dengan memanfaatkan peluang investasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan”.

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011:157):

“*Price to book value* menggambarkan seberapa besar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. *Price to book value* adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham diperdagangkan di bawah (*undervalued*) atau di atas (*overvalued*) nilai buku saham tersebut. *Price to book value* digunakan untuk memproksi *growth opportunities*”.

Menurut Sartono (2008:216) menjelaskan bahwa:

“Perusahaan yang baru berdiri atau perusahaan kecil pada tahap pertumbuhan mengalami kenaikan penjualan yang menuntut adanya penambahan aset, karena pertumbuhan tidak akan terjadi seperti yang diharapkan tanpa kenaikan pada asetnya. Lebih dari itu pertumbuhan pada aset tersebut biasanya didanai dengan penambahan hutang atau modal baru.”

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *growth opportunity* adalah suatu prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang yang dapat dijadikan indikator penilaian pasar dari investor atas perusahaan tersebut yang dianggap dapat memberikan nilai manfaat di masa mendatang. Perusahaan yang memiliki tingkat kesempatan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi pula bagi investor karena pertumbuhan perusahaan merupakan tanda bahwa adanya perkembangan perusahaan serta memiliki aspek yang menguntungkan dan investor pun akan mengharapkan adanya tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi yang dilakukan.

Pertumbuhan perusahaan merupakan penilaian pasar (investor atau pemegang saham) terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan yang tampak dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Variabel ini diukur dengan *price to book value* masing-masing

perusahaan pada akhir periode laporan keuangan. Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:157), PBV dihitung dengan rumus:

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

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

Menurut Agus Sartono (2010:122), definisi profitabilitas adalah :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen”.

Sedangkan menurut Kasmir (2014:115), profitabilitas adalah :

“Suatu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva ataupun modal sendiri”.

Kasmir juga menyatakan bahwa profitabilitas memberikan ukuran kemampuan tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

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

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

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

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

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

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

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

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar menurut Kasmir (2014:197) adalah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sedangkan manfaat yang diperoleh penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2014:198) adalah:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.2.3 Pengukuran Profitabilitas

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

Menurut Kasmir (2014:115) secara umum terdapat lima jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

1. "Profit Margin (Profit Margin on Sale).
2. *Return on Investment* (ROI).
3. *Return on Equity* (ROE).
4. Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share).

5. Rasio Pertumbuhan”.

Dari kutipan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

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

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

2. *Return on Investment* (ROI)

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

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

3. *Return on Equity* (ROE)

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

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

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

Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:

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

Sedangkan menurut Sartono (2010:123), jenis-jenis profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. "*Gross Profit Margin*."
2. "*Net Profit Margin*."
3. "*Profit Margin*."

4. *Return on Investment* atau *Return on Assets*.
5. *Return on Equity*".

Dari kutipan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui persentase laba kotor dari penjualan perusahaan.

Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak. Rumusnya sebagai berikut:

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

3. *Profit Margin*

Profit Margin digunakan untuk menghitung laba sebelum pajak dibagi total penjualan. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

4. *Return on Investment* atau *Return on Assets*

Return on Investment atau *Return on Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return on Investment/Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

5. *Return on Equity*

Return on Equity mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

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

Selanjutnya rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara menurut I Made Sudana (2012:22), berikut adalah cara untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan:

- a. *“Return On Assets (ROA)*
- b. *Return On Equity (ROE)*
- c. *Profit Margin Ratio*
- d. *Basic Earning Power”*

Adapun penjelasan diatas adalah sebagai berikut:

1. *Return On Assets (ROA)*

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan

dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, besar semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Assets}}$$

2. *Return On Equity (ROE)*

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Equity}}$$

3. *Profit Margin Ratio*

Profit margin rasio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. Profit margin ratio dibedakan menjadi:

a. *Net Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan. NPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Sales}}$$

b. *Operating Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi dengan produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba. OPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Earning Before Interest and Taxes}}{\text{Sales}}$$

c. *Gross Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh bagian produksi. GPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}}$$

4. *Basic Earning Power*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan kata lain rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan seluruh investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dengan kata lain rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak. Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Earning Before Interes}}{\text{Total Assets}}$$

Return On Equity (ROE) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa efektif ekuitas yang diberikan oleh para pemodal dan dikelola oleh pihak manajemen untuk beroperasi menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi nilai ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba. Dengan meningkatnya laba perusahaan, maka harga saham pun akan meningkat dan dengan begitu return yang didapat juga semakin besar.

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim (2012:124) ROE yaitu:

“Rasio ini mengukur kemampuan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.”

Dari penelitian ini, penulis menggunakan ROE, karena ROE merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal

sendiri, rasio ini dianggap paling tepat di antara rasio profitabilitas lainnya dalam hubungan dengan return saham karena di bagian akun modal terdapat juga akun modal saham, yang merupakan modal pemegang saham.

Berdasarkan uraian diatas, Semakin tinggi Return On Equity akan semakin baik karena memberikan tingkat kembalian yang lebih besar pada pemegang saham. Hal ini mempengaruhi investor dalam memprediksi laba dan memprediksi resiko dalam investasi sehingga akan memberikan dampak pada kepercayaan investor terhadap perusahaan.

2.1.3 Leverage

2.1.3.1 Pengertian *Leverage*

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana (source of funds) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Sartono, 2008:257). *Leverage* adalah suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva dan atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang dan atau saham istimewa) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimisasi kekayaan pemilik perusahaan.

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

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

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

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

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

2.1.3.2 Tujuan *Leverage*

Penggunaan rasio *leverage* digunakan oleh perusahaan dengan tujuan yang berbeda-beda, setiap perusahaan memiliki cara dalam menggunakan rasio solvabilitas atau *leverage ratio*.

Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* menurut Kasmir (2013:153), di antaranya :

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditur).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang

- bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dan modal.
 4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
 5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
 6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
 7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

Dari definisi di atas dapat dijelaskan bahwa tujuan rasio *leverage* yaitu untuk mengetahui posisi perusahaan kepada kreditur dan menilai seberapa besar kemampuan dan pengaruh utang terhadap perusahaan.

2.1.3.3 Manfaat *Leverage*

Penggunaan *leverage* ratio memiliki beberapa manfaat menurut Kasmir (2013:154) manfaat *leverage* ratio adalah:

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

Dari definisi di atas dapat dijelaskan bahwa manfaat rasio *leverage* yaitu untuk

menganalisis posisi perusahaan kepada kreditur dan menilai seberapa besar kemampuan dan pengaruh utang terhadap perusahaan.

2.1.3.4 Pengukuran *Leverage*

Ada beberapa rumus yang biasa dipergunakan untuk mengukur rasio *Levegage*,

Fahmi (2010:155):

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

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

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

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

2. *Debt to Equity Ratio*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan equitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk seluruh utang

dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang tersedia peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Rumus untuk mencari *Debt to Equity Ratio*:

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

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

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

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

4. *Time Interest Earned Ratio*

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

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

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

5. *Fixed Charge Coverage*

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

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

Dari semua rasio *leverage*, penulis akan menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER) karena menunjukkan perbandingan antara hutang yang diberikan oleh kreditor dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Dengan *Debt Equity Ratio* (DER) yang tinggi perusahaan menanggung resiko kerugian yang tinggi tetapi untuk memperoleh dampak yang meningkat. Sehingga *Debt Equity Ratio* (DER)

yang tinggi merespon pada peningkatan laba, berarti memberikan efek keuntungan bagi perusahaan.

2.1.4 *Earning Response Coefficient*

2.1.4.1 Pengertian *Earning Response Coefficient*

Umumnya dalam mengetahui kualitas laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient*, yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba.

Pengertian Koefisien Respon Laba (*Earnings Response Coefficient*) menurut Cho dan Jung (1991) adalah sebagai berikut:

Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar unexpected earnings terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi abnormal returns saham dan unexpected earning.

Cho dan Jung (1991) mengklasifikasi pendekatan teoritis ERC menjadi dua kelompok yaitu (1) model penilaian yang didasarkan pada informasi ekonomi (information economics based valuation model) seperti dikembangkan oleh Holthausen dan Verrechia (1988) dan Lev (1989) yang menunjukkan bahwa kekuatan respon investor terhadap sinyal informasi laba (ERC) merupakan fungsi dari ketidakpastian di masa mendatang. Semakin besar noise dalam system pelaporan perusahaan (semakin rendah kualitas laba), semakin kecil ERC dan (2) model penilaian

yang didasarkan pada time series laba (time series based valuation model) seperti dikembangkan oleh Beaver, Lambert dan Morse (1980).

2.1.4.2 Manfaat *Earning Response Coefficient*

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

2.1.4.3 Pengukuran *Earning Response Coefficient*

ERC adalah koefisien yang didapatkan dari *unexpected earnings* dengan *abnormal return* (Sari, Paramita dan Taufiq, 2018). Perhitungan *ERC* dilakukan dengan beberapa tahap menurut (Sari et al., 2018):

- 1) Menghitung *return* harian saham perusahaan dan indeks pasar.

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

$$R_{mt} = \frac{IHS_{Gt} - IHS_{Gt-1}}{IHS_{Gt-1}}$$

Keterangan:

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

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

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

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

IHS_{Gt} = Indeks Harga Saham Gabungan pada hari ke t

IHS_{Gt-1} = Indeks Harga Saham Gabungan pada hari ke t-1

- 2) Menghitung *Abnormal Return* (AR) dengan rumus:

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

Keterangan:

AR_{it} = *Abnormal Return* untuk perusahaan i pada hari ke t

- 3) Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR)

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

Keterangan:

$CAR_{i(t-3,t+3)}$ = *Cumulative Abnormal Return* perusahaan i pada hari ke t-3 hingga t+3

- 4) Menghitung *Unexpected Earnings* (UE) dengan rumus:

$$UE_{it} = \frac{(EAT_{it} - EAT_{it-1})}{EAT_{it-1}}$$

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

EAT_{it} = Laba setelah pajak perusahaan i pada periode t

EAT_{it-1} = Laba setelah pajak perusahaan i pada periode t-1

- 5) Menghitung ERC dengan rumus:

$$CAR_{i(t-3,t+3)} = \alpha + \beta UE_{i,t} + \varepsilon$$

Keterangan:

α = Konstanta

β = Nilai ERC

ε = Error

2.1.5 Penelitian Terdahulu

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

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nyoman Sutrisna Dewi, I Ketut Yadnyana (2019)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Pada <i>Earning Response Coefficient</i> Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi	Profitabilitas berpengaruh negatif pada <i>Earning Response Coefficient</i> . Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi belum tentu menjamin bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif pada <i>Earning Response Coefficient</i> . Tingginya tingkat <i>leverage</i> yang dimiliki perusahaan dapat mengakibatkan rendahnya respon investor terhadap pengumuman laba.
2	Delvina Hartanto dan Henryanto Wijaya (2019)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC) Dengan Profitabilitas Sebagai Prediktor	<i>Growth</i> (Perumbuhan Perusahaan) tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>earning response coefficient</i> . Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>earning response coefficient</i> .
3	Ewanda Larasati (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	Pertumbuhan perusahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> . Berdasarkan hasil tersebut dijelaskan bahwa nilai pertumbuhan perusahaan yang dimiliki perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> karena informasi nilai pertumbuhan perusahaan

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			tidak menjadi patokan para investor dalam berinvestasi.
4	Popon Widia Astuti (2020)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Earning Response Coefficient</i>	Profitabilitas berpengaruh negatif pada <i>Earning Response Coefficient</i> . Tingginya tingkat profitabilitas dikhawatirkan atau diduga terjadi praktik manajemen laba atau tindakan manipulasi data. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> .
5	Melinda dan Hj. Euis Nurhayati Indri Yuliafitri (2018)	Pengaruh Islamic Social Reporting, Leverage Dan Likuiditas, Terhadap Earnings Response Coefficient Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia	Menurut Jang (2007) perusahaan yang memiliki leverage yang tinggi, laba yang dihasilkannya memberikan keselamatan untuk obligasi dan utangnya. Hal ini merupakan kabar baik bagi debtholder, karena hal ini menandakan bahwa perusahaan mampu melakukan pembayaran atas utang. Bertolak belakang dengan investor, hal tersebut akan direspon negatif oleh investor karena investor beranggapan bahwa laba yang dimiliki akan diutamakan untuk melunasi utang terhadap debtholder daripada melakukan pembagian dividen. Tingginya tingkat leverage mengakibatkan investor takut untuk melakukan investasi dan akan berakibat pada respon pasar yang rendah. Artinya semakin besar tingkat

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			leverage maka akan semakin rendah kualitas laba dari suatu perusahaan tersebut.
6	Anggita Rullyan, Henri Agustin dan Charoline Cheisviyanny (2017)	Pengaruh <i>Default Risk</i> , Profitabilitas dan Resiko Sistematis Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2014)	ERC pada perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah, karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan mampu menyelesaikan operasi yang dijalankan saat ini, yang diindikasikan dengan laba. Dengan kata lain kemampuan manajemen dalam memanfaatkan aset yang dimiliki bagus sehingga akan menghasilkan tambahan laba bagi perusahaan. Laba yang besar akan menarik investor karena perusahaan tersebut akan memiliki tingkat pengembalian yang semakin tinggi. Menurut Hasanzade <i>et al</i> (2013), Rosa (2013) menyatakan bahwa profitabilitas suatu perusahaan terhadap ERC hasilnya berpengaruh positif signifikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan tinggi pula ERC.
7	Muhamad Fauzan dan Agus Purwanto (2017)	PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR, <i>TIMELINESS</i> , PROFITABILITAS,	Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki efisiensi operasional yang

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		<p>PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN RESIKO SISTEMATIK TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur, Properti dan Pertambangan yang Terlisting di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2014)</p>	<p>baik, sehingga memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Semakin tinggi tingkat profitabilitas sebuah perusahaan maka diharapkan semakin tinggi earning response coefficient. Pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap ERC pernah dilakukan oleh Zahroh dan Utama (2006) yang menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi juga memiliki nilai ERC yang tinggi. Penelitian tersebut mendukung teori sinyal, dimana informasi terkait tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan sebuah sinyal bahwa perusahaan tersebut menjanjikan keuntungan yang tinggi sehingga direpson secara cepat oleh para investor.</p>

Berdasarkan dari uraian diatas sampai pada pemahaman penulis bahwa Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient*.

2.2 Kerangka Pemikiran

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

Perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang tinggi akan berusaha untuk dapat meningkatkan laba dan melakukan investasi yang menguntungkan, karena peningkatan laba yang stabil dari suatu perusahaan menunjukkan bahwa pertumbuhan laba perusahaan baik dan investor akan merespon positif perusahaan yang memiliki prospek pertumbuhan yang selalu meningkat kedepannya.

Rasio pertumbuhan (*growth*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Kasmir, 2012:107). Prospek pertumbuhan sebuah perusahaan adalah sebuah kesempatan bertumbuhnya perusahaan di masa mendatang. Muhammad dan Agus (2017) menyatakan bahwa perusahaan yang sedang bertumbuh memiliki pertumbuhan margin, penjualan dan laba yang juga tinggi.

Teori sinyal dalam kaitannya dengan pertumbuhan perusahaan yaitu suatu perusahaan jika tingkat pertumbuhannya tinggi maka akan menarik respon positif dari investor lebih besar karena keuntungan yang akan didapatkan dari perusahaan semakin tinggi sehingga menjadi sebuah sinyal yang baik kepada para investor untuk menanamkan modalnya. Semakin besar pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan laba yang diperoleh perusahaan pada masa yang akan datang. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan tinggi maka pengaruh laba

akuntansi terhadap harga saham akan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan rendah, sehingga akan memiliki nilai *Earnings Response Coefficient* yang tinggi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad dan Agus (2017) dan Rofika (2015) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap ERC sedangkan hal sebaliknya yang dilakukan oleh Rofika (2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.

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

Profitabilitas merupakan rasio yang diperuntukan untuk mengetahui seberapa banyak perusahaan mampu memperoleh laba, tingkat efektivitas manajemen atau efisiensi perusahaan dapat dilihat dengan rasio profitabilitas yang bisa dibuktikan dari laba yang diperoleh dalam penjualan dan investasi (Kasmir, 2016:196). Diah dan Jihen (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berkaitan dengan reaksi pasar atas laba perusahaan. Rasio profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor mampu memberikan *return* yang sesuai. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan menarik perhatian para investor untuk menanamkan dananya. Dimana, investor akan memperoleh *return* dari laba yang dihasilkan perusahaan tersebut.

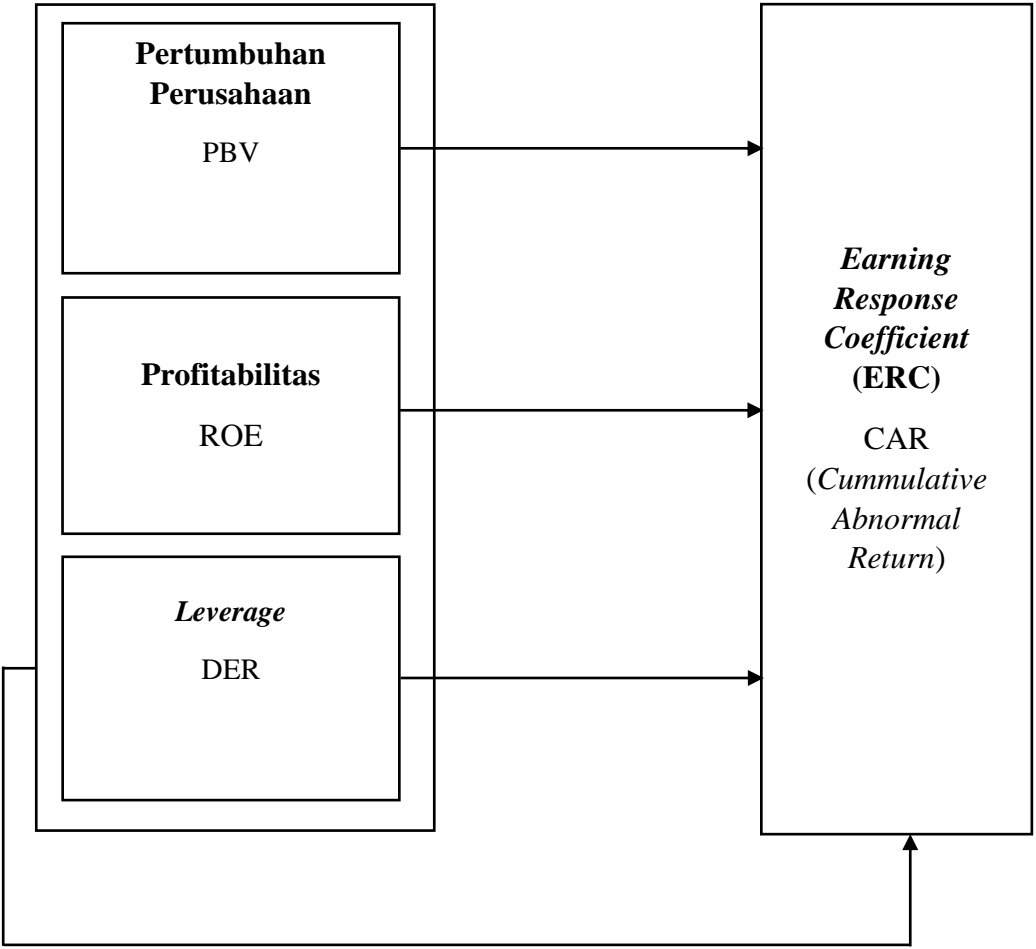
Teori sinyal dalam kaitannya dengan profitabilitas yaitu, jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka secara tidak langsung menunjukkan kemampuan perusahaan tersebut dengan efektivitas kinerja yang tinggi sehingga mampu menghasilkan laba yang besar pula dan para investor akan memberikan sinyal yang positif untuk berinvestasi, karena berasumsi bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi akan menghasilkan laba yang lebih menguntungkan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka laba yang dihasilkan akan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang rendah. Laba yang tinggi akan menaikkan nilai *Earnings Response Coefficient*, sedangkan laba yang rendah akan menurunkan nilai *Earnings Response Coefficient*. Hal ini sesuai dengan temuan-temuan sebelumnya yaitu Diah dan Jihen (2017), I Putu dan Dewa (2017), Diko dan Dini (2016) serta Hasanzade M. (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap ERC sedangkan hal sebaliknya yang ditemukan oleh Merlin dkk (2018), Muhammad dan Agus (2017) dan Gunawan Santosa (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.

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

Menurut Nyoman Sutrisna Dewi (2019) Resiko gagal bayar perusahaan biasanya dilihat dari tinggi rendahnya leverage yang dimiliki. Leverage yaitu alat untuk mengukur seberapa jauh suatu perusahaan bergantung pada utang dalam membiayai aset perusahaan. Penggunaan utang biasanya bertujuan untuk mendukung kegiatan-

kegiatan perusahaan dengan begitu perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih besar. Bagi investor, semakin besar laba yang dihasilkan berarti memperbesar tingkat return yang akan diterima. Oleh karena itu secara tidak langsung penggunaan utang dapat memperbesar laba perusahaan yang berarti menyejahterakan pemegang saham.

Berdasarkan dari uraian diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient*. Untuk menggambarkan pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient*, maka dibuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2014:64) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah tersebut bisa berupa pernyataan tentang hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan (komparasi) atau variabel mandiri (deskripsi). Berdasarkan pendapat tersebut ada empat hipotesis yang penulis ajukan yaitu sebagai berikut:

Hipotesis 1 = Terdapat Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient*

Hipotesis 2 = Terdapat Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earning Response Coefficient*

Hipotesis 3 = Terdapat Pengaruh *Leverage* Terhadap *Earning Response Coefficient*

Hipotesis 4 = Terdapat Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* Terhadap *Earning Response Coefficient*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

3.1.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) objek penelitian adalah:

“Suatu atribut atau nilai dari orang. Objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh penelitian ini untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya”.

Objek dalam penelitian ini adalah Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage sebagai variabel independen dan *Earnings Response Coefficient* sebagai variabel dependen.

3.1.2 Metode Penelitian

Pengertian metode penelitian Menurut Sugiyono (2017:2) adalah:

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara-cara yang dilakukan itu dapat diminati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis”.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif, karena adanya variabel-variabel yang

akan ditelaah hubungan serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, mengenai fakta-fakta hubungannya antara variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2016:8) penelitian kuantitatif adalah:

“Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan”.

Pendekatan penelitian deskriptif menurut Moh. Nazir (2014:43) sebagai berikut:

“Suatu metode dalam penelitian setatus sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi. Gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki”.

Dalam penelitian ini metode deskriptif akan dipakai untuk menjelaskan tentang variabel-variabel Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan *Earning Response Coefficient*. Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

Menurut Moch. Nazir (2014:91) metode Verifikatif adalah:

“Metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas (hubungan sebab-akibat) antara variabel melalui suatu pengujian hipotesis melalui suatu perhitungan statistic sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Penelitian dengan pendekatan verifikatif ini digunakan untuk mengetahui pengaruh rasio Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap *Earning*

Response Coefficient pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2016:38) variabel penelitian adalah:

“Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independent yaitu Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan. Variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient*. Maka definisi dari setiap variabel dan pengukurannya adalah sebagai berikut:

3.2.1.1 Variabel Independen (X)

Menurut sugiyono (2016:39) variabel independent adalah sebagai berikut:

“Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen”.

Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel independen yang diteliti, yaitu Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage.

1. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan (company growth) adalah peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya (Suprانتiningrum, 2013).

2. Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014:115), definisi profitabilitas adalah:

“Rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”.

Profitabilitas merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaannya. Rasio profitabilitas mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional. Profitabilitas dikatakan baik apabila memenuhi target laba yang telah diharapkan. Profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa tingkat kinerja manajemen perusahaan tersebut kurang baik.

3. Leverage

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

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

3.2.1.2 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2016:39) definisi variabel terikat atau variabel dependen adalah:

“Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel terikat (*dependent variabel*) adalah *Earning Response Coefficient* (ERC).

Menurut Suwardjono (2014:493) adalah sebagai berikut:

“Koefisien respon laba adalah kepekaan return saham terhadap setiap rupiah laba atau laba kejutan”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Independen

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<p>Pertumbuhan Perusahaan (X_1)</p>	<p>“Price to book value menggambarkan seberapa besar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Price to book value adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham diperdagangkan di bawah (undervalued) atau di atas (overvalued) nilai buku saham tersebut.</p>	<p><i>Price to Book Value</i></p> $= \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$ <p>(Darmadji dan Fakhruddin, 2011:157)</p>	<p>Rasio</p>

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
	Price to book value digunakan untuk memproksi growth opportunities” (Darmadji dan Fakhruddin, 2011:157)		
Profitabilitas (X_2)	Rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan Kasmir (2014:115)	<i>Return on Equity</i> = $\frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$ Kasmir (2014:115)	Rasio
<i>Leverage</i> (X_3)	Rasio <i>leverage</i> adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan	Debt to Equity Ratio = $\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}}$ Irham Fahmi (2013:127)	Rasio

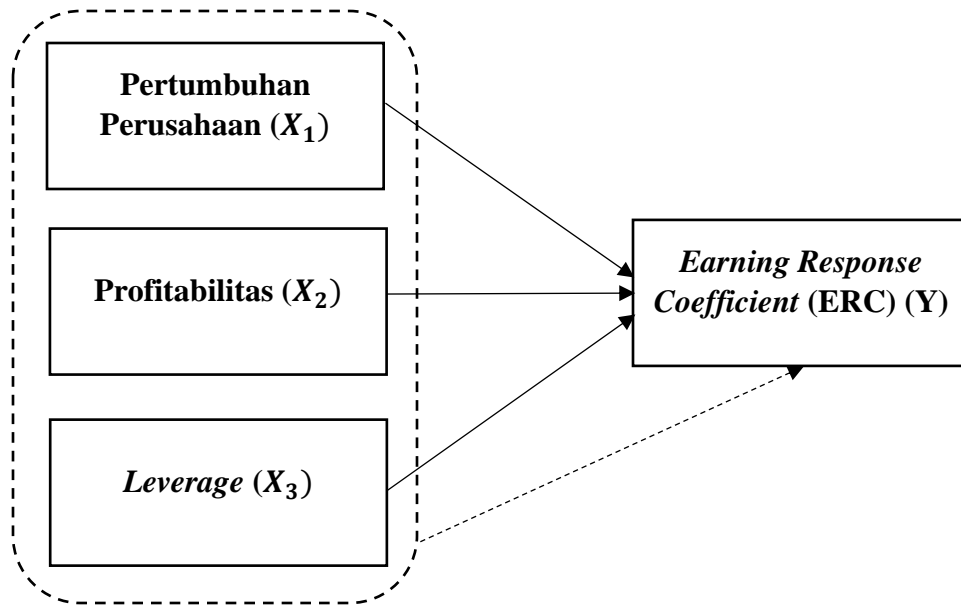
Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
	<p>perusahaan karena akan termasuk ke dalam kategori <i>extreme leverage</i>.</p> <p>Irham Fahmi (2013:127)</p>		
<p><i>Earning Response Coefficient</i></p> <p>(Y)</p>	<p>Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar unexpected earnings terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi abnormal returns saham dan unexpected earning.</p> <p>Cho dan Jung (1991)</p>	<p>1. <i>Cummulative Abnormal Return (CAR)</i></p> $AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$ <p>Keterangan:</p> <p>AR_{it}=Abnormal Return perusahaan i pada hari ke-t</p> <p>R_{it}=Return sesungguhnya perusahaan i pada hari ke-t</p> <p>R_{mt}= Return indeks pasar pada hari ke-t</p>	Rasio

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
		<p data-bbox="885 380 1203 415">2. Unexpected Earning</p> <p data-bbox="927 453 995 489">(UE)</p> $UE_{it} = \frac{E_{it} - E_{it-1}}{E_{it-1}}$ <p data-bbox="885 642 1040 678">Keterangan:</p> <p data-bbox="885 716 1133 751">UE_{it} = Unexpected</p> <p data-bbox="885 789 987 825">Earning</p> <p data-bbox="885 863 1162 898">E_{it} = Laba akuntansi</p> <p data-bbox="885 936 1219 972">actual (laba setelah pajak)</p> <p data-bbox="885 1010 1214 1045">perusahaan i pada tahun t</p> <p data-bbox="885 1083 1175 1119">E_{it-1} = Laba akuntansi</p> <p data-bbox="885 1157 1167 1192">aktual (laba akuntansi</p> <p data-bbox="885 1230 1203 1266">pajak) pada perusahaan i</p> <p data-bbox="885 1304 1045 1339">pada tahun t</p> <p data-bbox="885 1377 1227 1413">3. Earning Response</p> <p data-bbox="927 1451 1170 1486">Coefficient (ERC)</p> $CAR_{it} = \alpha + \beta UE_{it}$ <p data-bbox="885 1598 1040 1633">Keterangan:</p>	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
		CAR_{it} = Akumulasi abnormal return dari perusahaan i UE_{it} = Laba kejutan untuk perusahaan i pada tahun t α = Konstanta β = Koefisien respon laba Cho dan Jung (1991)	

3.2.3 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari kenyataan-kenyataan atau fenomena-fenomena yang ada dan sedang diteliti. Dalam penelitian ini sesuai dengan judul skripsi yang penulis kemukakan “Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient*”, Untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen, model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

—→ : Pengaruh Parsial

-----→ : Pengaruh Simultan

X : Variabel Independen

Y : Variabel Dependen

Gambar 3.1

Model Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan Pertumbuhan Perusahaan (X₁), Profitabilitas (X₂) dan *Leverage* (X₃). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Earning Response Coefficient* (Y), maka hubungan dari variabel-variabel tersebut dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3)$$

Dimana:

(X1) : Pertumbuhan Perusahaan

(X2) : Profitabilitas

(X3) : *Leverage*

(Y) : *Earning Response Coefficient*

Dari pernyataan diatas artinya Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage mempunyai pengaruh dalam memprediksi *Earning Response Coefficient*.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian diatas maka populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

Tabel 3.2

Perusahaan-perusahaan yang Menjadi Populasi Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADRO	Adaro Energy Tbk.

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
2	ANTM	Aneka Tambang Tbk.
3	APEX	Apexindo Pratama Duta Tbk.
4	ARII	Atlas Resources Tbk.
5	ARTI	Ratu Prabu Energi Tbk.
6	BIPI	Astrindo Nusantara Infrasrukt
7	BOSS	Borneo Olah Sarana Sukses Tbk.
8	BRMS	Bumi Resources Minerals Tbk.
9	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk.
10	BUMI	Bumi Resources Tbk.
11	BYAN	Bayan Resources Tbk.
12	CITA	Cita Mineral Investindo Tbk.
13	CKRA	Cakra Mineral Tbk.
14	CTTH	Citatah Tbk.
15	DEWA	Darma Henwa Tbk.
16	DKFT	Central Omega Resources Tbk.
17	DOID	Delta Dunia Makmur Tbk.
18	DSSA	Dian Swastatika Sentosa Tbk.
19	ELSA	Elnusa Tbk.
20	ENRG	Energi Mega Persada Tbk.
21	ESSA	Surya Esa Perkasa Tbk.

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
22	FIRE	Alfa Energi Investama Tbk.
23	GEMS	Golden Energy Mines Tbk.
24	GTBO	Garda Tujuh Buana Tbk.
25	HRUM	Harum Energy Tbk.
26	IFSH	Ifishdeco Tbk.
27	INCO	Vale Indonesia Tbk.
28	INDY	Indika Energy Tbk.
29	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
30	KKGI	Resource Alam Indonesia Tbk.
31	MBAP	Mitrabara Adiperdana Tbk.
32	MDKA	Merdeka Copper Gold Tbk.
33	MEDC	Medco Energi Internasional Tbk.
34	MITI	Mitra Investindo Tbk.
35	MTFN	Capitalinc Investment Tbk.
36	MYOH	Samindo Resources Tbk.
37	PKPK	Perdana Karya Perkasa Tbk.
38	PSAB	J Resources Asia Pasifik Tbk.
39	PTBA	Bukit Asam Tbk.
40	PTRO	Petrosea Tbk.
41	RUIS	Radiant Utama Interinsco Tbk.

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
42	SMMT	Golden Eagle Energy Tbk.
43	SMRU	SMR Utama Tbk.
44	SURE	Super Energy Tbk.
45	TINS	Timah Tbk.
46	TOBA	Toba Bara Sejahtera Tbk.
47	TRAM	Trada Alam Minera Tbk.
48	WOWS	Ginting Jaya Energi Tbk.
49	ZINC	Kapuas Prima Coal Tbk.

Sumber : Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id)

3.3.2 Teknik Sampling

Teknik sampling penelitian menurut Sugiyono (2013:150) adalah teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dikelompokkan menjadi 2 (dua), yaitu Probability Sampling dan Nonprobability Sampling.

Menurut Sugiyono (2013:151-152) pengertian Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sedangkan Nonprobability Sampling menurut Sugiyono (2013:154) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik nonprobability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling.

Menurut Sugiyono (2012:122) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Pemilihan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling adalah tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, oleh karena itu penulis memilih teknik purposive sampling. Berikut ini kriteria-kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian:

1. Merupakan perusahaan yang terdapat di sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2015 sampai 2019.
2. Perusahaan yang terdapat di sektor pertambangan yang mempunyai laporan keuangan dan annual report yang lengkap pada periode 2015 sampai 2019.

Tabel 3.3

Tabel Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019.	49
Perusahaan yang tidak termasuk kriteria	
Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak memiliki data lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(30)

Keterangan	Jumlah
Perusahaan yang terpilih sebagai sampel	19
Total pengamatan (19 × 4 tahun)	76

Sumber : www.idx.co.id (Data diolah)

Setelah dilakukan pemilihan sampel, maka berikut ini nama-nama perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019 yang terpilih dan memenuhi kriteria-kriteria tersebut untuk dijadikan sampel penelitian:

Tabel 3.4

Perusahaan-perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADRO	Adaro Energy Tbk.
2	ANTM	Aneka Tambang Tbk.
3	ARII	Atlas Resources Tbk.
4	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk.
5	BYAN	Bayan Resources Tbk.
6	CITA	Cita Mineral Investindo Tbk.
7	DSSA	Dian Swastika Sentosa Tbk.
8	ELSA	Elnusa Tbk.
9	HRUM	Harum Energy Tbk.
10	INDY	Indika Energy Tbk.

No	Kode	Nama Perusahaan
11	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
12	KKGI	Resources Alam Indonesia Tbk.
13	MBAP	Mitrabara Adiperdana Tbk.
14	MDKA	Merdeka Copper Gold Tbk.
15	MITI	Mitra Investindo Tbk.
16	MTFN	Capitalinc Investment Tbk.
17	PTBA	Bukit Asam Tbk.
18	SMMT	Golden Eagle Energy Tbk.
19	TOBA	Toba Bara Sejahtera Tbk.

Dalam hal ini jumlah sampel yang digunakan oleh penulis sebanyak 8 perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019.

3.4 Data Penelitian

3.4.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang diteliti adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif. Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan, laporan historis yang telah tersusun dalam laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari situs internet, yaitu www.idx.co.id. Data tersebut diolah dan digunakan dalam penelitian ini

bersumber dari laporan keuangan perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Dalam penelitian ini, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu studi kepustakaan dan dokumentasi.

1. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Pada tahap ini, penulis berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan dasar teori dan acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa buku-buku, jurnal, makalah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penulis juga berusaha mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

2. Riset Internet (*Online Reaserch*)

Pada tahap ini, penulis berusaha untuk memperoleh berbagai data dan informasi tambahan dari situs-situs yang berhubungan dengan peneliti.

3.5 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.5.1 Rancangan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:147) teknik analisis data adalah:

“Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

Analisis data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:147) analisis deskriptif adalah:

“Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Tahap-tahap yang dilakukan untuk menganalisis Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan *Earning Responce Coefficient* dalam penelitian ini, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Perusahaan

- a. Menentukan harga saham perusahaan.
- b. Menentukan nilai buku per lembar saham (nilai ekuitas/jumlah saham beredar).

- c. Membagi harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham.
- d. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- e. Menentukan nilai maksimum dan minimum
- f. Menentukan jarak (jarak interval kelas) = $\frac{\text{Nilai Maks}-\text{Nilai Min}}{5 \text{ Kriteria}}$
- g. Menentukan nilai rata-rata setiap variabel penelitian.
- h. Menarik kesimpulan

Tabel 3.5

Kriteria Penilaian Pertumbuhan Perusahaan

Jarak Interval	Kriteria
(-86,99) – (-67,382)	Sangat Rendah
(-67,383) – (-47,774)	Rendah
(-47,775) – (-28,167)	Sedang
(-28,168) – (-8,56)	Tinggi
(-8,57) - 11,05	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah penulis

2. Profitabilitas

- a. Menentukan laba bersih setelah pajak pada perusahaan sektor pertambangan periode pengamatan.
- b. Menentukan jumlah modal saham atau modal sendiri.

- c. Membagi laba bersih dengan jumlah modal.
- d. Menentukan nilai rata-rata profitabilitas untuk seluruh perusahaan selama 5 tahun.
- e. Dengan diperolehnya profitabilitas yang diukur dengan ROE maka dapat menentukan perusahaan kedalam kriteria penilaian.
- f. Menentukan nilai maksimum dan minimum.
- g. Menentukan jarak (jarak interval kelas) = $\frac{\text{Nilai Maks}-\text{Nilai Min}}{5 \text{ Kriteria}}$
- h. Membuat data tabel frekuensi nilai perubahan untuk setiap variabel penelitian:
- i. Menarik kesimpulan berdasarkan kriteria.

Tabel 3.6

Kriteria Penilaian Profitabilitas

Interval	Kriteria
(-282,90%) - (-210,90%)	Sangat Rendah
(-210,91%) - (-138,91%)	Rendah
(-138,92%) - (-66,92%)	Sedang
-66,93%) - 5,07%	Tinggi
5,08% - 77,32%	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah penulis

3. Leverage

- a. Menentukan total hutang yang diperoleh perusahaan pertambahan pada periode pengamatan.

- b. Menentukan total aktiva perusahaan pertambahan pada periode pengamatan.
- c. Menentukan *debt to asset ratio* dengan membagi total hutang dengan total aktiva.
- d. Menetapkan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: Sangat Rendah, Rendah, Sedang, Tinggi, Sangat Tinggi.
- e. Menentukan nilai maksimum dan nilai minimum.
- f. Menentukan jarak (jarak interval kelas) = $\frac{\text{Nilai maks}-\text{Nilai min}}{5 \text{ kriteria}}$
- g. Membuat data tabel frekuensi nilai perubahan untuk setiap variabel penelitian:

Tabel 3.7

Kriteria Penilaian *Leverage*

Interval	Kriteria
0,145 - 0,230	Sangat Rendah
0,231 - 0,315	Rendah
0,316 - 0,400	Sedang
0,401 - 0,485	Tinggi
0,486 - 0,570	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah

4. *Earning Response Coefficient*

- a. Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR) dengan mengakumulasikan return tidak normal (selisih antara return sesungguhnya dengan yang terjadi dengan *return* pasar).
- b. Menghitung *Unexpected Earning* (UE) yaitu selisih antara laba akuntansi perusahaan pada tahun sekarang dan laba akuntansi perusahaan pada tahun sebelumnya.
- c. Meregresikan antara CAR dan UE.
- d. Menentukan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria.
- e. Menentukan selisih nilai maksimum dan minimum = (nilai maks-nilai min).
- f. Menentukan Range (jarak interval kelas) = $\frac{\text{Nilai Maks}-\text{Nilai Min}}{5 \text{ Kriteria}}$
- g. Menentukan nilai rata-rata setiap variabel.
- h. Membuat tabel distribusi frekuensi nilai perubahan untuk setiap variabel penelitian.

Tabel 3.8

Kriteria Penilaian *Earning Response Coefficient*

Jarak Interval	Kriteria
(-11,6) - (-9,033)	Sangat Rendah
(-9,034) - (-6,467)	Rendah
(-6,468) - (-3,901)	Sedang
(-3,902) - (-1,335)	Tinggi

Jarak Interval	Kriteria
(-1,336) - 1,235	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah penulis

3.5.1.2 Analisis Verifikatif

Menurut Masyuri dan M. Zainudin (2008:45) penelitian verifikatif yaitu:

“Memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupannya”.

Dalam penelitian ini verifikatif digunakan untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient* secara parsial dan simultan. Metode analisis ini dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

3.5.1.2.1 Uji Asumsi Klasik

Ada beberapa ujian yang harus dilakukan terlebih dahulu untuk menguji apakah model yang digunakan tersebut mewakili atau mendekati kenyataan yang ada. Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik dimana terdapat 4 (empat) jenis pengujian pada uji asumsi klasik ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Merupakan suatu pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Hal tersebut penting karena bila data setiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametrik (Sugiyono,2014:239).

Menurut Singgih Santoso (2012:233) Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pungung pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode ke $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Singgih Santoso, 2012:241). Pada prosedur pendektasian masalah autokorelasi dapat digunakan besaran Durbin-Watson. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik. *Durbin-Watson* (D-W):

$$D - W = \frac{\sum et - 1}{\sum_t^2 e}$$

Kriteria pengujian Durbin-Watson. Menurut Singgih Santoso (2012:214):

- Jika DW di bawah -2, berarti ada autokorelasi positif.
- Jika DW di antara -2 sampai +2 tidak ada autokorelasi.
- Jika DW di antara +2, berarti ada autokorelasi positif.

3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaliknya salah satu dari variabel independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali (Singgih Santosa, 2012:234). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas, dapat dilihat dari pada besaran *Variance Infaltion Factor* (VIF) dan *Tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel dependen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 1, jika nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \text{ atau } Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

Dimana tolerance = $1 - R^2$

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2012:139) uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah yang heterokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

Cara yang digunakan untuk mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan grafik plot. Dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dengan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y Observasi) yang telah studentized. Dasar analisis heterokedastisitas adalah sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.5.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu metode yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen dengan skala pengukur atau rasio dalam suatu persamaan linier. Variabel independent dalam penelitian ini adalah Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage. Sedangkan variabel dependen adalah *Earning Response Coefficient*. Adapun persamaan umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = *Earning Response Coefficient*

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien Regresi

X_1 = Pertumbuhan Perusahaan

X_2 = Profitabilitas

X_3 = Leverage

ε = Error terms

3.5.1.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan suatu analisis untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara dua variabel yaitu variabel independen (X) dengan variabel dependen

(Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen atau dependen.

1. Analisis Korelasi Parsial

Analisis korelasi menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel-variabel independen yaitu Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage secara parsial dengan variabel dependen yaitu *Earning Response Coefficient*. Maka dari itu penulis menggunakan rumusan korelasi pearson product moment, rumusan korelasinya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi Pearson

X1 = Variabel Independen (Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage*)

Y1 = Variabel Devenden (*Earning Response Coefficient*)

n = banyak sampel yang diteliti

Koefisien korelasi r menunjukkan derajat korelasi antara variabel independent (X) dan variabel dependen (Y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga $+1$ ($-1 < r \leq +1$), yang menghasilkan beberapa kemungkinan, yaitu:

- a. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antar variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y. Jika $r = +1$ atau mendekati 1 , maka menunjukkan adanya pengaruh positif dan korelasi antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
- b. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau mendekati -1 , maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi antara variabel-variabel yang diuji lemah.
- c. Jika $r = 0$ atau mendekati 0 , maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti atau diuji.

Untuk dapat memberikan penafsiran besar kecilnya koefisien korelasi menurut Sugiyono (2015:250) ada beberapa pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi diantaranya adalah:

Tabel 3.9

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

2. Analisis Korelasi Simultan

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel independent (X) dan variabel dependen (Y) secara bersama-sama. Menurut Sugiyono (2015:256) koefisien tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R_{yx1x2}^2 = \sqrt{\frac{r_{yx1}^2 + r_{yx2}^2 - 2r_{yx1}r_{yx2} + r_{x1x2}}{1 - r_{x1x2}^2}}$$

Keterangan:

R_{yx1x2}^2 = Korelasi antara variabel X1 dan X2 secara bersamaan sama dengan variabel Y

r_{yx1} = korelasi product moment antara X1 dan Y

r_{yx2} = korelasi product moment antara X2 dan Y

$r_{x_1x_2}$ = korelasi product moment antara X1 dan X2

3.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekannya.

Sugiyono (2015:93) mendefinisikan hipotesis yaitu sebagai berikut:

“Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan. Belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap-tahap dalam rancangan pengujian hipotesis ini dimulai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan test statistic, perhitungan nilai statistik dan penetapan tingkat signifikan.

3.5.2.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

$H_{o1}(\beta_1 = 0)$: Tidak terdapat pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient*

$H_{o1}(\beta_1 \neq 0)$: Terdapat pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient*

$H_{o2}(\beta_2 = 0)$: Tidak terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap *Earning Response Coefficient*

$H_{o2}(\beta_2 \neq 0)$: Terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap *Earning Response Coefficient*

$H_{o3}(\beta_3 = 0)$: Tidak terdapat pengaruh Leverage terhadap *Earning Response Coefficient*

$H_{o3}(\beta_3 \neq 0)$: Terdapat pengaruh Leverage terhadap *Earning Response Coefficient*

3.5.2.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

$H_{o4}(\beta_4 = 0)$: Tidak terdapat pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap *Earning Response Coefficient*

$H_{o4}(\beta_4 \neq 0)$: Terdapat pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap *Earning Response Coefficient*

3.5.2.3 Uji Signifikasi

Sebelum pengujian dilakukan maka terlebih dahulu harus ditentukan taraf signifikasinya. Hal ini dilakukan untuk membuat suatu rencana penelitian agar diketahui batas-batas untuk menentukan pilihan antara hipotesis nol (H_0) dengan hipotesis alternative (H_a). Tingkat signifikan yang dipilih dalam penelitian ini adalah 0,05 (5%) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% angka ini dipilih karena cukup mewakili peranan antara dua variabel dan merupakan suatu tingkat signifikan yang umum digunakan dalam penelitian di bidang ilmu sosial.

3.5.2.4 Uji Signifikansi (t-test)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan pengujian koefisien regresi secara parsial (uji t), yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yang dirumuskan sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{r\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai uji t

n = jumlah sampel

r = koefisien korelasi hasil r hitung

r^2 = koefisien determinasi

Masing-masing t hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Persamaan regresi akan dinyatakan berarti/signifikan jika nilai t signifikan lebih kecil sama dengan 0,05.

Kriteria untuk penerimaan atau penolakan hipotesis nol (H_0) yang digunakan adalah sebagai berikut:

- H_0 akan diterima jika nilai signifikan $> \alpha = 0,05$
- H_0 akan ditolak jika nilai signifikan $< \alpha = 0,05$

Atau cara lain sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(-t_{hitung}) < (-t_{tabel})$ maka H_0 ditolak
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $(-t_{hitung}) > (-t_{tabel})$ maka H_0 ditolak

3.5.2.5 Uji Signifikansi (F-test)

Uji F adalah Uji F atau koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2015:257) Uji F didefinisikan dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R^2 = Koefisien Korelasi yang telah ditentukan (koefisien korelasi berganda)

K = Jumlah variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

Setelah mendapatkan nilai F_{hitung} ini, kemudian dibandingkan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,05. Artinya kemungkinan besar dari hasil kesimpulan memiliki 95% atau korelasi kesalahan sebesar 5%.

Kriteria yang digunakan sebagai dasar pertimbangan adalah sebagai berikut:

- Jika angka signifikan $\geq 0,05$ maka H_0 tidak ditolak
- Jika angka signifikan $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak

Atau cara lain sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima

- Apabila H_0 diterima, maka hal itu diartikan bahwa pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan.
- Apabila H_0 ditolak, maka hal itu diartikan bahwa pengaruh variabel dependen dinilai berpengaruh signifikan.

3.5.2.6 Koefisien Determinasi

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi, tahap selanjutnya adalah mencari nilai dari koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2015:257) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Kd = r_{xy}^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r_{xy}^2 = Koefisien kuadrat korelasi berganda