

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pasar modal di Indonesia telah mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini dibuktikan dengan melihat perkembangan jumlah emiten yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Meningkatnya jumlah emiten menyebabkan angka pada volume transaksi dan nilai pasar perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) ikut meningkat. Pada tahun 2020 tercatat 2,571 triliun transaksi jual beli saham dan nilai perdagangan saham sebesar Rp. 2.280,798 triliun. Hal tersebut menandakan bahwa pasar modal sebagai wahana investasi yang terus digemari oleh kalangan investor. (www.idx.co.id)

Melihat perkembangan saham yang mengalami peningkatan terus menerus maka hal tersebut berdampak pada semakin tinggi dan ketatnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dalam sektor konsumsi. Perusahaan harus mengembangkan strategi secara berkelanjutan agar mampu membuat kebijakan dan keputusan yang tepat pada setiap kegiatan perusahaan. Selain itu, peningkatan tersebut memberikan pengaruh terhadap perkembangan IHSG dan nilai kapitalisasi pasar.

Tabel 1.1
Perkembangan Indeks Harga Saham Gabungan dan Nilai Kapitalisasi
Pasar Tahun 2017-2021

Periode	Keterangan	
	IHSG	Kapitalisasi Pasar (triliun)
2017	6.335,65	Rp. 7.052,39
2018	6.194,50	Rp. 7.023,50
2019	6.299,54	Rp. 7.265,02
2020	5.979,07	Rp. 6.968,94
2021	6.581,50	Rp. 8.255,62

Sumber: Statistik Pasar Modal Desember 2017-2021. (www.ojk.go.id)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa Indeks Harga Saham Gabungan pada periode 2017-2021 mengalami fluktuasi. Kenaikan signifikan yang terjadi pada 2021 yang ditutup pada level 6.581,50 poin. Meski berfluktuasi IHSG cenderung mengalami peningkatan dari tahun ketahun.

Investasi di pasar modal, biasanya investor akan mempertimbangkan banyak hal sebelum memutuskan untuk menanamkan modal dalam suatu perusahaan. atau investor umumnya akan menjadikan laporan keuangan dari perusahaan yang bersangkutan untuk menentukan apakah kinerja keuangan perusahaan tersebut baik atau buruk. Menurut (Kasmir, 2017) laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

Laba bagi perusahaan menggambarkan tentang pertumbuhan perusahaan, selain itu laba juga sebagai pengukur kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik akan berdampak bagi perusahaan

dalam menarik investor baru maupun mempertahankan investor yang lama, dengan tujuan untuk meningkatkan investasi pada modal kerja dalam aktiva lancar (Kristanti, 2021).

Semakin tinggi laba perusahaan maka semakin besar pula pendapatan per lembar saham yang diperoleh para investor. Laporan laba sebagai produk informasi yang dihasilkan perusahaan, tidak terlepas dari proses penyusunannya. Proses penyusunan laporan ini melibatkan pihak pengurus dalam pengelolaan perusahaan, di antaranya adalah pihak manajemen, dewan komisaris, dan pemegang saham. Kebijakan dan keputusan yang diambil oleh mereka dalam rangka proses penyusunan laporan keuangan terutama laba akan menentukan kualitas laba. Laba yang memiliki kemampuan untuk memberikan respon (*Power of response*) kepada pasar menunjukkan kualitas laba, yang diukur dengan *Earning Response Coefficient (ERC)*. Laba yang tidak menunjukkan informasi yang sebenarnya tentang kinerja manajemen dapat menyesatkan pihak pengguna laporan.

Earning Response Coefficient (ERC) merupakan kepekaan return saham terhadap setiap rupiah laba yang disebut dengan *Unexpected Earning (UE)*. *Unexpected Earning (UE)* merupakan selisih antara laba harapan dan laba aktual serta menunjukkan informasi yang belum tertangkap oleh pasar sehingga pasar akan bereaksi pada saat pengumuman laba. Nilai *Earning Response Coefficient (ERC)* sangat bervariasi pada berbagai perusahaan. Jika *Earning Response Coefficient (ERC)* sebuah perusahaan rendah, maka menunjukkan bahwa laba yang diumumkan perusahaan tersebut kurang memberikan informasi yang cukup

bagi investor untuk membuat keputusan dan ditunjukkan dengan pergeseran harga saham dari perusahaan tersebut (Afandi, Tjahjono, & Palupi, 2017).

Respon pasar saat diterbitkannya pengumuman informasi laba berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Informasi yang dilaporkan dapat bersifat *bad news* (kabar buruk) dan *good news* (kabar baik). Pada waktu perusahaan mengumumkan laba tahunan, bila laba aktual lebih tinggi dibandingkan dengan hasil prediksi laba yang selama ini dibuat, maka yang terjadi adalah *good news*, sehingga investor akan melakukan revisi terhadap laba dan kinerja perusahaan dimasa mendatang serta memutuskan membeli saham tersebut. Sebaliknya, jika hasil prediksi lebih rendah dari laba aktualnya, yang berarti *bad news*, maka investor akan melakukan revisi dan menjual saham perusahaan tersebut karena kinerja perusahaan tidak sesuai dengan yang dipikirkan (Septiani, 2021).

Fenomena total aset, laba bersih, penjualan, dividen dan harga saham pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 - 2019 (Dalam jutaan Rupiah) terjadi pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA)

Tabel 1.
Tabel Fenomena Total Aset, Laba bersih, Penjualan, Dividen dan Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 (Dalam jutaan Rupiah)

Kode Emiten	Tahun	Laba Bersih	Penjualan	Total Aset	Dividen	Harga Saham
SMGR	2016	4.535.036	26.134.306	44.226.895	1.808.588	9.175
	2017	2.043.025	27.813.664	48.963.502	1.808.838	9.900
	2018	3.085.704	30.687.626	50.783.836	805.678.000	11.500
	2019	2.371.233	40.368.107	79.807.067	1.231.646	12.200
LION	2016	42.345.417	379.137.149	685.812.995	20.806.400	1.050
	2017	9.282.943	349.690.796	681.937.947	20.806.400	765
	2018	14.679.673	424.128.420	696.192.628	7.802.400	680
JPFA	2019	926.463.199	372.489.022	688.017.892	5.201.600	480
	2016	2.171.608	27.063.310	19.251.026	159.603.000	1.455
	2017	1.107.810	29.602.688	21.088.870	485.987.000	1.300
	2018	2.253.201	34.012.965	23.038.028	1.100.278	2.150
ARNA	2019	1.883.857	36.742.561	25.185.009	1.171.819	1.575
	2016	91.375.910	1.511.978	1.543.216	36.693.015	520
	2017	122.183.909	1.732.985	1.601.346	36.707.154	342
	2018	158.207.798	1.971.478	1.652.905	88.095.251	420
	2019	217.675.239	2.151.801	1.799.137	117.247.025	440

Sumber : Hasil pengolahan Data (2020)

Laba bersih PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) ditahun 2017 2.17.608 menurun pada tahun 2016 dengan harga saham 1.300 ditahun 2017 dan meningkat pada tahun 2018 laba bersih 2.253.201 harga sahamnya 2.150 dan penjualan dan total aset juga meningkat dibanding tahun 2017 (Azisanabely, 2018).

Fenomena diatas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ball dan Brown,1968) yang menyatakan adanya hubungan signifikan antara pengumuman laba perusahaan dengan perubahan harga saham, yaitu pada saat diumumkan laba mengalami kenaikan, maka terjadi kecenderungan perubahan positif pada harga saham, dan sebaliknya jika laba diumumkan mengalami penurunan, maka terjadi perubahan negatif pada harga saham. Akan tetapi, ternyata setiap kenaikan laba tidak selalu diikuti dengan perubahan harga saham positif yaitu terjadi kenaikan pada harga saham, bahkan sebaliknya pada saat penurunan laba juga tidak selalu diikuti dengan perubahan harga saham negatif yaitu terjadi penurunan pada harga saham (Naimah, 2014).

Dari beberapa fenomena diatas dapat diketahui bahwa respon pasar bukan saja dilihat dari sisi labanya namun ada beberapa faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perusahaan. Penelitian ini menggunakan koefisien respon laba atau *Earning Response Coefficient (ERC)* sebagai alat ukur untuk mengukur kuat lemahnya respon pasar terhadap pengumuman laba, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi kandungan dalam informasi laba. *Earning Response Coefficient (ERC)* sebagai alternatif untuk mengukur *value Relevance* informasi laba. Rendahnya *Earning Response Coefficient (ERC)* menunjukkan

bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi. Salah satu sumber kemampuan harga saham dalam memprediksi laba perusahaan masa datang adalah dengan informasi yang terefleksi pada ekspektasi pasar. *Earning Response Coefficient (ERC)* seharusnya dapat memprediksi harga saham perusahaan (Paramita & Hidayanti, 2013).

Umumnya dalam mengetahui kualitas informasi laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan *Earning Response Coefficient (ERC)* yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba. Apakah informasi laba telah mencerminkan keadaan yang sebenarnya sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Rendahnya *Earning Response Coefficient (ERC)* menunjukkan laba kurang informatif bagi para investor untuk membuat keputusan ekonomi. Semakin tinggi *Earning Response Coefficient (ERC)* maka semakin bagus dikarenakan menunjukkan informasi laba yang berkualitas dengan tingginya respon investor terhadap pengumuman laba.

Penelitian mengenai *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap harga saham sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Suadarna (2018) *Earning Response Coefficient (ERC)* berpengaruh terhadap harga saham sedangkan penelitian yang dilakukan Paramita dan Hidayanti (2013) menunjukkan hasil bahwa *Earning Response Coefficient (ERC)* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai *Earning Response Coefficient (ERC)* dan harga saham. Dengan beranggapan bahwa penelitian mendapatkan hasil yang berbeda apabila dalam konteks waktu penelitian dan objek atau sampel yang

diteliti berbeda. Peneliti memilih sektor barang konsumsi karena sektor ini memproduksi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sektor ini menarik untuk diteliti karena sektor barang konsumsi tergolong stabil, dan selalu tumbuh berkembang seiring bertambahnya penduduk (Dewi, Adnantara, & Asana, 2017). Berdasarkan latar belakang fenomena yang telah dipaparkan di atas maka penelitian ini mencoba untuk meneliti **Pengaruh *Earning Response Coefficient (ERC)* Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *Earning Response Coefficient (ERC)* berpengaruh terhadap harga saham?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Earning Response Coefficient (ERC)* terhadap harga saham.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai *Earning Response Coefficient (ERC)* dan harga saham.

1.3.2.2 Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya, terutama mengenai *Earning Response Coefficient (ERC)*