

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil objek penelitian perusahaan telekomunikasi yang sudah listing dan aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Penulis tertarik untuk menjadikan perusahaan telekomunikasi sebagai objek penelitian karena adanya beberapa fenomena yang muncul di Indonesia.

Setelah berakhirnya monopoli yang dilakukan pemerintah di bidang telekomunikasi menurut Aziz (2015) saat ini Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan jumlah operator telekomunikasi terbanyak di dunia. Dengan banyaknya operator, perusahaan telekomunikasi dihadapkan dengan persaingan yang semakin ketat sehingga menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi produk, menjaga kualitas, menekan biaya produksi, menekan biaya modal, ekspansi, dan strategi lainnya untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Sebagai hasil dari adanya persaingan antar perusahaan operator telekomunikasi dapat dilihat dari perolehan laba bersih masing-masing perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia setiap tahunnya dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Daftar Pergerakan Laba Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2011-2017

No	Nama Perusahaan		Tahun						
			2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	PT. Indosat Ooredoo Tbk. (ISAT)	Laba (Rugi) (dalam milyar rupiah)	1.066,74	487,42	(2.672,00)	(1.878,20)	(1.163,50)	1.275,60	1.301,90
2	PT. Smartfren Telecom Tbk. (FREN)	Laba (Rugi) (dalam milyar rupiah)	(2.400,25)	(1.563,09)	(2.534,46)	(1.382,48)	(1.565,41)	(1.974,43)	(3.022,74)
3	PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. (TLKM)	Laba (Rugi) (dalam milyar rupiah)	15.470,00	18.352,00	20.290,00	21.274,00	23.317,00	29.172,00	32.701,00
4	PT. XL Axiata Tbk. (EXCL)	Laba (Rugi) (dalam milyar rupiah)	2.830,00	2.765,00	1.033,00	(804,00)	(25,00)	376,00	375,00

(Sumber: www.idx.co.id)

Dari tabel 1.1 hanya PT. Telkom Indonesia yang secara konsisten mencatatkan laba sedangkan PT. Smartfren Telecom selalu mencatatkan kerugian. Sementara PT. Indosat Ooredoo dan PT XL Axiata mencatatkan laba yang lebih fluktuatif.

Industri telekomunikasi adalah salah satu industri dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat dan membutuhkan banyak modal untuk melakukan investasi. Disisi lain Indonesia memiliki prospek konsumen yang luas dan terus berkembang didorong oleh fanatisme masyarakat Indonesia kepada perkembangan teknologi yang terus berganti dan bertambah fitur serta pertumbuhan jumlah penduduk terus meningkat yang membutuhkan layanan telekomunikasi dengan tarif terjangkau.

Saat ini terdapat empat perusahaan telekomunikasi yang secara konsisten listing dan aktif diperdagangkan di BEI selama periode 2011-2017. Berikut ini merupakan penjelasan untuk masing-masing perusahaan telekomunikasi:

a. PT Indosat Ooredoo Tbk (IDX : ISAT)

PT Indosat Ooredoo didirikan pada tanggal 10 November 1967 oleh pemerintah Republik Indonesia sebagai perusahaan penanaman modal asing yang menyediakan layanan telekomunikasi internasional di Indonesia. Perseroan mulai memasuki pasar selular Indonesia setelah mengakuisisi PT Satelindo dan mendirikan PT Indosat Multimedia Mobile serta mengintegrasikan perusahaan tersebut ke dalam Indosat pada tahun 2003. Pada tahun 2015 berubah nama menjadi PT Indosat Ooredoo setelah perusahaan telekomunikasi Qatar yang sebelumnya bernama Qtel dan menguasai 65 persen saham Indosat berubah nama menjadi Ooredoo.

Indosat Ooredoo menyediakan layanan selular, data tetap dan layanan *broadband* nirkabel serta layanan telekomunikasi tetap atau layanan suara tetap termasuk SLI, sambungan tetap nirkabel serta sambungan telepon tetap, dan layanan digital. Untuk pengguna telepon genggam Indosat memiliki layanan prabayar dengan merek dagang IM3 dan layanan pascabayar dengan merek dagang matrix. Pada akhir tahun 2016, pelanggan seluler IM3 Ooredoo dapat menikmati pengalaman keunggulan data di 112 kota besar dengan layanan 4G-LTE super cepat, yang menawarkan kecepatan mengunduh hingga 185 Mbps dan kecepatan mengunggah hingga 41 Mbps.

Indosat Ooredoo mendapat pernyataan efektif dari Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) untuk melakukan penawaran umum saham perdana di Bursa Efek Jakarta dan di Bursa Efek New York pada tanggal 23 September 1994. Indosat Ooredoo secara efektif menghapuskan pencatatan (*delisted*) di NYSE pada 17 Mei 2013 dan penghentian registrasi di US SEC pada akhir bulan Oktober 2014. Saat

ini komposisi kepemilikan saham Indosat Ooredoo dimiliki oleh PT Ooredoo Asia Pte. Ltd (65,00%), Pemerintah Indonesia (14,29%), dan Publik (20,71%).

(Sumber: Laporan Tahunan Perusahaan, 2016)

b. PT Smartfren Telecom Tbk (IDX : FREN)

Smartfren Telecom didirikan dengan nama PT Mobile-8 Telecom pada tanggal 2 Desember 2002. Pada tahun 2003 perseroan mengakuisisi dua operator telepon seluler berlisensi, yaitu Komselindo dan Metrosel. Setelah melakukan akuisisi PT Smart Telecom pada Januari 2011 kemudian perseroan melakukan perubahan nama dari PT Mobile-8 Telecom Tbk menjadi PT Smartfren Telecom.

Smartfren Telecom menyediakan layanan telekomunikasi berbasis teknologi CDMA dan 4G LTE. Perseroan menggunakan dua teknologi sekaligus, teknologi FDD dan TDD di frekuensi 800 MHz dan 2300 MHz untuk melayani pelanggan di jaringan 4G LTE tersebut, menjadikan Perseroan sebagai satu-satunya operator yang menerapkan jaringan 4G LTE *hybrid* yang pertama dan satu-satunya operator di Indonesia yang menyediakan layanan *Voice Over LTE* (VoLTE).

Smartfren Telecom melakukan pencatatan perdana saham pada Bursa Efek Indonesia pada bulan November 2006. Mayoritas saham Smartfren Telecom dimiliki oleh PT Bali Media Telekomunikasi (31,1%), PT Wahana Inti Nusantara (29,7%), PT Global Nusa Data (27,4%) dan sisanya dimiliki oleh Publik (11,8%). (Sumber: Laporan Tahunan Perusahaan, 2016)

c. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (IDX : TLKM)

Telkom Indonesia didirikan pada tanggal 23 Oktober 1856, ketika Pemerintahan Belanda untuk pertama kalinya di Indonesia menyediakan layanan telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Batavia (Jakarta) dan Bogor. Pemerintah Indonesia mengubah status jawatan menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (“PN Postel”) pada tahun 1961. Pada tahun 1965, Pemerintah melakukan *spin-off* jasa telekomunikasi dengan membentuk badan baru Perusahaan Negara Telekomunikasi (“PN Telekomunikasi”). PN Telekomunikasi menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi Indonesia (Perumtel) pada tahun 1974 dan kemudian menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP No.25 Tahun 1991 hingga sekarang.

Saat ini Telkom mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Enam portofolio produk adalah *Mobile*, *Fixed*, *Wholesale & International*, *Network Infrastructure*, *Enterprise Digital*, dan *Consumer Digital*. Telkom Indonesia dan anak perusahaannya juga menyediakan beragam layanan komunikasi seperti layanan telepon rumah, telepon selular, interkoneksi jaringan telepon, internet, VoIP (*Voice over Internet Protocol*), *Value Added Services* (VAS) dan IT *Outsourcing* (ITO), *e-Payment* dan IT *enabler Services* (ITes), *Pay TV*, Ring Back Tone (RBT), SMS Content, dan sewa transponder VSAT.

Saham PT Telkom Indonesia dicatatkan di BEI/IDX dan NYSE pada 14 November 1995 dengan kode saham “TLKM” di BEI, Jakarta, Indonesia dan “TLK” di NYSE, New York, Amerika Serikat. Saham Telkom Indonesia dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia (52,09%) dan sisanya dimiliki oleh Publik (47,91%).

(Sumber: Laporan Tahunan Perusahaan, 2016)

d. PT XL Axiata Tbk (IDX : EXCL)

Pada awal didirikan pada tanggal 6 Oktober 1989 dengan nama PT Grahametropolitan, XL Axiata memulai usaha sebagai perusahaan dagang dan jasa umum. XL Axiata memasuki sektor telekomunikasi setelah mendapatkan izin operasi GSM 900 dan secara resmi meluncurkan layanan GSM pada tahun 1996. Dengan demikian, XL Axiata menjadi perusahaan swasta pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telepon seluler. Melalui perjanjian kerjasama dengan Grup Rajawali dan tiga investor asing (NYNEX, AIF dan Mitsui), nama XL Axiata diubah menjadi PT Excelcomindo Pratama. Pada tahun 2009 PT Excelcomindo Pratama Tbk. berganti nama menjadi PT XL Axiata Tbk. untuk kepentingan sinergi setelah TMI sebagai induk perusahaan berganti nama menjadi Axiata Group Berhad (“Axiata”).

XL Axiata menyediakan layanan bagi pelanggan ritel dan menawarkan solusi bisnis untuk pelanggan korporat. Layanan-layanan ini meliputi data, *voice*, SMS, dan layanan bernilai tambah telekomunikasi seluler lainnya. XL Axiata mengoperasikan jaringan pada teknologi GSM 900/DCS 1800 dan IMT-2000/3G. XL Axiata juga memegang Izin Penyelenggaraan Jasa Penyediaan Konten, Izin

Penyelenggaraan Jasa Akses Internet (ISP), Izin Penyelenggaraan Jasa Interkoneksi Internet (NAP), Izin Penyelenggaraan Jasa Internet Teleponi untuk Keperluan Publik (VoIP), Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Tertutup (*Closed Fixed Network/Leased Line*) serta Izin Penyelenggaraan Penyelenggaraan Jasa Pengiriman Uang dan Izin Penerbit *E-Money* dari Bank Indonesia yang memungkinkan XL Axiata untuk dapat menyediakan jasa pengiriman uang kepada pelanggannya.

Saham XL Axiata dicatatkan di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 29 September 2005. Mayoritas saham XL Axiata dimiliki oleh Axiata melalui Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd (66,4%) dan sisanya dipegang oleh Publik (33,6%).

(Sumber: Laporan Tahunan Perusahaan, 2016)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi khususnya di bidang ekonomi akan terjadi persaingan bebas terkendali, artinya bebas tetapi dalam batas-batas peraturan WTO (*World Trade Organization*). Semua aturan perundangan negara anggota WTO disesuaikan berdasarkan pada kesepakatan bersama yang dicapai oleh organisasi ekonomi regional ataupun organisasi perdagangan dunia. Hal ini berpengaruh pada industri telekomunikasi di Indonesia dari utilitas menjadi komoditi perdagangan sebagaimana yang telah diatur dalam kesepakatan WTO dan telah diratifikasi Pemerintah Indonesia dengan Undang-undang Nomor 7 tahun 1994. Beralihnya fungsi telekomunikasi tersebut menurut Qomariastuti (2009) mengakibatkan perubahan dan terjadinya transformasi struktur pasar telekomunikasi dari monopoli ke persaingan.

Dengan berakhirnya monopoli yang dilakukan pemerintah di bidang telekomunikasi menurut Aziz (2015) saat ini Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan jumlah operator telekomunikasi terbanyak di dunia jika dibandingkan dengan populasinya. Indonesia memiliki tujuh operator seluler yaitu PT. Hutchison 3 Indonesia (Tri), PT. XL Axiata (XL), PT. Indosat Ooredoo (Indosat), PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia (Ceria), PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), PT. Smartfren, dan PT. Bakrie Telecom. Dengan banyaknya operator, perusahaan telekomunikasi dihadapkan dengan persaingan yang semakin ketat sehingga menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi produk, menjaga kualitas, menekan biaya produksi,

menekan biaya modal, ekspansi, dan strategi lainnya untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Sebagai hasil dari adanya persaingan antar perusahaan operator telekomunikasi dapat dilihat dari perolehan laba bersih masing-masing perusahaan setiap tahunnya pada tabel 1.1, dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa terdapat beberapa perusahaan yang mengalami penurunan laba bersih setiap tahunnya diakibatkan persaingan yang ketat, seperti yang dialami PT. Smartfren Telecom. Di tengah persaingan yang ketat, industri telekomunikasi adalah salah satu industri dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat dan membutuhkan banyak modal untuk melakukan investasi.

Indonesia memiliki prospek konsumen yang luas dan terus berkembang didorong oleh fanatisme masyarakat Indonesia kepada perkembangan teknologi yang terus berganti dan bertambah fitur serta pertumbuhan jumlah penduduk terus meningkat yang membutuhkan layanan telekomunikasi dengan tarif terjangkau. Fenomena tersebut menjadikan industri jasa telekomunikasi Indonesia termasuk sektor industri yang menarik untuk diteliti.

Saat ini terdapat enam perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Keenam perusahaan tersebut adalah PT. XL Axiata (XL), PT. Indosat Ooredoo (Indosat), PT. Telkom Indonesia, PT. Smartfren, PT Inovisi Infracom dan PT. Bakrie Telecom. Dari keenam perusahaan tersebut PT Bakrie Telecom tidak konsisten dalam mempublikasikan laporan keuangannya dan PT Inovisi Ifracom dinyatakan delisting oleh Bursa Efek Indonesia, sehingga dalam penelitian ini terdapat empat perusahaan telekomunikasi yang dijadikan objek penelitian.

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar dapat mencukupi kebutuhan modal perusahaan adalah dengan menawarkan kepemilikan perusahaan berupa saham kepada masyarakat (*go public*). Sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan modal jangka panjang dari masyarakat umum dengan cara menawarkan kepemilikan berupa saham adalah pasar modal.

Pasar modal menurut Samsul (2015:6) adalah sarana bagi pihak yang membutuhkan modal jangka panjang dari masyarakat umum atau investor. Pihak yang membutuhkan modal adalah pihak swasta, perusahaan, ataupun pemerintah. Modal jangka panjang yang dibutuhkan dapat ditawarkan kepada masyarakat dalam bentuk saham. Saham adalah tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan. Keputusan investor untuk menanamkan modal tidak terlepas dari

ekspektasi investor terhadap *return* yang dapat diperoleh dari investasi yang ditanamkan di suatu perusahaan. *Return* merupakan hasil yang diperoleh investor dari hasil investasi yang dilakukannya terhadap suatu perusahaan. Ekspektasi dari para investor terhadap investasi yang ditanamkannya disuatu perusahaan adalah memperoleh tingkat *return* yang maksimal dari yang mereka investasikan.

Salah satu informasi yang diperlukan di pasar modal adalah laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan menurut Kasmir (2015:7) adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Dengan adanya laporan keuangan suatu perusahaan akan dapat diketahui kondisi informasi keuangan perusahaan secara menyeluruh meliputi asset, liabilitas, ekuitas, pendapatan, laba, dan beban termasuk keuntungan dan kerugian. Informasi yang diterbitkan dalam laporan keuangan oleh perusahaan akan di respon baik oleh para investor apabila laba yang dilaporkan tersebut berkualitas. Informasi laba bersih perusahaan secara umum merupakan perhatian utama investor tertarik untuk berinvestasi atau tidak. Informasi laba bersih yang diperoleh bisa dijadikan dasar untuk menilai seberapa besar nilai *return* investor dari setiap saham yang dibelinya.

Reaksi pasar modal terhadap informasi laba dapat diukur menggunakan *Earnings response coefficient* (ERC). Menurut Hartono (2008:581) ERC adalah besarnya koefisien slope dalam regresi yang menghubungkan laba sebagai salah satu variabel bebas dan *return* sebagai variabel terikat. ERC dapat digunakan untuk mengindikasikan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan. Susanto (2012) mendefinisikan ERC adalah ukuran besaran *abnormal return* suatu sekuritas sebagai respon terhadap komponen laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. Pada kondisi pasar yang efisien adanya *abnormal return* yang positif akan memicu kenaikan volume perdagangan saham, begitu pula sebaliknya dengan *abnormal return* yang negatif dapat memicu penurunan volume perdagangan saham. Bagi Investor ERC penting untuk mengambil keputusan terkait dengan informasi laba dengan *return* karena ERC yang tinggi memberikan informasi yang lebih dan laba yang dilaporkan berkualitas.

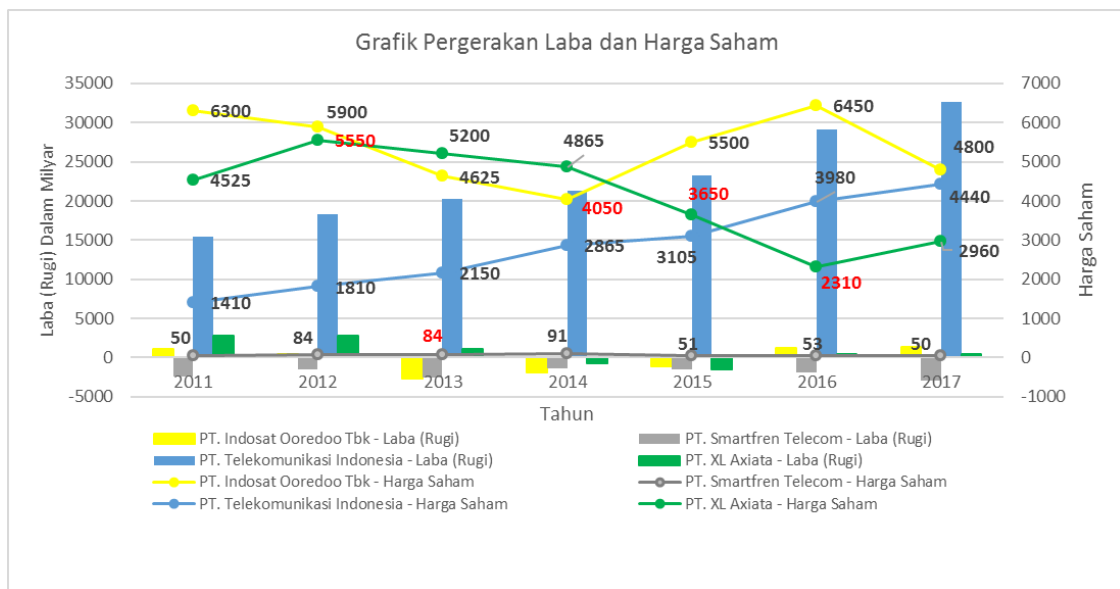
Earnings response coefficient yang diartikan sebagai respon terhadap perubahan harga saham yang diakibatkan oleh penerbitan laporan keuangan, artinya ketika suatu perusahaan memperoleh laba, maka laba tersebut akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut. Sebaliknya jika perusahaan mengalami kerugian maka akan menurunkan harga

saham. Akan tetapi ada beberapa fenomena yang tidak sejalan dengan teori yang dijabarkan sebelumnya.

Tabel 1.2 Daftar Laba dan Pergerakan Harga Saham Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2011-2017

No	Nama Perusahaan		Tahun						
			2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	PT. Indosat Ooredoo Tbk. (ISAT)	Laba (Rugi) (dalam milyar rupiah)	1.066,74	487,42	(2.672,00)	(1.878,20)	(1.163,50)	1.275,60	1.301,90
		Harga saham	6.300	5.900	4.625	4.050	5.500	6.450	4.800
2	PT. Smartfren Telecom Tbk. (FREN)	Laba (Rugi) (dalam milyar rupiah)	(2.400,25)	(1.563,09)	(2.534,46)	(1.382,48)	(1.565,41)	(1.974,43)	(3.022,74)
		Harga saham	50	84	84	91	51	53	50
3	PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. (TLKM)	Laba (Rugi) (dalam milyar rupiah)	15.470,00	18.352,00	20.290,00	21.274,00	23.317,00	29.172,00	32.701,00
		Harga saham	1.410	1.810	2.150	2.865	3.105	3.980	4.440
4	PT. XL Axiata Tbk. (EXCL)	Laba (Rugi) (dalam milyar rupiah)	2.830,00	2.765,00	1.033,00	(804,00)	(25,00)	376,00	375,00
		Harga saham	4.525	5.550	5.200	4.865	3.650	2.310	2.960

(Sumber: www.idx.co.id)



Gambar 1.1 Grafik Pergerakan Laba dan Harga Saham

Dapat dilihat pada tabel 1.2 dan gambar 1.1 ada beberapa fenomena yang tidak sejalan dengan teori yang dijabarkan sebelumnya antara lain pada perusahaan ISAT rugi perusahaan menurun dari Rp 2.672 M pada tahun 2013 menjadi Rp 1.878 M pada tahun 2014. Akan tetapi penurunan rugi tersebut tidak membuat kenaikan harga saham perusahaan, harga saham mengalami penurunan dari Rp 4.625 pada tahun 2013 menjadi Rp 4.050 pada tahun 2014.

Pada perusahaan FREN rugi perusahaan mengalami kenaikan dari Rp 1.563 M pada tahun 2012 menjadi Rp 2.534 M pada tahun 2013. Akan tetapi harga saham tidak mengalami penurunan, harga saham tetap Rp 84 pada tahun 2012 dan tahun 2013.

Pada perusahaan EXCL laba perusahaan menurun dari Rp 2.830 M pada tahun 2011 menjadi Rp 2.765 M pada tahun 2012. Akan tetapi harga saham mengalami peningkatan dari Rp 4.525 pada tahun 2011 menjadi Rp 5.550 pada tahun 2012. Perusahaan juga mengalami penurunan rugi dari Rp 804M pada tahun 2014 menjadi Rp 25M pada tahun 2015. Akan tetapi harga saham mengalami penurunan dari Rp 4.865 pada tahun 2014 menjadi Rp 3.650 pada tahun 2013. Pada tahun 2016 perusahaan berhasil memperoleh laba Rp 376M dibandingkan dengan kerugian yang dialami pada tahun 2015 sebesar Rp 25M. Akan tetapi harga saham mengalami penurunan dari Rp 3.650 pada tahun 2015 menjadi Rp 2.310 pada tahun 2016.

Variabel yang mempengaruhi respon pasar terhadap *earnings response coefficient* datang dari lingkungan eksternal maupun internal perusahaan. Variabel yang datang dari internal perusahaan seperti rasio likuiditas, *leverage*, profitabilitas, *growth* dan *firm size* yang bisa mempengaruhi ERC. Variabel yang datang dari internal tersebut disebut sebagai analisis fundamental. Analisis fundamental adalah analisis yang mencoba memperkirakan harga saham di masa yang akan datang dengan mengestimasi nilai-nilai faktor fundamental yang akan mempengaruhi ERC dan mengharapkan hubungan-hubungan variabel tersebut. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa *earnings response coefficient* dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain rasio likuiditas, *leverage*, profitabilitas, *growth* dan *firm size*.

Rasio likuiditas atau sering juga disebut rasio modal kerja menurut Kasmir (2015:145) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Artinya ketika perusahaan ditagih terkait utang yang jatuh tempo, dengan menilai rasio likuiditas ini kita dapat melihat kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhinya kewajibannya. Perusahaan dengan likuiditas tinggi akan memiliki risiko yang relatif kecil sehingga kreditur merasa yakin dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan dan investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang rendah memiliki risiko yang tinggi sehingga likuiditas perusahaan perlu dipertimbangkan dalam hal pengambilan keputusan investasi terkait *earnings response coefficients*.

Penelitian yang dilakukan Dewi (2017) pada 50 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2014 dan penelitian yang dilakukan Cheng (2010) pada 14 perusahaan perbankan yang terdaftar di China Stock Exchange tahun 2002-2008 menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dira (2014) pada 33 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011 yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficients*.

Pada penelitian ini rasio likuiditas diwakili oleh *current ratio*. Menurut Kasmir (2015:134) CR merupakan rasio likuiditas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. *Current ratio* dipilih karena mampu menjadi indikator sampai sejauh mana klaim dari kreditor jangka pendek telah ditutupi oleh aktiva lancar. Investor dapat mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Dewi (2017) menunjukkan bahwa likuiditas yang diwakili dengan CR memberikan pengaruh positif terhadap *earnings response coefficients*.

Rasio *Leverage* menurut Kasmir (2015:151) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri. Seperti diketahui, dalam mendanai usahanya, perusahaan memiliki beberapa sumber dana. Sumber-sumber dana yang dapat diperoleh dari pinjaman atau modal sendiri. Perusahaan yang tingkat leveragenya tinggi berarti memiliki hutang yang lebih besar dibandingkan modal. Dengan demikian jika terjadi peningkatan laba maka yang diuntungkan adalah pemberi hutang, sehingga semakin baik kondisi laba perusahaan maka semakin negatif respon pemegang saham karena pemegang saham beranggapan bahwa laba tersebut hanya menguntungkan kreditor.

Penelitian yang dilakukan oleh Mulyani (2007) pada 255 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2001-2015 menunjukkan menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Namun penelitian yang dilakukan Paramita (2012) pada 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2009 dan penelitian Radchobeh (2011) pada 140 perusahaan yang terdaftar di *Tehran Stock Exchange* tahun 2004-2010 menunjukkan bahwa leverage memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Hasil

yang sama didapatkan dari penelitian Hasanzade (2013) pada 202 perusahaan yang terdaftar di *Tehran Stock Exchange* tahun 2006-2012 menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*.

Pada penelitian ini rasio *leverage* diwakili oleh *debt to equity ratio*. Menurut Murhadi (2013:61) DER merupakan rasio hutang yang digambarkan dengan perbandingan antara seluruh hutang, dengan ekuitas perusahaan. DER dipilih karena bagi investor rasio ini mampu mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan dan memperlihatkan setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang (Kasmir, 2015:158). Hasil penelitian yang dilakukan Paramita (2012) menunjukkan bahwa *leverage* yang diwakili dengan DER memberikan pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap *earnings response coefficients*.

Rasio profitabilitas menurut Kasmir (2015:196) merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Profitabilitas sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor di suatu perusahaan mampu memberikan return yang sesuai dengan tingkat yang disyaratkan investor. Menurut Setiawati (2014) perusahaan dengan profitabilitas tinggi juga mempunyai *earnings response coefficient* yang besar dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah.

Penelitian yang dilakukan oleh Fajar (2016) pada 28 perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014 menunjukkan bahwa secara simultan profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* sedangkan secara parsial tidak berpengaruh. Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2014) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012 menunjukkan hasil yang sama bahwa secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Setiawati (2014) pada 97 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011 menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Pada penelitian ini rasio profitabilitas diwakili oleh *return on asset*. Menurut Murhadi (2013:64) ROA merupakan rasio yang mencerminkan seberapa besar *return* yang dihasilkan atas setiap rupiah uang yang ditanamkan dalam bentuk aset. ROA dipilih

karena bagi investor rasio ini merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya dan mampu menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri (Kasmir, 2012:202). Hasil penelitian yang dilakukan Fajar (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diwakili dengan ROA memberikan pengaruh secara simultan terhadap *earnings response coefficients*.

Menurut Kasmir (2012:107) pertumbuhan perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan perusahaan ini meliputi pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba bersih, pertumbuhan pendapatan per saham dan pendapatan dividen per saham. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan pesat cenderung lebih mendapat respon oleh investor dari pada perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang lambat. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin besar kesempatan tumbuh perusahaan maka semakin tinggi kesempatan perusahaan mendapatkan atau menambah laba yang diperoleh perusahaan pada masa mendatang. Laba yang diperoleh perusahaan akan digunakan oleh perusahaan untuk lebih berkembang sehingga laba dan aset perusahaan pada masa yang akan datang meningkat.

Penelitian dilakukan oleh Rofika (2015) pada 85 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 dan penelitian Hasanzade (2013) pada 202 perusahaan yang terdaftar di *Tehran Stock Exchange* tahun 2006-2012 menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap *earning response coefficient*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Setiawati (2014) pada 97 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011 menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Pada penelitian ini pertumbuhan perusahaan diwakili oleh *price book value*. PBV adalah rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan. PBV dipilih karena didasarkan pada pertimbangan bahwa seluruh sampel perusahaan adalah perusahaan telekomunikasi *go public* yang sahamnya beredar di BEI, sehingga data untuk mengukur pertumbuhan perusahaan dengan nilai pasar perusahaan lebih mudah untuk di dapat untuk dijadikan sampel. Menurut Tryfino (2009:11) PBV dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham. Hasil penelitian yang

dilakukan Rofika (2015) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan yang diwakili dengan PBV berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficients*.

Selain rasio keuangan dan pertumbuhan perusahaan terdapat faktor lain yang diduga mempengaruhi ERC yaitu *firm size*. *Firm size* adalah suatu skala yang dapat menentukan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain: total aktiva, total penjualan, jumlah modal, nilai kapitalisasi pasar, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pengelompokan perusahaan berdasarkan skala operasi (besar dan kecil) dapat dipakai oleh investor sebagai salah satu variabel dalam menentukan keputusan investasi (Siregar, 2010). Perusahaan yang berukuran besar lebih diminati oleh para investor untuk menanamkan modalnya dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil. Dengan tersedianya modal tersebut maka memberikan kemudahan perusahaan untuk melaksanakan peluang investasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zakaria (2012) pada 334 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia tahun 2002-2007 dan penelitian Mulyani (2007) pada 255 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2001-2005 menunjukkan bahwa *firm size* berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Namun dalam penelitian lain menurut Rofika (2015) pada 85 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 dan penelitian yang dilakukan oleh Paramita (2012) pada 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2009 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

Pada penelitian ini *firm size* diwakili oleh total aset yang dimiliki perusahaan. Total aset dipilih karena menurut Hartono (2013:422) *firm size* dapat diproksikan dengan nilai logaritma dari total aset, perusahaan yang memiliki total aset yang besar memiliki arus kas positif dan mampu menghasilkan laba. Hasil penelitian yang dilakukan Setiawati (2014) dan Mulyani (2007) menunjukkan bahwa *firm size* yang diukur dengan total aset memberikan pengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficients*.

Kemudian adanya kenyataan yang bertolak belakang dengan teori yang ada serta didukung oleh penelitian terdahulu, maka penulis ingin menguji kembali teori yang menyatakan bahwa rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Hal ini dilakukan untuk melihat konsistensi temuan penelitian terdahulu, terlebih lagi ada perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu rasio yang digunakan, tahun, dan objek

penelitian sehingga diharapkan memiliki hasil yang berbeda. Berdasarkan dari latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage, Rasio Profitabilitas, *Growth Opportunities*, dan *Firm Size* Terhadap *Earning Response Coefficient* (Studi pada Perusahaan Telekomunikasi yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2017)”.

1.3 Rumusan Masalah

Earning response coefficient atau ERC oleh beberapa peneliti dinilai mampu memberikan informasi mengenai reaksi harga saham yang terjadi pada pasar modal, serta menjadi alat untuk melihat perkembangan maupun pertumbuhan suatu perusahaan. Namun masih ada faktor yang menyebabkan *Earning response coefficient* ini belum bisa menjelaskan kondisi maupun reaksi pasar terhadap peristiwa yang terjadi di pasar modal.

Faktor yang umumnya terjadi adalah keterbatasan waktu yang dilakukan dalam pengujian *Earning response coefficient* ini. Faktor lainnya adalah adanya variabel-variabel internal yang dapat mempengaruhi perubahan nilai atas *Earning response coefficient* diantaranya rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size*. Sehingga *Earning response coefficient* tidak hanya dipengaruhi dari peristiwa keuangan yang terjadi namun juga dapat dipengaruhi peristiwa-peristiwa internal perusahaan. Dari hasil pencarian literatur di Indonesia, belum banyak ditemukan penelitian terpublikasi mengenai pengaruh rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size* terhadap *earning response coefficient*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dipergunakan analisis rasio keuangan yang diwakili oleh rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size* yang dapat digunakan untuk menganalisis *earning response coefficient*. Dengan demikian, pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana perkembangan dari rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, *firm size* dan *earning response coefficient* pada perusahaan telekomunikasi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2017?

- b. Bagaimana pengaruh dari rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size* secara simultan terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan telekomunikasi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2017?
- c. Bagaimana pengaruh dari rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size* secara parsial terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan telekomunikasi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2017?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan dari rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, *firm size* dan *earning response coefficient* pada perusahaan telekomunikasi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2017.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size* secara simultan terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan telekomunikasi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2017.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size* secara parsial terhadap *earning response coefficient* pada perusahaan telekomunikasi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2017.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1.6.1 Aspek Teoritis

- a. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dan penelitian yang dilakukan dapat digunakan sebagai bahan kajian antara teori dan praktek tentang pengaruh rasio keuangan, *growth opportunity*, dan *firm size* terhadap *earning response coefficient*.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pendalaman penelitian selanjutnya. Sehingga dapat bermanfaat sebagai acuan dan sumber informasi bagi yang akan melakukan penelitian dengan tema dan atau objek penelitian yang sama.

c. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan dan sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang keuangan terutama mengenai analisis rasio keuangan, *growth opportunity*, *firm size*, dan *Earning Response Coefficient*.

1.6.2 Aspek Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan suatu masukan, bahan evaluasi bagi manajemen perusahaan dalam menilai reaksi pasar yang diukur menggunakan *Earning Response Coefficient*, dan dapat meningkatkan kualitas strategis di masa yang akan datang.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi para investor maupun calon investor untuk memperoleh informasi mengenai rasio-rasio keuangan, *growth opportunities*, *firm size*, dan *earning response coefficient* sehingga investor dapat lebih cermat dalam mengambil keputusan berinvestasi secara optimal dari beberapa perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari Agustus 2018 sampai September 2018. Periode penelitian ini menggunakan emiten yang bergerak di bidang telekomunikasi yang terdaftar dan aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2011-2017.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran penulisan dalam penelitian ini, berikut ini merupakan sistematika penulisan yang berisi informasi umum yang akan dibahas di setiap babnya.

Bab I Pendahuluan

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang mengangkat fenomena yang menjadi isu penting sehingga layak untuk diteliti disertai dengan argumentasi teoritis yang ada, perumusan masalah yang didasarkan pada latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang akan digunakan.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Bab ini berisi landasan teori yang berhubungan dengan tema penelitian seperti teori rasio-rasio keuangan, *growth opportunities*, *firm size*, dan *earning response coefficient* serta teori penunjang dalam memecahkan masalah, variabel penelitian yang digunakan, serta menjelaskan penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian, dan membahas kerangka pemikiran yang akan mengantarkan pada hipotesis penelitian juga ruang lingkup penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan jenis penelitian yang akan digunakan, variabel operasional dan skala pengukuran, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menguraikan proses pengolahan data, analisis hasil pengolahan tersebut dengan metoda yang telah ditetapkan sebelumnya, dan pembahasan mengenai pengaruh variabel independen (rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size*) terhadap variabel dependen (*earning response coefficient*).

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan terhadap pengaruh rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *profitabilitas*, *growth opportunities*, dan *firm size* terhadap *earning response coefficient* dan merumuskan rekomendasi sesuai hasil penelitian untuk penelitian mendatang.