

BAB I

PENDAHULUAN

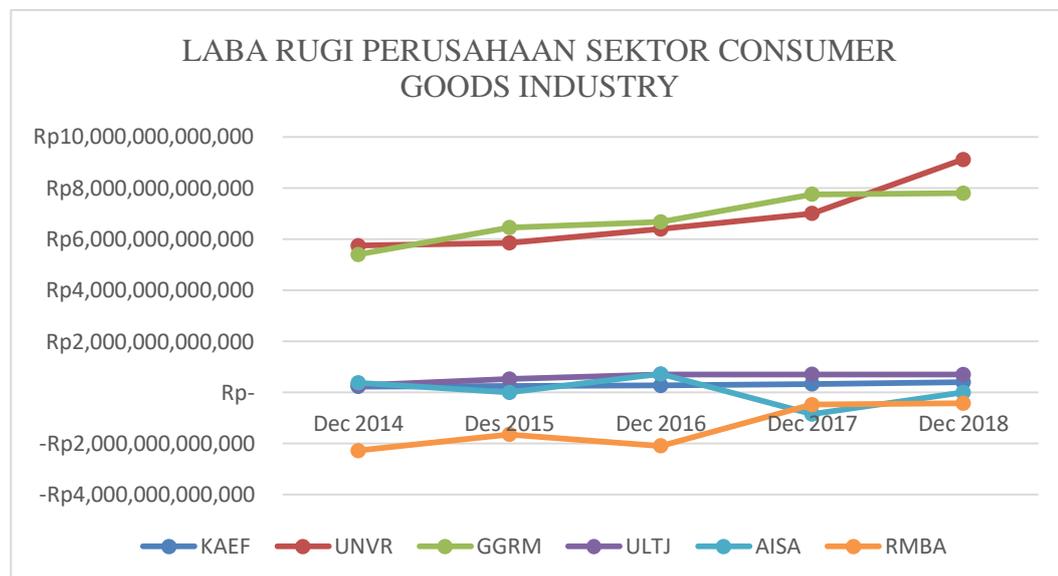
1.1 Latar Belakang

Perusahaan industri barang konsumsi atau *consumer goods industry* merupakan salah satu sektor industri yang cukup menarik. Hal ini dikarenakan produksi barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Sektor *consumer goods industry* terdiri dari beberapa bidang yaitu sektor makanan, minuman, rokok, farmasi, kosmetik & barang keperluan rumah tangga dan peralatan rumah tangga. Saham perusahaan di sektor *consumer goods industry* merupakan saham *defensive* (saham bertahan) dimana saham ini cenderung tidak terlalu terpengaruh oleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum tetapi fluktuatif. Pada saat terjadi resesi atau kemerosotan, harga saham mampu bertahan tinggi akibat kemampuan emitennya mendapatkan penghasilan yang tinggi pada kondisi resesi sekalipun (Cherie et al., 2014). Pada 25 September 2019 Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) masih bertahan di zona merah selama satu jam sebelum perdagangan sesi I hari berakhir dengan IHSG melemah sebesar 17,75 poin atau 0,29% ke 6.119,83. Hanya dua sektor saham yang selamat ke zona hijau, sedangkan delapan sektor lainnya masuk zona merah. Sektor-sektor dengan pelemahan terdalam adalah sektor industri dasar yang melemah 0,99%, sektor aneka industri melemah 0,85% dan sektor keuangan melemah 0,62% sedangkan dua sektor yang bertahan adalah sektor infrastruktur yang naik 0,62% dan sektor *consumer goods* yang naik 0,15% (Bursa Efek Indonesia, 2019). Walaupun begitu harga saham di semua sektor selalu fluktuasi (Kartika, 2019).

Informasi laba merupakan salah satu hal yang bisa menyebabkan harga saham fluktuasi dimana dalam laporan keuangan merupakan kebutuhan yang mendasar bagi investor dan calon investor dalam hal pengambilan keputusan (Paramita, 2012). Jika dilihat dari laba yang dihasilkan beberapa perusahaan di bidang *consumer goods industry* ada yang mengalami kenaikan dan penurunan tiap tahunnya. Seperti grafik yang ditampilkan dari perusahaan Kimia Farma Tbk (KAEF), Unilever Indonesia Tbk (UNVR), Gudang Garam Tbk (GGRM) dan Ultra Jaya

Milk Industry & Tra (ULTJ). Dalam 5 tahun terakhir ke empat (4) perusahaan ini menunjukkan kenaikan laba. Berbeda hal dengan perusahaan Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) mengalami kerugian yang signifikan di tahun 2017, jika dilihat dari grafik tahun 2016 masih menghasilkan laba yang tinggi dibandingkan dengan tahun 2015 dan hingga tahun 2019 perusahaan ini tidak menerbitkan laporan keuangan tahun 2018. Begitu juga dengan perusahaan Bentoel International Investama Tbk (RMBA) yang dalam beberapa tahun terakhir yang selalu mengalami kerugian. Kerugian yang dihasilkan bahkan sangat besar pada tahun 2014 namun kerugiannya dalam tahun ke tahun mengalami penurunan, dapat diartikan kinerja dari perusahaan ini ada mengalami peningkatan biarpun masih tetap merugi. Untuk itu menjadi penting untuk mendapatkan informasi laba yang berkualitas. Informasi laba yang berkualitas bisa menilai ukuran kinerja atau keberhasilan perusahaan yang digunakan investor atau kreditur untuk pengambilan keputusan, dengan koefisien respon laba dapat menilai informasi laba berkualitas (Paramita, 2012).

Gambar 1.1 Laba Rugi Perusahaan



Sumber : IDX 2019 (data diolah)

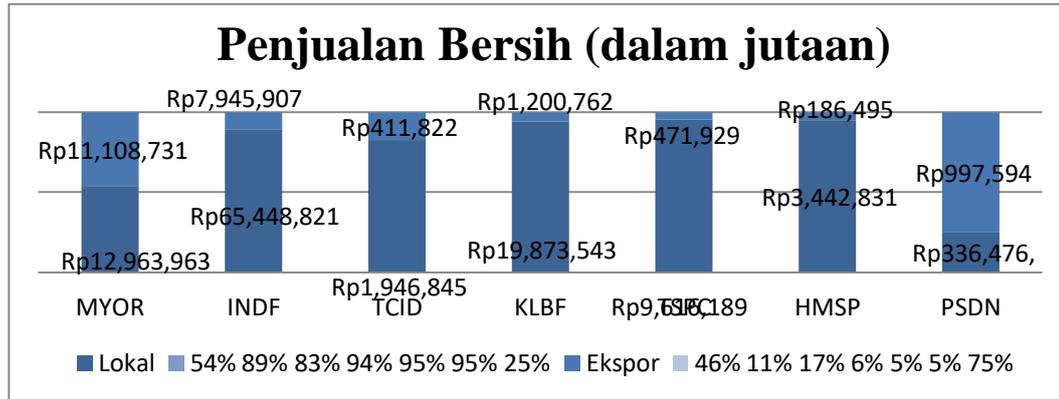
Koefisien respon laba digunakan untuk mengukur kualitas laba dengan melihat tingginya *earnings response coefficient* (ERC) dan dari reaksi pasar terhadap informasi laba yang dilaporkan perusahaan (Wulandari & Herkulanus, 2015). Kuatnya respon pasar terhadap informasi laba akan tercermin pada tingginya *earnings response coefficient*. Jika laba yang dilaporkan memiliki

kekuatan respon, maka hal ini menunjukkan bahwa laba yang dilaporkan berkualitas dan demikian juga sebaliknya. Hal ini berdasarkan penelitian terdahulu mengenai ERC yang kebanyakan mengenai sektor manufaktur dan dalam pengukuran mengenai *earnings response coefficient* di sektor *consumer goods industry* masih sangat minim. Beberapa penelitian mengenai ERC di sektor manufaktur antara lain penelitian yang dilakukan oleh Untari & Nyoman Budiansih tahun 2014, Tania tahun 2018, Kurnia & Sufiyanti tahun 2015, Paramita tahun 2012, Groho tahun 2019 dan Vivi tahun 2017.

Informasi laba memang hal yang paling direspon oleh investor karena memberikan gambaran mengenai kinerja perusahaan, namun informasi laba tidak cukup untuk dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan karena ada kemungkinan informasi tersebut bias. Untuk menghindari pengambilan keputusan yang salah, investor juga harus memperhatikan hal lain yang tidak diungkapkan pada informasi laba, seperti penerapan praktik akuntansi konservatif (Groho, 2019). Konservatif akuntansi sendiri adalah reaksi yang cenderung mengarah pada sikap kehati-hatian atau disebut *prudent reaction* dalam menghadapi ketidakpastian yang melekat dalam perusahaan dan melingkupi aktivitas bisnis dan ekonomi untuk mencoba memastikan bahwa ketidakpastian yang menjadi ancaman dalam lingkungan bisnis sudah cukup dipertimbangkan (Savitri, 2016). Tetapi dalam penerapan akuntansi konservatif dapat dianggap sebagai informasi menyesatkan dimana dalama penerapan ini tidaklah berfokus pada bukti, tapi pada ketakutan akan terjadinya *overstatement* dari net assets dan profit (Jayne Godfley, Allan Hodgson, Ann Tarca, Jane Hamilton, 2010).

Dengan adanya aktivitas ekonomi yang tidak menentu juga sangat memungkinkan memberikan sentimen negatif, salah satunya yaitu nilai tukar rupiah terhadap *dollar* Amerika Serikat (AS) menjadi sebuah hal yang menjadi pertimbangan apakah penerapan akuntansi konservatif diperlukan dalam penentuan investasi. Dimana data dalam sektor ini terdapat perusahaan yang mempunyai jumlah ekspor yang lumayan tinggi. Seperti yang dapat di lihat di gambar 1.2 yang menggambar penjualan bersih dari 6 perusahaan di sektor *consumer goods industry*.

Gambar 1.2 Penjualan bersih perusahaan sektor *consumer goods industry*



Sumber : IDX 2019 (data diolah)

Hal ini akan berdampak positif dan negatif ke beberapa perusahaan yang menjual produk luar negeri yang cukup tinggi. Dampak positif dapat berupa selisih kurs yang didapat jika dikonversikan ke rupiah ketika terjadi penguatan dollar. Disatu sisi juga akan meningkatkan biaya seperti biaya ekspor, biaya operasional ataupun biaya produksi (bahan baku didapatkan dengan impor) (Fatmawati & Labu, 2019). Beberapa perusahaan yang ekspor tinggi seperti perusahaan Mayora Indah Tbk (MYOR) dimana penjualan pada tahun 2018 sebesar 46% atau senilai Rp 11.108.731.652.403 dari ekspor. Hal ini jika dilihat dari persentase maka perusahaan lain seperti INDF, TCID, KLBF, TSPC, dan HMSP dimana masing-masing penjualan pada tahun 2018 dari ekspor tidak mencapai 20 % tetapi mempunyai omzet yang besar dari total penjualan yang ada. Hal ini perusahaan INDF dengan penjualan dari ekspor sebesar 11% atau senilai Rp 7.945.907.000, perusahaan TCID dengan penjualan ekspor sebesar 17% atau senilai Rp. 411.822.292.715, perusahaan KLBF dengan penjualan dari ekspor sebesar 6% atau senilai Rp 1.200.762.732.852, perusahaan TSPC dengan 5% atau senilai Rp 471.929.748.842 dan perusahaan HMSP dengan penjualan dari ekspor sebesar 5% atau senilai Rp 186.495.792.395. Perusahaan PSDN mempunyai penjualan yang sangat besar dari ekspor yaitu 75% atau senilai Rp. 997.594.413.194. Dengan penjualan bersih yang tinggi tentu akan membutuhkan suatu ukuran perusahaan yang besar.

Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu informasi yang dapat digunakan oleh investor untuk menilai laba yang dihasilkan perusahaan guna mengambil keputusan investasi. Ukuran perusahaan yang besar akan

meningkatkan nilai koefisien respon laba, memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil dan lebih mudah untuk melakukan inovasi dengan memanfaatkan total aktiva yang dimilikinya untuk meningkatkan besar laba perusahaan (Kartika Rahayu & Suaryana, 2015). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kurnia & Sufiyanti, 2015) menyatakan untuk perusahaan besar diasumsikan investor tidak lagi melihat ukuran perusahaan suatu perusahaan sebagai faktor penilaian. Pengaruh ukuran perusahaan yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dinilai sudah dewasa dan mempunyai total aktiva yang tinggi. Dimana Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang besar tentunya akan menimbulkan adanya risiko gagal bayar, dimana ukuran perusahaan dapat diartikan total aktiva perusahaan dan aktiva bisa diperoleh dari hutang maupun modal dari investor (Sandi, 2013).

Informasi *default risk* atau risiko gagal bayar merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh investor. Salah satu alasan mengapa seseorang melakukan investasi adalah untuk mendapatkan keuntungan tertentu dari investasi yang dilakukan, tetapi setiap investasi mengandung unsur ketidakpastian atau risiko artinya investor tidak mengetahui dengan pasti berapa hasil yang akan diterima dari investasi yang dilakukan. Situasi yang tidak pasti ini akan menyebabkan investor akan berhati-hati dalam pengambilan keputusan dan lebih lambat bahkan sama sekali tidak bereaksi atas informasi laba yang dikeluarkan perusahaan (Groho, 2019). Indikator ini menjadi penting dimana perusahaan mungkin saja tidak mampu membayar utangnya dengan melihat kembali grafik 1.1, perusahaan AISA yang pada tahun 2016 masih menghasilkan laba tetapi pada tahun 2017 mengalami kerugian signifikan dan perusahaan RMBA yang mengalami kerugian tiap tahunnya. Dalam hal ini berbagai faktor bisa menjadi berpengaruh kepada koefisien respon laba / *earnings coefficient response* maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Akuntansi Konservatif, Ukuran Perusahaan, Dan Default Risk Terhadap Earning Response Coefficient (ERC) pada Perusahaan Sektor Consumer Good Industry yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah yaitu :

1. Harga saham di sektor *consumer good industry* yang produksi barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia serta merupakan saham bertahan dan relatif tidak terlalu berpengaruh oleh kondisi ekonomi makro.
2. Perusahaan di sektor *consumer goods industry* yang mampu menghasilkan laba yang meningkat tiap tahunnya dan tinggi
3. Perusahaan di sektor *consumer goods industry* yang mengalami kerugian signifikan dan mengalami penurunan kerugian tiap tahunnya.
4. Prudent reaction dalam menghadapi ketidakpastian yang melekat dalam perusahaan dan melingkupi aktivitas ekonomi dalam mempengaruhi penjualan bersih beberapa perusahaan di sektor *consumer goods industry* dengan nilai ekspor yang tinggi.
5. Penerapan Akuntansi Konservatif dalam menghadapi aktivitas ekonomi di sektor *consumer goods industry*.
6. Kualitas informasi laba yang disampaikan oleh perusahaan kepada investor.
7. Ukuran perusahaan yang besar dalam menghasilkan penjualan serta perusahaan yang sudah *go publik* dalam pandangan investor.
8. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi *default risk*.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian yaitu :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada perusahaan sektor *consumer goods industry* di Bursa Efek Indonesia dengan status saham “Papan Utama” dan telah tercatat diatas 10 tahun.
2. Laporan Keuangan Tahunan yang lengkap dan telah di audit sesuai dengan objek penelitian 2013-2018.
3. Variabel yang diteliti hanya berfokus pada akuntansi konservatif, ukuran perusahaan, *default risk* dan *earnings response coefficient(ERC)*.
4. Akuntansi konservatif diukur dari segi laba bersih dan arus kas bersih aktivitas operasi tahunan perusahaan sektor *consumer goods industry*.

5. Ukuran perusahaan diukur dari segi total asset perusahaan sektor *consumer goods industry*.
6. *Default risk* diukur dari segi total liabilitas perusahaan di sektor *consumer goods industry*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka terdapat beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Apakah akuntansi konservatif berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)* pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry*?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)* pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry*?
3. Apakah *default risk* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)* pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry*?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris dan menganalisis terhadap hal-hal berikut:

1. Mengetahui pengaruh akuntansi konservatif terhadap *earnings response coefficient* pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry*
2. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *earnings response coefficient* pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry*
3. Mengetahui pengaruh *default risk* terhadap *earnings response coefficient* pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry*

1.5.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran berdasarkan disiplin ilmu yang didapat selama perkuliahan dan merupakan media latihan dalam memecahkan secara ilmiah. Dari segi ilmiah, dapat menambah ilmu pengetahuan dibidang akuntansi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pemahaman bagi perusahaan mengenai *earnings response coefficient* serta faktor-faktor yang saling berhubungan dengan *earnings response coefficient*.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdapat di Indonesia.

