

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Signal (*Signaling Theory*)

Teori signal pertama kali dicetuskan oleh Ross pada tahun 1997. Teori ini menjelaskan bahwa sinyal berupa informasi keuangan perusahaan yang memiliki kinerja yang baik akan direspon dengan baik oleh pihak lain. *Signaling theory* berfokus membahas adanya kecenderungan asimetri informasi antara pihak manajemen perusahaan dan pihak *stakeholder* sehingga perusahaan dituntut untuk memberikan sinyal yang baik agar mendapat respon dari investor. Menurut Paramita (2012) teori signal didasarkan pada premis bahwa manajer dan pemegang saham tidak mempunyai akses informasi perusahaan yang sama. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajer, sedangkan pemegang saham tidak tahu informasi tersebut. Jadi, ada informasi yang tidak simetri (*asymmetric information*) antara manajer dan pemegang saham. Asimetri informasi tersebut akan menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu perusahaan yang berkualitas baik akan menunjukkan signal informasinya bagi para investor untuk menilai perusahaan.

Teori signal mengemukakan tentang bagaimana suatu perusahaan dapat memberikan signal-signal kepada para pengguna laporan keuangan seperti misalnya investor. Signal tersebut berupa informasi atau promosi

yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lainnya. (Ludigdo dkk, 1999).

Dalam hal ini signal ini berisi tentang informasi mengenai pendapatan laba suatu perusahaan atau profit untuk memberikan signal kepada investor bahwa suatu perusahaan mendapatkan profitabilitas yang besar sehingga investor akan menanamkan modalnya untuk tujuan mendapatkan keuntungan yang besar bagi investor. Selain memberikan sinyal berupa profitabilitas kepada investor, suatu informasi laporan keuangan juga pasti akan memberikan informasi tentang prospek perusahaan dimasa depan atau pertumbuhan perusahaan. Dalam hal ini investor akan mendapatkan informasi perusahaan dimasa depan dengan melihat laporan keuangan untuk menilai apakah perusahaan dapat mendapatkan laba yang besar dimasa mendatang sebelum menanamkan modalnya.

Informasi laporan keuangan suatu perusahaan merupakan unsur paling penting bagi para investor dan para pelaku bisnis. Signal baik dalam hal informasi meliputi kelengkapan, akurat, dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor dan kreditur untuk menganalisa informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*), untuk mengambil suatu keputusan investasi ataupun kredit. Jika informasi tersebut sebagai sinyal baik bagi investor, maka terjadi perubahan harga saham yang mengakibatkan harga saham menjadi baik.

2. Teori Pasar Efisien

Fama (1970) merupakan pencetus teori pasar modal efisien. Ia menerjemahkan pasaran efisien sebagai suatu pasar yang harganya senantiasa mencerminkan sepenuhnya informasi yang tersedia. Menurut Wulandari dan Wirajaya (2014) teori pasar modal efisien menyatakan bahwa harga sekuritas mencerminkan semua informasi yang diketahui atau relevan dalam suatu pasar modal. Dalam mempelajari konsep pasar efisien, perhatian kita akan diarahkan pada sejauh mana dan seberapa cepat informasi tersebut dapat mempengaruhi pasar yang tercermin dalam perubahan harga sekuritas (Gumanti dan Utami, 2002).

Harga saham akan berubah hanya apabila terdapat informasi baru yang semestinya tidak dapat diperkirakan sebelumnya. Oleh karena itu pasar dikatakan efisien jika informasi dapat mencerminkan harga dengan cepat dan investor hanya berharap untuk mendapatkan *return* normal. Teori pasar efisien menyebutkan bahwa harga pasar sekuritas akan menunjukkan nilai yang wajar. Nilai pasar yang wajar berubah karena adanya informasi baru tentang arus kas masa depan sekuritas yang bersangkutan. Oleh karena itu jika sebuah perusahaan yang dihasilkan dari suatu keputusan investasi, pendanaan, dan operasional yang sehat berada dalam kondisi kuat secara finansial, maka harga sahamnya akan bergerak naik untuk mencerminkan kondisi yang positif tersebut.

Suwardjono (2005:489) menyebutkan terdapat tiga bentuk efisiensi pasar yaitu lemah (*weak*) dimana harga pasar sekuritas merefleksikan semua informasi yang terkandung dalam serangkaian harga pasar masa lalu, semi-kuat (*semi-strong*) dimana harga pasar sekuritas merefleksikan semua informasi yang tersedia untuk publik dan kuat (*strong*) dimana harga pasar merefleksikan semua informasi termasuk informasi yang tidak tersedia oleh publik atau dengan kata lain hanya untuk internal perusahaan.

Dalam hal ini pasar efisien berfungsi sebagai penyedia informasi baik itu berupa profitabilitas atau perolehan laba dan juga pertumbuhan perusahaannya, sehingga dalam pasar efisien akan terdapat harga saham suatu perusahaan dan akan memberikan investor pilihan akan menanamkan modalnya atau tidak.

Efisiensi bentuk lemah merupakan situasi ketika harga pasar secara cepat mencerminkan semua informasi yang terkandung dalam harga masa lalu. Sehingga harga saham masa lalu tidak mampu memprediksi harga saham dimasa depan. Efisiensi bentuk semi-kuat merupakan situasi pasar pada saat harga pasar mencerminkan semua informasi yang tersedia bagi masyarakat umum. Sehingga calon investor mampu menganalisa secara fundamental informasi-informasi keuangan dan non keuangan perusahaan di masa mendatang. Investor juga dapat menganalisa harga saham yang mahal maupun yang murah serta prediksi harga saham masa depan. Sedangkan efisiensi bentuk kuat situasi dimana seluruh informasi termasuk informasi

privat dapat mencerminkan harga dengan cepat. Oleh karena itu harga saham selalu dinilai secara wajar.

3. Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, baik dihubungkan dengan modal sendiri maupun modal bersama. Profitabilitas dapat menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah tergantung kepada besarnya penjualan, penanaman aktiva (investasi) dan penyerapan modal sendiri (*equity*). Dalam Erma (2014:120) menyebutkan profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba.

Dalam Erma (2014:120) profitabilitas merupakan hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan manajemen. Rasio Profitabilitas akan memberikan jawaban akhir tentang efektivitas manajemen perusahaan, rasio ini memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan. Rasio Profitabilitas yang umum digunakan adalah:

a. Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk berproduksi secara efisien. Dalam mengevaluasi dapat dilihat margin per unit produk, bila rendah maka perusahaan tersebut sensitif terhadap pesaingnya.

b. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan.

c. Daya Laba Dasar (*Basic Earning Power*) atau Rentabilitas Ekonomi

Daya dasar laba mencoba mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh sumber dayanya, yang menunjukkan rentabilitas ekonomis perusahaan. Tinggi rendahnya rentabilitas ekonomi tergantung dari:

- 1) *Operating Profit Margin*, yaitu perbandingan antara laba usaha dan penjualan.
- 2) Perputaran Aktiva (*Assets Turnover*), yaitu kecepatan berputar total asset dalam suatu periode tertentu. Rentabilitas Ekonomis dapat ditentukan dengan mengalikan *operating profit margin* dengan total *assets turnover*.

d. Hasil Pengembalian atas Total Aktiva atau ROA (*Return on Asset*)

Untuk menghitung ROA, ada yang ingin menambah bunga setelah pajak dalam pembilang dari rasio tersebut. Teori ini didasarkan pada pendapat bahwa karena aktiva didanai oleh pemegang saham dan kreditor, maka rasio harus dapat memberikan ukuran produktivitas aktiva dalam memberikan pengembalian kepada kedua penanam modal itu.

e. Hasil Pengembalian Atas Ekuitas atau ROE (*Return on Equity*)

Rasio ini memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan. ROE menunjukkan rentabilitas modal sendiri atau yang sering disebut sebagai rentabilitas usaha (Erma, 2014:121). Hasanzade et al.

(2013) dalam Gusti Ayu (2016:176) menyatakan bahwa profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, dimana profitabilitas merupakan hasil akhir dari program perusahaan dan keputusan keuangan. Menyatakan bahwa profitabilitas dapat menjelaskan kemampuan satu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan tergantung dari besarnya penjualan, penanaman aktiva (investasi), dan penyerapan modal sendiri (*equity*).

Return on Equity (ROE) digunakan sebagai proksi dari profitabilitas. Dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu umumnya dirumuskan sebagai $L/M \times 100\%$, dimana L adalah jumlah laba yang diperoleh selama periode tertentu dan M adalah modal atau aktiva yang menghasilkan laba tertentu. Kemampuan menghasilkan laba yang dimaksud adalah kemampuan menghasilkan laba dengan menggunakan modal sendiri atau profitabilitas ekuitas (*return on equity = ROE*) *Return on Equity* (ROE) dipergunakan untuk menilai besarnya pengembalian atas penanaman modal untuk para investor perusahaan. Apabila profitabilitas dikaitkan dengan *earnings respons coefficient* maka dapat dikatakan bahwa jika profitabilitas perusahaan tinggi, laba yang dihasilkan perusahaan meningkat, yang selanjutnya akan mempengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya. Profitabilitas berhubungan positif dengan respon investor, yaitu semakin besar profitabilitas maka semakin besar

pula respon investor tersebut (Gusti Ayu, 2016:176). Rumus yang digunakan adalah :

$$ROE = \frac{\text{Net Income After Tax}}{\text{Total Equity}}$$

4. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan laba itu sendiri dapat dijadikan tolak ukur dalam prospek pertumbuhan perusahaan pada masa mendatang. Oleh karena itu, perusahaan bertumbuh diupayakan dapat menghasilkan keuntungan yang memuaskan serta dapat mengkonsistenkan labanya sehingga dapat menarik minat investor. Menurut Barton dkk. (1989) tingkat pertumbuhan laba yang tinggi akan memaksimalkan kesempatan untuk menghasilkan keuntungan yang dapat digunakan untuk mendanai investasi.

Pertumbuhan laba adalah variabel yang menjelaskan prospek pertumbuhan di masa mendatang. Perusahaan yang terus-menerus tumbuh, dengan mudah menarik modal, dan ini merupakan sumber pertumbuhan. Informasi laba pada perusahaan-perusahaan ini akan direspon oleh pemodal. Menurut Collins dan Khotari dalam Setiawati dan Nursaim (2014:180), Pertumbuhan dan Koefisien Respon laba mempunyai hubungan positif. Perusahaan bertumbuh akan mempunyai Koefisien Respon Laba yang lebih tinggi, karena perusahaan tersebut mempunyai kesempatan memperoleh laba di masa akan datang lebih tinggi. Kandungan informasi laba tersebut merupakan berita baik sehingga dapat meningkatkan respon pasar.

Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, misalnya dengan melihat pertumbuhan penjualannya. Pengukuran ini hanya dapat melihat pertumbuhan perusahaan dari aspek pemasaran perusahaan saja. Pengukuran yang lain adalah dengan melihat pertumbuhan laba operasi perusahaan. Dengan melakukan pengukuran laba operasi, maka dapat melihat aspek pemasaran dan juga efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya. Pengukuran berikutnya adalah dengan mengukur pertumbuhan laba bersih, dimana inputnya pertumbuhan laba bersih ini adalah modal, sedangkan outputnya adalah laba (Setiawati dan Nursaim, 2014:180).

Perusahaan yang terus menerus tumbuh, dengan mudah menarik modal, dan ini merupakan sumber pertumbuhan. Informasi laba pada perusahaan-perusahaan ini akan direspon positif oleh pemodal. Dengan menggunakan nilai rasio pasar ekuitas terhadap nilai buku ekuitas sebagai ukuran pertumbuhan, dan adanya hubungan positif antara ukuran ini dengan ERC. Perusahaan dengan pertumbuhan laba tinggi, sebagian besar penilaian ekuitas akan ditunjukkan oleh laba abnormal dan sebagian kecil ditunjukkan oleh nilai buku ekuitas. Nilai ekuitas akan meningkat seiring dengan peningkatan laba bagi perusahaan-perusahaan yang mengalami pertumbuhan terutama terdiri dari nilai dari melanjutkan operasi yang tercermin pada laba. Dalam kondisi seperti ini, nilai perusahaan akan berhubungan negatif dengan nilai buku ekuitas (Joko, 2015:9).

Perusahaan yang tumbuh mempunyai kebijakan pembayaran deviden yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang tidak tumbuh, bahkan bagi perusahaan yang tumbuh peningkatan deviden dapat menjadi berita buruk karena diduga perusahaan telah mengurangi rencana investasinya. Pertumbuhan Perusahaan menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Penilaian pasar (investor/pemegang saham) terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan nampak dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Pemegang saham akan memberi respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi di masa depan bagi investor (Eka, 2013:12). Untuk mengukur pertumbuhan perusahaan menurut Chen, dkk (2018) diukur dengan menggunakan rumus :

$$TAGR = \frac{\text{total assets}_n - \text{total assets}_{n-1}}{\text{total assets}_{n-1}}$$

5. Keinformatifan Laba

Earnings response coefficient adalah salah satu metode pengujian atas kandungan informasi yang terdapat dalam informasi laba. Apabila angka laba memiliki kandungan informasi, berdasarkan teori pasar akan bereaksi atas informasi laba yang dilaporkan perusahaan. *Earnings*

response coefficient memiliki dasar pemikiran bahwa investor sudah memiliki perhitungan ekspektasi laba sebelum laba saat itu diumumkan. Periode peramalan laba dapat mencapai satu tahun sebelum diumumkannya angka laba perusahaan.

Sebelum dikeluarkannya laporan keuangan secara resmi, investor sudah memiliki beberapa informasi guna menganalisis angka laba periodik. Menurut Erma (2014:178) laba didefinisikan sebagai perubahan atau kenaikan ekuitas atau aset bersih atau kemakmuran bersih pemilik (pemegang saham) dalam suatu periode yang berasal dari transaksi operasi dan bukan transaksi modal (setoran dari dan distribusi ke pemilik). Laba periode dimaknai sebagai informasi tentang kinerja masa lalu yang meliputi daya melaba (*earning power*), akuntabilitas, dan efisiensi.

Kinerja perusahaan merupakan manifestasi dari kinerja manajemen sehingga laba dapat pula diinterpretasi sebagai pengukur keefektifan dan keefisienan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dipercayakan kepada manajemen. Kebermanfaatan laba dapat diukur dari hubungan antara laba dan harga saham. Bahwa laba merupakan prediktor aliran kas ke investor. Aliran kas masa depan ke investor digunakan untuk menentukan apa yang disebut nilai sekuritas atau saham (Erma, 2014:178).

Laba mempunyai kandungan informasi yang penting bagi pasar modal. Sementara itu, investor berusaha untuk mencari informasi untuk memprediksi laba yang akan diumumkan atas dasar data yang tersedia

secara publik. Oleh karena itu, informasi laba sangat diharapkan para analis untuk menangkap informasi privat atau dalam yang dikandungnya dan untuk mengkonfirmasi laba harapan investor (Alkartobi, 2017). Informasi laba memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan investor. Sehingga tentunya laba akan memperoleh perhatian dari para investor. Laba yang dipublikasikan dapat memberikan respon yang bervariasi, yang menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba, atau dapat dikatakan bahwa laba yang dilaporkan memiliki reaksi pasar (*earnings response*). Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba tecermin dari tingginya koefisien respon laba (*earnings response coefficient*).

Pengertian Koefisien Respon Laba (*earnings response coefficient*) menurut Cho dan Jung (1991) dalam Nana (2014:121) didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi *abnormal returns* saham dan *unexpected earning*. Koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) juga merupakan koefisien yang mengukur respon *abnormal returns* sekuritas terhadap *unexpected accounting earnings* perusahaan-perusahaan yang menerbitkan sekuritas.

Dalam Arfan (2008), koefisien respon laba (ERC) merupakan pengaruh laba kejutan (*unexpected esrnings*) terhadap CAR (*cumulative abnormal return*) yang ditunjukkan melalui *slope coefficient* dalam regresi *abnormal return* saham dengan *unexpected earnings*, Hal ini menunjukkan

bahwa koefisien respon laba adalah reaksi CAR terhadap laba yang diumumkan oleh perusahaan. Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Tinggi rendahnya koefisien respon laba tergantung dari ”good news” atau ”bad news” yang terkandung dalam laba (Nana, 2014:121).

$$CAR_{i,t} = (-5,+5) = \sum_{t=-5}^{t=5} AR_{i,t}$$

$$E_{i,t} = \frac{S_{i,t} - S_{i,t-1}}{P_{i,t-1}}$$

6. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan yang terkait kontrol-kontrol aspek-aspek lingkungannya, serta pengkajian kinerja lingkungan yang didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan (ISO 14004 dan ISO 14001).

Pada tahun 2002 pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup meluncurkan suatu program untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan melalui lingkungan hidup bagi perusahaan melalui instrumen informasi yang kita kenal hingga saat ini, yaitu PROPER (program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam lingkungan hidup). Program ini menghimbau perusahaan untuk memberikan pandangan kepada investor mengenai aktivitas pengelolaan lingkungan oleh perusahaan.

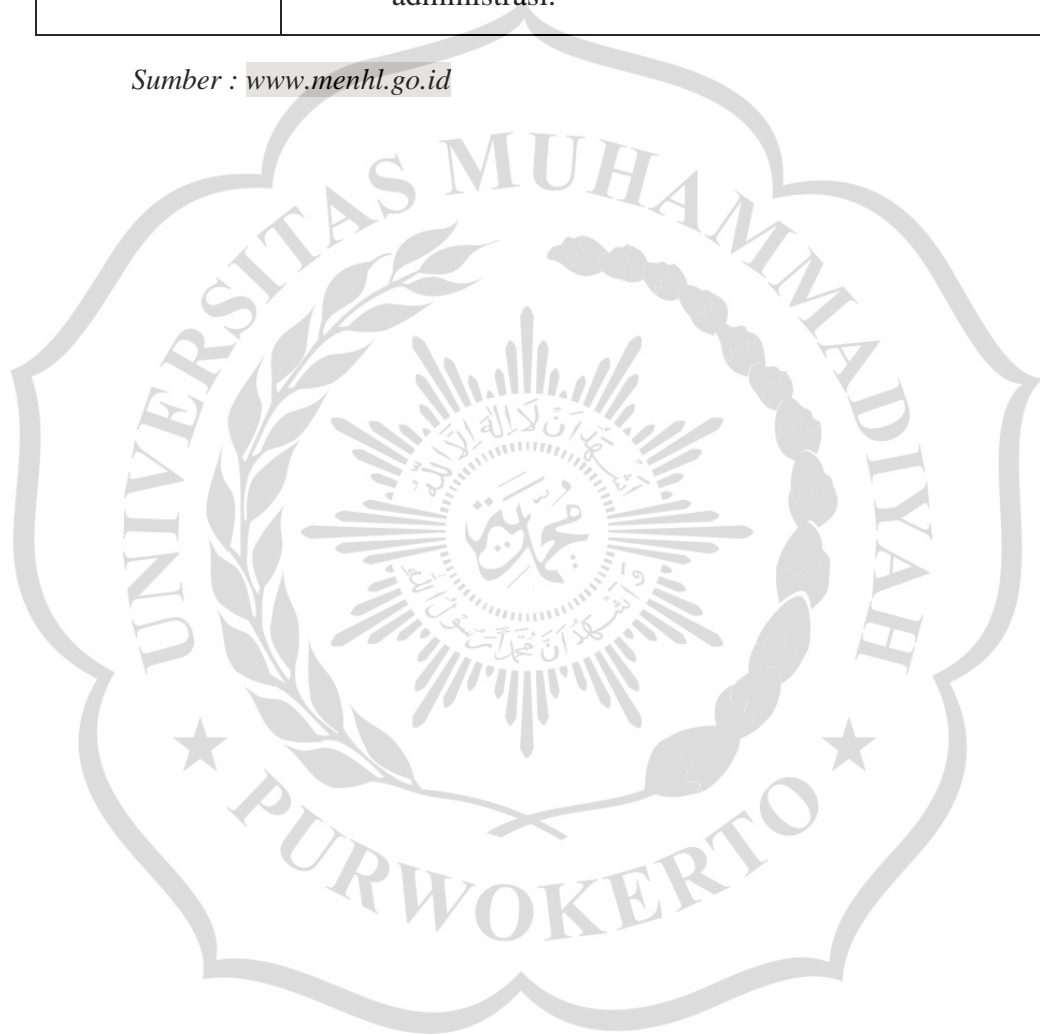
Dengan program ini diharapkan perusahaan mampu meningkatkan ketaatan dalam pengelolaan dan penataan lingkungan, karena hasil dari pemeringkatan ini akan diumumkan kepada publik, sehingga dapat membawa dampak bagi reputasi perusahaan (Djuitaningsih dan Ristiawati, 2011). Tujuan dari pelaksanaan PROPER ini tentunya untuk mendorong perusahaan menaati peraturan perundang-undangan melalui instrumen insentif dan disinentif reputasi dan mendorong perusahaan yang sudah melakukan kinerja yang baik dan menerapkan produksi bersih (*cleaner production*).

Tabel 2.1
Kriteria Peringkat Warna PROPER Berdasarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 18 Tahun 2010 Pasal 6

Warna	Definisi
Emas	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>enviromental excellency</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (<i>CSR/Comdev</i>) dengan baik.
Biru	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam

	peraturan perundang-undangan dan dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi
Hitam	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber : www.menhl.go.id



B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil
1	Ihdina, Afifudin dan Junaidi (2019). “Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Keinformatifan Laba dengan Kinerja lingkungan Sebagai Variabel Moderasi”	Profitabilitas, pemoderasian kinerja lingkungan	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba Kinerja lingkungan memoderasi profitabilitas
2	Mulyadi (2018). “Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Keinformatifan Laba dengan Kinerja lingkungan Sebagai Variabel Moderasi”	Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, pemoderasian kinerja lingkungan	Profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba Kinerja lingkungan memoderasi profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan
3	Mahboobe Hasanzade, Roya Darabi, dan Gholamreza Mahfoozi (2013). “Factors Affecting the Earning Response Coefficient : An Empirical study for Iran”.	<i>Growth Opportunities</i> dan profitabilitas	<i>Growth Opportunities</i> , dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap ERC
No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil

4	Khoerul Umam Sandi (2013). “Faktor-faktor yang mempengaruhi ERC”	Pertumbuhan perusahaan	Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC
5	Herawaty dan Wijaya (2016). “Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Keinformatifan Laba dengan Kinerja lingkungan Sebagai Variabel Moderasi”	Profitabilitas, pemoderasian kinerja lingkungan	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap keinformatifan laba Kinerja lingkungan tidak memoderasi profitabilitas
6	Apriliana (2014). “Analisis pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, dan Profitabilitas perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba”	Pertumbuhan Perusahaan	Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba
7	Alkartobi (2017). “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Koefisien Respon Laba”	Perumbuhan perusahaan	Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba
8	Prastowo (2017). “Pengaruh Ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan leverage terhadap <i>Earning Respon Coeficient</i> ”	Pertumbuhan perusahaan	Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>Earning Respon Coeficient</i>

No	Penulis dan Tahun	Variabel	Hasil
----	-------------------	----------	-------

9	Dewi dan Yadyana (2019). “Pengaruh profitabilitas dan leverage pada <i>Earning Respon Coeficient</i> dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi”	Profitabilitas	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap <i>Earning Respon Coeficient</i>
10	Gunawan (2015). “Determinan Koefisien Respon Laba”.	Profitabilitas	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap <i>Earning Respon Coeficient</i>

C. Kerangka Pemikiran

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Laba diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan (Lev dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Apabila profitabilitas ini dihubungkan dengan ERC maka dapat dikatakan bahwa profitabilitas yang tinggi pada sebuah perusahaan berarti laba yang dihasilkan meningkat sehingga menyebabkan ERC juga meningkat yang akan direspon positif oleh investor untuk menanamkan modalnya dibandingkan dengan perusahaan yang profitabilitasnya rendah. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki ERC yang tinggi pula dibanding dengan profitabilitas yang rendah. Sehingga, profitabilitas yang tinggi menyebabkan keinformatifan labanya tinggi pula.

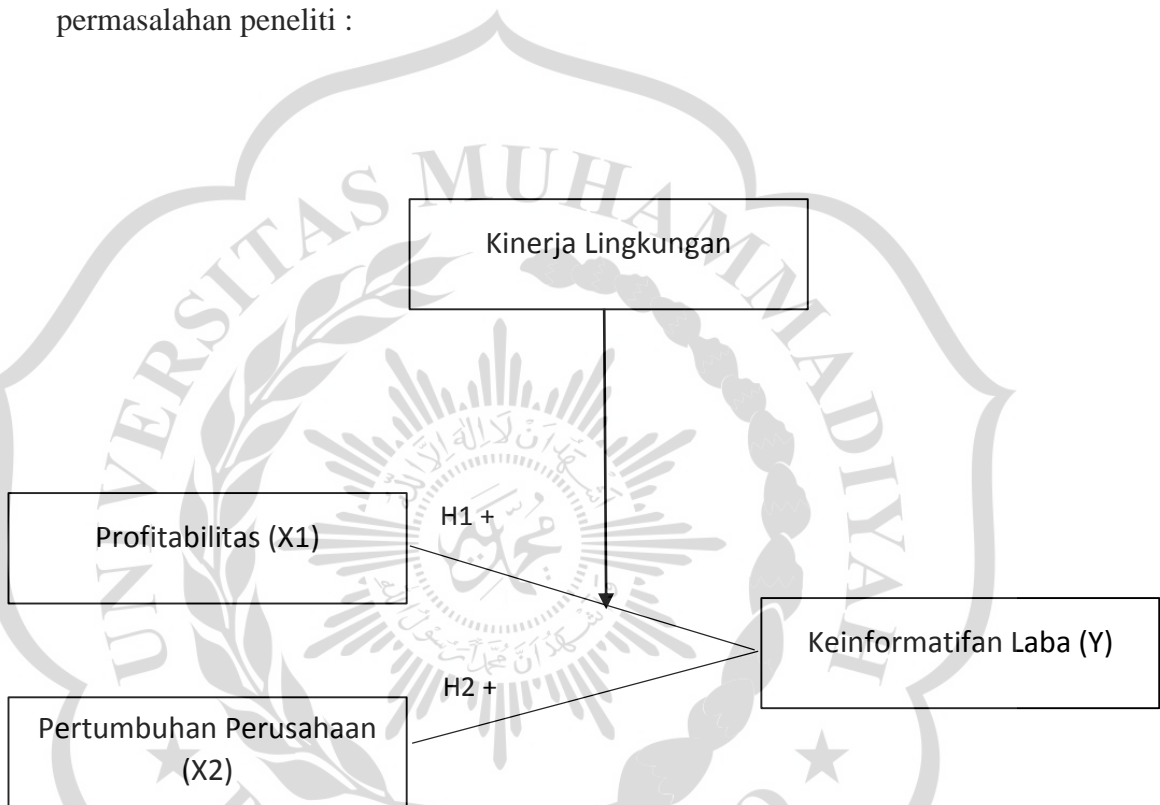
Pertumbuhan perusahaan bisa diartikan sebagai kemampuan laba perusahaan dalam menjelaskan prospek perusahaan dimasa depan. Kandungan

informasi dalam laba merupakan berita penting untuk meningkatkan respon pasar. Pada dasarnya perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang lebih besar akan berdampak pada ERC yang besar pula, karena apabila perusahaan bertumbuh maka akan menarik respon positif dari investor lebih besar karena harapan keuntungan yang akan didapatkan dari perusahaan semakin tinggi, Fauzan dan Purwanto (2017). Oleh karena itu kesempatan bertumbuh yang besar pada perusahaan mengakibatkan perusahaan akan mendapatkan kesempatan memperoleh laba yang besar.

Meningkatkan kinerja lingkungan memerlukan biaya dan akan menurunkan laba dalam kurun waktu tertentu, akan tetapi reputasi baik yang telah diperoleh perusahaan akan meningkatkan profitabilitas. Menurut Sari dan Ulupuni (2014) menyatakan bahwa manfaat pengelolaan kinerja lingkungan bagi perusahaan yakni akan meningkatkan citra yang baik dimata masyarakat yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan sehingga akan berdampak positif terhadap profitabilitas.

Perusahaan yang mementingkan kinerja lingkungan yang baik akan dapat memperbaiki pertumbuhan laba suatu perusahaan (Sari dan Ulupui, 2014). Maka dapat dipastikan dengan adanya dukungan kinerja lingkungan yang baik akan menciptakan hubungan antar pertumbuhan laba dengan keinformatifan laba yang baik pula. Oleh karena itu, jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang baik akan memberikan pertumbuhan laba dimasa depan baik pula karena jika kinerja lingkungan perusahaan sangat baik maka pertumbuhan perusahaan dimasa depan akan semakin baik.

Dari hasil uraian diatas telah menjelaskan apa yang diharapkan dalam penelitian ini, dalam hal pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap keinformatifan laba dengan kinerja lingkungan sebagai variabel moderasi, berikut adalah kerangka konseptual yang menggambarkan permasalahan peneliti :



Gambar 2.1

D. Hipotesis

1. Profitabilitas

Salah satu tujuan perusahaan adalah memperoleh laba atau profit untuk memberikan keuntungan bagi para pemegang sahamnya. Menurut Setiawati dkk, (2014) rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit selama satu periode. Apabila profitabilitas ini dihubungkan dengan *earning respon coefficient* atau koefisien respon laba maka, dapat diketahui jika perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan membuat laba yang dihasilkan meningkat sehingga akan membantu investor menanamkan modalnya dibandingkan dengan perusahaan yang mendapatkan profit rendah.

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan bahwa laporan keuangan perusahaan tersebut mengandung berita baik (Dewi dkk, 2016), karena jika profitabilitas dalam perusahaan tinggi maka investor akan melihat hal tersebut sebagai peluang untuk mendapatkan laba yang besar pula dengan cara menanamkan modalnya. Artinya semakin tinggi keuntungan atau profitabilitas suatu perusahaan maka respon dari investor akan lebih cepat karena dianggap akan lebih menguntungkan bagi investor.

Semakin meningkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar respon investor sehingga meningkatkan harga saham suatu perusahaan yang ditawarkan kepada para investor sehingga bisa dikaitkan dengan

earning respon coeficient maka akan terdapat pengaruh positif. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dkk. (2014) Aryanti dan Sisdyani (2016) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba. Maka hipotesis penelitian yang peneliti yang diajukan adalah :

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba.

2. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan bisa diartikan sebagai kemampuan laba perusahaan dalam menjelaskan prospek perusahaan dimasa depan. Kandungan informasi dalam laba merupakan berita penting untuk meningkatkan respon pasar. Pada dasarnya perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang lebih besar akan berdampak pada ERC yang besar pula, karena apabila perusahaan bertumbuh maka akan menarik respon positif dari investor lebih besar karena harapan keuntungan yang akan didapatkan dari perusahaan semakin tinggi, Fauzan dan Purwanto (2017). Oleh karena itu, kesempatan bertumbuh yang besar pada perusahaan mengakibatkan perusahaan akan mendapatkan kesempatan memperoleh laba yang besar.

Pertumbuhan perusahaan diteliti berhubungan positif dengan ERC (Collins dan Kothari; Bae dan Sami dalam Widiastuti, 2016). menurut Collins dan Kothari (1989), perusahaan bertumbuh akan mempunyai koefisien respon laba (ERC) yang lebih tinggi, karena perusahaan

mempunyai kesempatan memperoleh laba yang tinggi dimasa depan, jadi semakin tinggi pertumbuhan perusahaan semakin tinggi juga keinformatifan labanya. Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H2 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba.

3. Pengaruh Kinerja Lingkungan yang Memoderasi Hubungan Profitabilitas dan Keinformatifan Laba

Meningkatkan kinerja lingkungan memerlukan biaya dan akan menurunkan laba dalam kurun waktu tertentu, akan tetapi reputasi baik yang telah diperoleh perusahaan akan meningkatkan profitabilitas. Menurut Sari dan Ulupuni (2014) menyatakan bahwa manfaat pengelolaan kinerja lingkungan bagi perusahaan yakni akan meningkatkan citra yang baik dimata masyarakat yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan sehingga akan berdampak positif terhadap profitabilitas.

Menurut Fitriani dkk, (2015) menyatakan bahwa kinerja lingkungan perusahaan akan meningkatkan kepercayaan para *stakeholder* terutama para investor, oleh karena itu jika kinerja lingkungan perusahaan semakin baik maka akan mempengaruhi tingginya profitabilitas karena perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan lebih menarik konsumen karena sehingga akan memberikan profitabilitas yang tinggi dan akan mendapatkan respon yang baik dari investor. Maka hipotesis penelitian ini adalah:

H3 : Kinerja lingkungan memperkuat hubungan profitabilitas dengan keinformatifan laba.

4. Pengaruh Kinerja Lingkungan yang Memoderasi Hubungan Pertumbuhan Perusahaan dengan Keinformatifan Laba.

Perusahaan yang mementingkan kinerja lingkungan yang baik akan dapat memperbaiki pertumbuhan laba suatu perusahaan (Sari dan Ulupui, 2014). Maka dapat dipastikan dengan adanya dukungan kinerja lingkungan yang baik akan menciptakan hubungan antar pertumbuhan laba dengan keinformatifan laba yang baik pula. Oleh karena itu, jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang baik akan memberikan pertumbuhan laba dimasa depan baik pula karena jika kinerja lingkungan perusahaan sangat baik maka pertumbuhan perusahaan dimasa depan akan semakin baik. Sehingga suatu laba akan mengalami peningkatan yang akan memberikan sinyal kepada investor. Untuk itu kinerja lingkungan akan memperkuat pertumbuhan laba sehingga akan meningkatkan keinformatifan laba (Mulyadi, 2018). Maka hipotesis penenelitian adalah :

H4 : Kinerja lingkungan memperkuat hubungan pertumbuhan perusahaan dan keinformatifan laba.