

**PENGARUH PERSISTENSI LABA, *GROWTH OPPORTUNITIES*, DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP RELEVANSI NILAI LABA
AKUNTANSI**

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Selama Periode
2013-2015)

Oleh :

Nia Chanzenia Faradilla,

H. Noor Shodiq Ask, SE., MM dan

Junaidi

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang

Malang-Indonesia

E-mail: Chanzenia@gmail.com / No.tlp: 085706606024

ABSTRACT

This study aimed to test whether (1) the effect of earnings persistence on the value relevance of accounting earnings, (2) growth opportunities on the value relevance of accounting earnings, and (3) the influence of firm size on the value relevance of accounting earnings in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange.

The population in this study was companies of manufacturing listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2013 to 2015. Samples was determined by purposive sampling method and obtain 46 manufacturing companies. The data used in this study are secondary, data obtained from official website www.idx.co.id dan www.yahooofinance.com.

*Based on the result of the analysis can be put forward several conclusion as follow: (1) the result of *F* test shows that earnings persistence, growth opportunities, and firm size simultaneously has no significant effect on value relevance of accounting earnings. (2) the result of *t* test shows that earnings persistence, growth opportunities, and firm size partialously has no significant effect on value relevance of accounting earnings.*

Keywords : Value relevance of accountings earnings, earnings persisistence, growth opportunities, and firm size

PENDAHULUAN

Pasar modal di Indonesia bukan sebagai penggerak utama roda perekonomian negara, namun demikian peran pasar modal tetap dipandang penting sebagai alternatif bagi pendanaan dan sarana berinvestasi. Pasar modal Indonesia saat ini sedang dalam proses pembentukan menuju pendewasaan pelaku pasar, ada kecenderungan bahwa para investor mempertimbangkan informasi akuntansi sebelum membuat keputusan investasi. Informasi akuntansi bagi perusahaan yang terdaftar di pasar modal mempunyai peranan sangat penting dalam membentuk pasar modal yang efisien. Informasi akuntansi dalam arti bentuk dan isinya dapat mempunyai pengaruh yang kuat terhadap proses pengambilan keputusan investasi.

Informasi akuntansi merupakan kandungan informasi yang dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan melalui teknik analisis fundamental. Analisis fundamental atau analisis laporan keuangan (*financial statements analysis*) bertujuan untuk menyediakan data yang berhubungan dengan perusahaan yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan investasi. Konsep relevansi nilai informasi akuntansi dan konsep *decision usefulness of accounting information* saling terkait. Relevansi nilai informasi akuntansi menekankan pada “*how accounting information has a value relevant for market participants (investors)?*”, sedangkan konsep *decision usefulness of accounting information* menekankan pada “*how financial statements can be more useful?*”. Konsekuensi dari konsep ini adalah bahwa informasi akuntansi yang terkandung dalam laporan keuangan harus memberikan nilai manfaat (*useful*) kepada para penggunanya (*users*) dalam hal pengambilan keputusan. Konsep relevansi nilai informasi akuntansi menjelaskan tentang bagaimana investor bereaksi terhadap pengumuman informasi akuntansi. Reaksi ini akan membuktikan bahwa kandungan informasi akuntansi merupakan isu yang sangat penting dan menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan investasi, sehingga dapat dikatakan bahwa informasi akuntansi bermanfaat (*useful*) bagi investor (Scott, 2009).

Relevansi nilai merupakan pelaporan angka-angka akuntansi yang memiliki suatu prediksi berkaitan dengan nilai-nilai pasar ekuitas. Konsep relevansi nilai tidak lepas dari kriteria relevan dari standar akuntansi keuangan karena jumlah suatu angka akuntansi akan relevan jika jumlah yang disajikan merefleksikan informasi-informasi yang relevan dengan penilaian suatu

perusahaan (Mayang, 2004). Dan salah satu informasi akuntansi yang paling banyak diperhatikan pada laporan keuangan adalah laba. Pasar yang bereaksi pada pengumuman laba menunjukkan bahwa laba yang diumumkan oleh perusahaan mengandung informasi. Hal ini menandakan adanya relevansi nilai laba akuntansi terhadap harga saham sebagai bentuk reaksi pasar tersebut. Untuk menguji kandungan informasi laba terdapat dua pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan asosiasi dan pendekatan peristiwa. Studi asosiasi sering disebut juga dengan studi koefisien respon laba (*earnings response coefficient* atau ERC) (Soewardjono, 2005). Beberapa faktor yang mempengaruhi relevansi nilai laba akuntansi yang diukur dengan koefisien respon laba, diantaranya: persistensi laba, *growth opportunities* struktur modal, ukuran perusahaan dan alokasi pajak antar periode (Jalil, 2009).

Persistensi laba menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan laba dari waktu ke waktu. Persistensi laba dapat dilihat dari inovasi laba tahun berjalan yang dihubungkan dengan perubahan harga saham (Scoot, 2009). Semakin permanen perubahan laba dari waktu ke waktu maka akan semakin tinggi koefisien respon laba yang menunjukkan relevansi laba akuntansi.

Growth opportunities (kesempatan bertumbuh) menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan, sehingga ERC-nya semakin tinggi yang menunjukkan relevansi nilai laba akuntansi. *Growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006). Perusahaan-perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang akan lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Dengan demikian perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang rendah akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang. *Growth opportunity* bagi setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini menyebabkan perbedaan keputusan pembelanjaan yang diambil oleh manajer keuangan. Perusahaan dengan *growth opportunities* tinggi cenderung membelanjai pengeluaran investasi dengan modal sendiri untuk menghindari masalah *underinvestment* yaitu tidak dilaksanakannya semua proyek investasi yang bernilai positif oleh pihak manajer perusahaan (Chen, 2004).

Menurut Solechan (2010; 2) ukuran perusahaan atau *size* adalah gambaran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh besarnya aktiva yang dimiliki. Perusahaan besar akan lebih mudah dalam mendapatkan pinjaman atau modal karena investor akan lebih tertarik

pada perusahaan yang pertumbuhan dan pengembaliannya lebih tinggi dari perusahaan kecil. Dalam penelitian Dhani dan Nugroho (2010) menyatakan bahwa CSR, size, dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap ERC. Dan Arfianti (2012) Menemukan bahwa persistensi laba berpengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya maka penulis tertarik melakukan penelitian kembali dengan judul **“pengaruh persistensi laba, growth opportunities, dan ukuran perusahaan terhadap relevansi nilai laba akuntansi.”**

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pasar Moda Efisien

Menurut Ross et al. (2005:351) definisi dari pasar modal efisien adalah:

“Suatu harga saham yang secara penuh mencerminkan tersedianya informasi. *Efficient Market Hypothesis* (EMH) atau hipotesis pasar efisien melibatkan investor dan perusahaan. Pasar dikatakan efisien jika informasi mencerminkan harga dengan cepat dan investor hanya berharap untuk mendapatkan return normal.”

Kunci utama untuk mengukur pasar yang efisien secara informasi (*informationally efficient*) adalah hubungan antara harga sekuritas dan informasi. Pertanyaannya adalah informasi mana yang dapat digunakan untuk menilai pasar yang efisien, yaitu: apakah informasi masa lalu?, informasi yang sedang dipublikasikan?, atau semua informasi (termasuk informasi privat)?. Tiga bentuk utama efisiensi pasar berdasarkan tiga bentuk informasi, Husnan (2000:260-262) mengklasifikasikan bentuk pasar yang efisien kedalam tiga bentuk efisiensi, yaitu: (1) Efisiensi Pasar Bentuk Lemah (*weak form*) (2) Efisiensi Pasar Setengah Kuat (*SemistrongForm*) (3) Efisiensi Pasar Bentuk Kuat (*Strong Form*)

Relevansi Nilai Laba Akuntansi

Menurut Soewardjono (2005:460) relevansi nilai laba adalah

“kemampuan informasi untuk membantu investor, kreditor, dan pemakai lain dalam menyusun prediksi-prediksi tentang beberapa munculan (*outcomes*) dari kejadian masa lalu, sekarang, dan masa datang atau dalam mengkonfirmasi atau mengoreksi harapan-harapannya.”

Telah disebutkan bahwa salah satu tujuan dari analisis laporan keuangan adalah untuk menaksir nilai perusahaan. Banyak penelitian empiris akuntansi telah berusaha untuk menemukan relevansi nilai informasi akuntansi dalam rangka mempertinggi analisis laporan keuangan. Relevansi nilai informasi akuntansi merupakan konsep yang membahas tentang berbagai makna dan ukuran yang berkenaan dengan akuntansi. Informasi akuntansi diprediksi memiliki nilai relevansi, karena informasi akuntansi secara statistik berhubungan dengan nilai pasar saham (So dan Smith, 2009:103). Hasil penelitian Salmela (2008:202) tentang analisis kerugian bisnis yang

disebabkan oleh sistem informasi risiko juga membuktikan adanya relevansi nilai informasi akuntansi.

Menurut Beaver (1986:67) definisi relevansi nilai informasi akuntansi sebagai kemampuan menjelaskan (*explanatory power*) nilai suatu perusahaan berdasarkan informasi akuntansi. Relevansi nilai diarahkan untuk menginvestigasi hubungan empiris antara nilai-nilai pasar saham (*stock market values*) dengan berbagai angka akuntansi yang dimaksudkan untuk menilai manfaat angka-angka akuntansi itu dalam penilaian fundamental perusahaan. Beaver menelaah mengenai reaksi volume perdagangan, yaitu menjelaskan secara empiris tentang bagaimana reaksi investor (sebagai pemegang saham) terhadap pengumuman *earnings*. Beaver menemukan adanya peningkatan volume secara dramatis selama minggu di sekitar tanggal pengumuman *earnings*. Reaksi tersebut juga terjadi pada harga saham. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa kandungan informasi akuntansi merupakan isu yang sangat penting dan menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Persistensi Laba

Persistensi laba merupakan laba yang dapat digunakan sebagai indikator future earnings. Persistensi laba didefinisikan sebagai laba yang dapat digunakan sebagai pengukur laba itu sendiri. Artinya, laba saat ini dapat digunakan sebagai indikator laba periode mendatang (*future earnings*). Menurut Scott yang dialih bahasakan oleh Lontoh dan Lindrawati (2006:353) menyatakan persistensi laba adalah Revisi laba yang diharapkan di masa mendatang (*expected future earnings*) yang diimplikasikan oleh inovasi laba tahun berjalan sehingga persistensi laba dilihat dari inovasi laba tahun berjalan yang dihubungkan dengan perubahan harga saham. Besarnya revisi ini menunjukkan tingkat persistensi laba.

Menurut Penman (2009:238) mengungkapkan bahwa persistensi laba adalah Revisi dalam laba akuntansi yang diharapkan di masa mendatang yang disebabkan oleh inovasi laba tahun berjalan. Persistensi laba tersebut ditentukan oleh komponen akrual dan aliran kas yang terkandung dalam laba saat ini. Menurut Harahap (2010:40) menyatakan bahwa persistensi laba adalah Revisi laba yang mencerminkan kualitas laba perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan laba dari waktu ke waktu.

Kesempatan Bertumbuh (*Growth Opportunities*)

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006:399). Definisi lain peluang pertumbuhan adalah perubahan total aktiva yang

dimiliki perusahaan (Kartini dan Arianto, 2008). Besaran ini mengukur sejauh mana laba per lembar saham suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh *leverage*. Perusahaan-perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat seringkali harus meningkatkan aktiva tetapnya. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa depan dan juga lebih banyak menahan laba. Laba ditahan dari perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan meningkat dan perusahaan-perusahaan tersebut akan lebih banyak melakukan utang untuk mempertahankan rasio utang yang ditargetkan (Mai, 2006:425).

Ukuran Perusahaan

Skala perusahaan menunjukkan besarnya suatu ukuran (besar atau kecil) dari sesuatu perusahaan atau badan usaha. Penentuan ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total penjualan, total aset, dan jumlah karyawan (Dinni, 2008). Ukuran perusahaan merupakan jumlah total hutang dan ekuitas perusahaan yang akan berjumlah sama dengan total aset (Sudarsono, 2005). Semakin besar total aktiva atau penjualan bersih perusahaan maka akan semakin besar ukuran perusahaan begitu juga sebaliknya, semakin rendah total aktiva atau penjualan bersih perusahaan maka semakin kecil pula ukuran perusahaan tersebut (Diantimala, 2008). Beberapa parameter yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya perusahaan dapat dilihat dari jumlah karyawan, total penjualan dalam satu periode, jumlah saham yang beredar dan total aktivanya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan total aktiva sebagai alat ukur untuk melihat ukuran perusahaan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Persistensi Laba

Persistensi laba adalah revisi laba yang diharapkan di masa mendatang (*expected future earnings*) yang diimplikasikan oleh inovasi laba tahun berjalan sehingga persistensi laba dilihat dari inovasi laba tahun berjalan yang dihubungkan dengan perubahan harga saham. Semakin tinggi persistensi laba maka semakin tinggi ERC. Hal ini berkaitan dengan kekuatan laba. Persistensi laba diharapkan akan berhubungan secara positif dengan ERC. Artinya, relevansi nilai laba akuntansi perusahaan akan naik sejalan dengan tingginya persistensi laba perusahaan.

H1a : Persistensi laba berpengaruh pada Relevansi nilai laba akuntansi

Kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*)

Kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*) menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa 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 memberikan 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. Dengan kata lain, semakin tinggi kesempatan suatu perusahaan untuk tumbuh, maka semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk mendapatkan laba di masa depan yang akan datang, sehingga ERCnya semakin tinggi. Jadi, relevansi nilai laba akuntansi perusahaan akan naik sejalan dengan tingginya kesempatan bertumbuh perusahaan.

H1b : Kesempatan bertumbuh berpengaruh pada Relevansi nilai laba akuntansi

Ukuran perusahaan (*firm size*)

Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah variabel yang mengukur seberapa besar atau kecilnya perusahaan menjadi sampel Ukuran perusahaan juga merupakan kemampuan perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian, sehingga investor yang bersikap hati-hati (*risk averse*) cenderung memperhitungkan besar kecilnya perusahaan saat menanamkan dananya dalam bentuk saham. Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi (besar/kecilnya) dapat dipakai oleh investor sebagai salah satu variabel dalam menentukan keputusan investasi. Ukuran perusahaan mencerminkan risiko yang akan dihadapi oleh investor. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil risikonya. Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Konsekuensinya semakin informatif harga saham maka semakin kecil pula muatan informasi *earnings* sekarang.

H1c : Ukuran Perusahaan berpengaruh pada Relevansi nilai laba akuntansi

METODOLOGI PENELITIAN

Variabel penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah relevansi nilai laba akuntansi (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah persistensi laba (X_1), *growth opportunities* (X_2) dan ukuran perusahaan (X_3).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015. Sedangkan Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015
2. Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar secara konsisten di BEI 2013-2015
3. Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang asing dalam laporan keuangan
4. Perusahaan manufaktur yang memiliki laba negatif (rugi)
5. Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap terkait penelitian

Metode Analisis Data

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda. Sedangkan model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Relevansi Nilai Laba Akuntansi

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

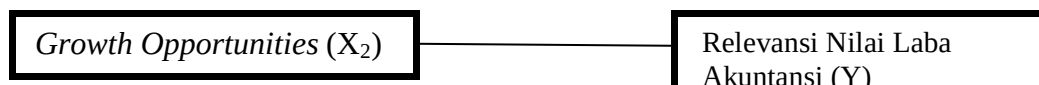
X_1 = Persistensi laba

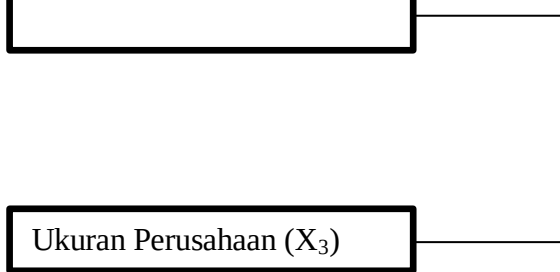
X_2 = *Growth Opportunities*

X_3 = Ukuran Perusahaan

Model Penelitian

Persistensi Laba (X_1)





Gambar 1
Kerangka Konseptual

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode sampel dengan *purposive sampling*.

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif Jawaban Responden

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ERC	138	-352,000	1,000	-17,86957	70,725324
Persistensi laba	138	-2376333,000	26058504,00 0	490654,8 2609	3876323,436 772
MBV	138	,000	53,000	3,93478	9,021954
SIZE	138	107368,000	231818667,0 00	12310890 ,043	36174949,68
Valid N (listwise)	138				

Pada tabel 4.3 dijelaskan bahwa *Earnings Response Coefficient* mempunyai nilai *minimum* sebesar -352,000; nilai *maksimum* 1,000; *mean* sebesar -17,86957; dengan *standar deviasi* 70,725324. *Persistensi laba* mempunyai nilai *minimum* sebesar -2376333,000; nilai *maksimum* 26058504,000; *mean* sebesar 490654,82609; dengan *standar deviasi* 3876323,436. *Growth Opportunities (MBV)* mempunyai nilai *minimum* sebesar ,000; nilai *maksimum* 53,000; *mean* sebesar 3,93478; dengan *standar deviasi* 9,021954. *Size* mempunyai nilai *minimum* sebesar 107368,000; nilai *maksimum* 231818667,000; *mean* sebesar 12310890,0434; dengan *standar deviasi* 36174949,68.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pada tabel 4.9 diperoleh nilai *Adjusted R Square* 0,180 menunjukkan bahwa sebesar

18% relevansi nilai laba akuntansi dipengaruhi oleh persistensi laba, *growth opportunities* dan ukuran perusahaan sedangkan yang lain sebesar 82% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Variabel	Beta	Thitung	Sig.	Keterangan
Persistensi Laba	-0,004	-0,046	0,964	Tidak Signifikan
Growth Opportunities	0,422	5,352	0,000	Signifikan
Ukuran Perusahaan	0,038	0,471	0,638	Tidak Signifikan

Interpretasi Hasil

Pengaruh persistensi laba pada *Earnings Response Coefficient*

Variabel Persistensi Laba memiliki 0,964 (sig > 0,05), maka hasil pengujian menunjukkan bahwa Persistensi Laba secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Santoso (2015) yang menyimpulkan bahwa Persistensi Laba tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC), tetapi berbeda dengan hasil penelitian Arfianti (2014) yang menyimpulkan bahwa Persistensi Laba berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Pengaruh *Growth Opportunities* pada *Earnings Response Coefficient*

variabel *Growth Opportunities* memiliki 0,000 (sig. < 0,05), maka hasil pengujian menunjukkan bahwa *Growth Opportunities* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Mulyani (2010), Andayani (2010), dan Silalahi (2014) yang menunjukkan bahwa *Growth Opportunities* berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Tetapi berbeda dengan hasil penelitian Sancall (2014) dan Santoso (2015) yang menyimpulkan bahwa *Growth Opportunities* tidak memiliki pengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Pengaruh ukuran perusahaan pada relevansi nilai laba akuntansi

variabel Ukuran Perusahaan memiliki 0,638 (sig. > 0,05), maka hasil pengujian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC), dan jika dilihat dari β yang nilai positif artinya setiap peningkatan nilai dari Ukuran Perusahaan akan diikuti dengan kenaikan nilai dari *Earnings Response Coefficient* (ERC). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Ukuran Perusahaan

berpengaruh tidak signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Fanani *et al.* (2013), Rofika (2013), dan Santoso (2015) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC), tetapi berbeda dengan hasil penelitian Mulyani (2010), Andayani (2010), Dhani (2010), Nugroho (2010), Dira (2014), Astika (2014) dan Sancall (2014) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan Persistensi Laba, *Growth Opportunities* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi $F < 0,05$ yaitu 0,000.
2. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai dari koefisien determinasi sebesar 0,180 (18 %) yang artinya sebesar 18% variabel *Earnings Response Coefficient* (ERC) mampu dijelaskan oleh variabel Persistensi Laba, *Growth Opportunities*, Ukuran Perusahaan dan sisanya sebesar 98% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian seperti *leverage* dan beta saham.
3. secara parsial variabel persistensi laba berpengaruh tidak signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi $t > 0,05$, yaitu 0,964.
4. Variabel *growth opportunities* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi $t < 0,05$ yaitu 0,000.
5. Variabel ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi $t > 0,05$ yaitu 0,638.

Keterbatasan Penelitian

1. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Koefisien Respon Laba (ERC) dalam penelitian hanya diukur menggunakan persistensi laba, *growth opportunities*, dan ukuran perusahaan saja.
2. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sangat terbatas hanya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3. Periode pengamatan dalam penelitian ini 3 tahun yaitu tahun 2013-2015, sehingga tidak dapat menunjukkan tingkat kecenderungan jangka panjang.
4. Dalam penelitian ini banyak nilai Koefisien Respon laba (ERC) yang diproksi dengan CAR hasilnya tidak signifikan terhadap variabel dependennya, kemungkinan hal ini disebabkan penggunaan laba bersih dalam perhitungannya, meskipun tidak ada syarat signifikan untuk memperoleh nilai ERC.

Saran

1. Penelitian mendatang diharapkan menambah variabel penelitian yang dapat mempengaruhi Koefisien Respon Laba (ERC), misalnya *corporate governance*, *leverage*, beta saham, dan lain sebagainya. Sehingga diharapkan *Adjusted R²* yang diperoleh akan lebih besar.
2. Untuk penelitian mendatang dapat lebih memperluas populasi maupun sampel penelitian, misalnya tidak hanya pada perusahaan manufaktur saja, tetapi bisa ditambah dengan sektor industri secara menyeluruh, agar hasil penelitian dapat di generalisasi.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan memperpanjang periode pengamatan, tidak hanya dalam kurun waktu 3 tahun, sehingga hasil penelitian diharapkan lebih akurat.
4. Penelitian berikutnya dalam perhitungan Koefisien Respon Laba (ERC) dapat menggunakan laba operasi maupun laba kotor, karena kedua laba tersebut memiliki nilai nominal yang lebih besar yang kemungkinan memiliki hubungan yang lebih besar dengan *abnormal returnnya* sehingga hasilnya bisa lebih valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Ball R. dan P. Brown. 1986. "An Emperical Evaluation of Accounting Income Numbers". *Journal of Accounting Research*. 6, Autumn, pp. 159- 178.
- Beaver W.H. 1986. "The Information Content of Annual Earnings Announcements". *Journal of Accounting Research. Supplement*. Pp. 67-49.
- Brigham, E.F. and L.C. Gapenski. 2006. *Intermediate Financial Management*. 7th edition. Sea Harbor Drive: The Dryden Press.
- Dinni, Elly Saetika. 2008. Pengaruh Lverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Industry Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Skripsi s-1* padang. Universitas Negeri Padang.
- Edardus, Tandelilin. 2001. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPFE yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hartono, J. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima. BPFE. Yogyakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jalil, M. Rizqu. 2013. "Pengaruh Persisitensi Laba, Growht Opportunities, dan Ukuran Perusahaan terhadap Relevansi Nilai Laba Akuntansi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*". Universitas Negeri Padang.
- Maines, L. A. Dan J. M. Wahlen. 2006. The Nature of Accounting Information Reliability: Inferences from Archival and Experimental Research. *Accounting Horizons* 20(4): 399-425.
- Mayangsari, 2004. "Bukti Empiris Pengaruh Spesialis Industri Auditor Terhadap Earnings Response Coefficient", *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 7. No. 2. Mei. Hal. 154-178.
- Puspitaningtyas, Z. 2006. Pengaruh Variabel Akuntansi terhadap Risiko Sistematis Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Tesis*. Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga Surabaya.
- Salmela, H. 2008. Analysing Business Losses Caused by Information Systematic Risk: A Business Process Analysis Approach. *Journal of Information Technology* 23: 185-202.
- Salvatore, Dominick. 2005. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Salemba Empat: Jakarta.
- Schoubben, F., dan C. Van Hulle. 2004. "The Determinant of Lverage:

- Difference between Quoted and Non Quoted Firms”, *Tijdschrift voor Economie en Management*, XLIX (4): 589- 621.
- Scott, William R. 2009. *Financial Accounting Theory*, 5th Ed. Canada: Prentice-hall.
- Shuang, X. Dan J. Yihong. 2009. Timing of Accounting Information Trading – An Empirical Study the Time Gap Between Annual and 1st Quarterly Financial Reports and Extra Abnormal Trading Volume. *China Accounting Review* 6 (2):207-222.
- So, S. H. H. Dan M. Smith. 2009. Value Relevance of Presenting Changes in Fair Value of Investment Properties in the Income Statement: Evidence from Hong Kong. *Accounting and Business Research* 39(2): 103- 118.
- Soewardjono. 2005. *Teori Akuntansi Perekayasaan dan Pelaporan Keuangan edisi ke 3*. Yogyakarta.
- Sudarsono, J. 2005. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarni, A. S. Dan Rahmawati. 2007. Relevansi Nilai Informasi Arus Kas dengan Rasio Laba Harga dan Perubahan Laba Harga sebagai Variabel Moderasi: Hubungan Nonlinier. *JAAI* 11(1): 21-33.
- Tandelilin, E. 1997. Determinans of Systematic Risk: The Experience of Some Indonesian Common Stock. *Kelola: Gadjah Mada University* 4(16): 101-114.
- Weston, J Fred dan Brightam, F Eugene. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Jilid 2*, alih bahasa: Sirait, Alfonso. Jakarta: Erlangga.
- <http://www.bapepam.go.id>.
- <http://www.idx.go.id>.
- <http://www.tempointeraktif.com>
- <http://www.researchgatenet/publication.com>
- <http://www.yahoointeraktif.com>