

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Kualitas Laba

a. Pengertian Kualitas Laba

Laba (income) merupakan ringkasan dari hasil bersih aktifitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan (Lestari, 2020). Informasi laba merupakan salah satu informasi penting yang terdapat di dalam laporan keuangan. Informasi laba tersebut akan digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk mengevaluasi suatu perusahaan dan memprediksi potensi perusahaan di masa yang akan datang. Laporan keuangan yang disajikan harus sesuai dengan kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya agar informasi laba yang disajikan berkualitas. Laba yang berkualitas tinggi adalah laba yang terbebas dari kesalahan dan informasi yang menyesatkan pengguna laporan keuangan (Lestari, 2020).

Menurut Wardana (2015), kualitas laba adalah kualitas suatu informasi laba yang disediakan untuk publik yang mana menunjukkan sejauh mana laba dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan dapat digunakan perusahaan untuk menilai suatu perusahaan. Menurut Lestari (2020), kualitas laba adalah laba yang secara benar dan akurat menggambarkan profitabilitas operasional perusahaan. Menurut Haqi (2018:17), kualitas laba adalah informasi penting yang dapat digunakan oleh publik dan investor untuk menilai perusahaan. kualitas laba

merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas laporan keuangan suatu perusahaan. Menurut Irawati (2012) laba yang berkualitas adalah laba yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan sesungguhnya sehingga tingginya kualitas laba suatu perusahaan dapat membantu investor dalam membuat suatu keputusan. Laba yang berkualitas biasanya mencerminkan kelanjutan laba (*sustainable earnings*) dimasa depan.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa laba yang berkualitas adalah laba yang disajikan secara benar benar dan akurat, serta tidak melalui rekayasa apapun sehingga dapat digunakan sebagai alat untuk memprediksi kinerja suatu perusahaan.

b. Karakteristik Laba yang Berkualitas

Menurut Wardana (2015) laba dikatakan berkualitas jika laba dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang sesungguhnya. Selain itu, laba yang berkualitas mempunyai sedikit atau tidak mengandung gangguan persepsi didalamnya. Laba yang berkualitas memiliki 3 karakteristik yaitu sebagai berikut :

- 1) Mencerminkan kinerja operasi perusahaan dengan akurat
- 2) Memberikan indikator yang baik mengenai kinerja perusahaan di masa depan, dan
- 3) Menjadi tolak ukur yang baik untuk menilai kinerja perusahaan

Manajer sering menginginkan laba yang dapat diprediksi karena karakteristik ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan investor, sehingga kualitas laba dapat ditentukan melalui ada tidaknya praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen dalam laporan keuangan perusahaan. Jika manajemen melakukan

praktik laba dengan melakukan manipulasi laba, maka akan menyebabkan kualitas laba menjadi rendah (Lestari, 2020). Dari uraian tersebut menggambarkan bahwa kualitas laba dapat menentukan perilaku manajemen. Sehingga tinggi rendahnya kualitas laba dapat digunakan tolak ukur dalam menilai kemampuan kinerja dalam suatu perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas laba meliputi mekanisme *Corporate Governance* (komite audit, komisaris independen, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial), alokasi pajak antar periode, persistensi laba, struktur modal, *leverage*, ukuran perusahaan, *Investment Opportunity Set* (IOS), pertumbuhan laba dan likuiditas. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang digunakan untuk menguji kualitas adalah pertumbuhan laba, ukuran perusahaan, likuiditas, dan *Investment Opportunity Set* (IOS).

c. Pengukuran Kualitas Laba

Menurut Lestari (2020), terdapat beberapa pengukuran yang digunakan oleh para peneliti untuk mengukur kualitas laba, yaitu antara lain :

- 1) Mengukur kualitas laba menggunakan presistensi akrual, estimasi kesalahan dalam proses akrual, ketiadaan manajemen laba, dan konservatisme.
- 2) Mengukur kualitas laba menggunakan *Earnings Quality Assesment* (EQA) dengan menyediakan ukuran independen independen kualitas laba perusahaan. Dalam model EQA mempertimbangkan beberapa pos, antara lain pendapatan dan biaya, perubahan akuntansi, akuisisi dan operasi yang dihentikan. Model EQA juga menilai stabilitas laba perusahaan dan juga potensi laba masa mendatang.

- 3) Mengukur kualitas laba sesuai dalam karakteristik kualitatif informasi keuangan antara lain: nilai prediksi, nilai umpan balik, tepat waktu, netral, kejujuran penyajian, dan keterujian.
- 4) Memproksikan kualitas laba dengan menggunakan tiga alternatif antara lain: kualitas aktual, presistensi laba, dan prediktabilitas.
- 5) Melakukan pengelompokan konstruk kualitas laba dan juga pengukurannya berdasarkan sifat runtun waktu dari laba (*Time-series properties of earnings*), karakteristik kualitas dalam kerangka konseptual FASB, hubungan antara pendapatan, kas dan akrual, serta keputusan impelentasi.
- 6) Mengukur kualitas laba dengan cara mengfokuskan pada manajemen laba dan pengaruhnya terhadap kendala akuntansi yang diukur dengan konservatisme.
- 7) Mengukur kualitas laba dengan menggunakan ukuran konservatisme dan dengan mendeteksi terdapatnya *earnings management*.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetyawati (2014), Septiyani (2017), Harsepyatfi (2018) dan Lestari (2020) mengukur kualitas laba dengan menggunakan indikator QE (*Quality of Earnings*) dalam rumus:

$$\text{Quality of Earnings} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Laba Bersih}}$$

Dalam penelitian lain, yaitu Irawati (2012) dan Silfi (2016) kualitas laba diukur dengan menggunakan *earning Response Coefficient* (ERC). ERC diperoleh melalui beberapa tahap perhitungan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR), yaitu menghitung proksi saham masing-masing sampel, dan
- 2) Menghitung *Unexpected Earnings* (UE) sebagai proksi laba akuntansi.

Pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Warianto (2014), Wardana (2015) dan Anggrainy (2019) kualitas laba dapat diukur melalui *Discretionary Accruals* (DACC) yang dihitung dengan mencari selisih antar *Total Accruals* (TAit) dan *Nondiscretionary Accruals* (NDAit). Semakin kecil *discretionary accruals*, maka semakin tinggi kualitas labanya. Sedangkan dalam penelitian Puspitawati (2019) pengukuran kualitas laba menggunakan persistensi laba yang diukur dengan *shape* regresi yaitu perbedaan laba saat ini dengan laba sebelumnya yang mengindikasikan bahwa kualitas laba dapat diprediksi sebagai laba yang berkesinambungan.

Selain itu indikator lain yang digunakan dalam mengukur kualitas laba dengan menggunakan *Quality of Income* (QI) (Lestari, 2020) dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Quality of Earnings} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{EBIT}}$$

2.1.2. Pertumbuhan Laba

a. Pengertian Pertumbuhan Laba

Menurut Harahap (2016:310), pertumbuhan laba adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan laba bersih dibandingkan dengan tahun lalu. Sedangkan menurut Hanafi (2016:95), pertumbuhan laba adalah kenaikan laba atau penurunan laba pertahun yang dinyatakan dalam persentase. Dari penjelasan teori tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pertumbuhan laba adalah dimana laba perusahaan mengalami peningkatan atau

penurunan dibandingkan dengan laba tahun sebelumnya dalam satu periode tertentu dan dinyatakan dalam persentase.

Pertumbuhan laba perusahaan yang baik mencerminkan bahwa kondisi kinerja perusahaan tersebut juga baik, jika kondisi ekonomi perusahaan baik pada umumnya pertumbuhan perusahaan juga baik (Utari, 2014:67). Selain itu pertumbuhan laba juga dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Hal tersebut dikarenakan apabila tingkat laba perusahaan selalu bertumbuh dengan baik dalam laporan keuangan maka akan menyajikan laporan keuangan yang positif. Sehingga dapat menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, karena para investor mengharapkan akan mendapat keuntungan yang maksimal (Lestari, 2020). Pertumbuhan laba dimungkinkan memiliki pengaruh dengan kualitas laba perusahaan karena jika perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh terhadap laba berarti kinerja keuangan perusahaan tersebut baik dan dimungkinkan memiliki kesempatan bertumbuh terhadap kualitas labanya (Maharani, 2015).

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba

Dalam meningkatnya laba dalam suatu perusahaan pasti ada faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba, sehingga setiap tahun mengalami kenaikan atau penurunan. Menurut Murhadi (2013:93-98), faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan perusahaan adalah sebagai berikut :

- 1) Umur atau sejarah perusahaan merupakan salah satu indikator keberhasilan sebuah perusahaan bisa Perusahaan yang sudah lama berdiri memiliki banyak pengalaman dalam meningkatkan laba, sehingga pertumbuhan laba akan lebih

baik. Sedangkan perusahaan yang relatif muda kurang mempunyai pengalaman dalam peningkatan laba, sehingga tidak cukup mampu menentukan ketepatan suatu ramalan perubahan laba.

- 2) Pertumbuhan laba masa lalu pada perusahaan juga dapat menjadi indikator dalam keberhasilan sebuah perusahaan. Semakin tinggi perubahan laba masa lalu, maka semakin tidak pasti laba yang akan diperoleh perusahaan tersebut dimasa mendatang.
- 3) Tipe perusahaan juga dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perusahaan. Hal ini dikarenakan skala ekonomi berbeda-beda di setiap perusahaan. skala ekonomi yang tinggi menyebabkan perusahaan menghasilkan produk yang tinggi dan biaya yang rendah. Semakin besar suatu perusahaan diharapkan memiliki ketepatan pertumbuhan laba yang tinggi pula.
- 4) Pendapatan perusahaan biasanya juga berpengaruh pada pertumbuhan laba perusahaan. Hal ini karena apabila pendapatan perusahaan dalam satu periode tertentu semakin tinggi, maka tidak dipungkiri jika perusahaan tersebut akan mengalami perubahan laba yang tinggi pula.
- 5) Penjualan perusahaan atau volume penjualan yang tinggi akan menyebabkan tingkat penjualan dimasa datang tinggi, maka laba pada perusahaan juga akan semakin meningkat. Apabila volume penjualan berubah sedangkan faktor-faktor yang lain tidak berubah, maka perolehan laba perusahaan juga akan berubah.

Kusuma (2012:249) menyatakan bahwa pertumbuhan laba dipengaruhi oleh perubahan komponen-komponen yang terdapat dalam laporan keuangan, misalnya perubahan penjualan, perubahan harga pokok penjualan, perubahan beban operasi, perubahan beban harga dan perubahan pajak penghasilan. Akan tetapi pertumbuhan laba juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor luar, seperti adanya naiknya tingkat harga akibat inflasi, nilai tukar rupiah, kondisi ekonomi, kondisi politik, kondisi politik suatu negara dan adanya kebebasan manajerial yang dapat memungkinkan manajer memilih metode akuntansi dan membuat estimasi yang akan meningkatkan laba perusahaan.

c. Indikator Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba biasanya dijadikan sebagai alat ukur dalam menentukan sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan. Dan juga sebagai alat ukur dalam mengoperasikan aset perusahaan sehingga manajemen dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba. Alat ukur untuk mengukur pertumbuhan laba yaitu rasio pertumbuhan yang menggambarkan persentase pertumbuhan laba dari tahun ke tahun.

Menurut Munawir (2014:39), pertumbuhan laba dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{pertumbuhan laba} = \frac{\text{Laba Bersih}_t - \text{Laba Bersih}_{t-1}}{\text{Laba Bersih}_{t-1}} \times 100\%$$

Sedangkan menurut Harahap (2016:310), pertumbuhan laba dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{pertumbuhan laba} = \frac{\text{laba bersih tahun ini} - \text{laba bersih tahun lalu}}{\text{laba bersih tahun lalu}}$$

Menurut Utari (2014:67-68), jenis pertumbuhan yang penting dalam perusahaan adalah pertumbuhan laba setelah pajak (*Earning After Tax/EAT*). Karena pertumbuhan *Earning After Tax* ini menentukan pertumbuhan pendapatan per saham (*Earning per Share/EPS*) dan *Dividen per Share/DPS*). Pertumbuhan laba ini merupakan harapan bagi pemilik perusahaan dan para pemegang saham. Selain itu pertumbuhan laba juga dapat diukur dengan *market to book value* (MBV) yaitu dengan cara membandingkan kapitalisasi pasar dengan ekuitas, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut (Lestari, 2020) :

$$MBV = \frac{\text{Kapitalisasi Pasar}}{\text{Ekuitas}}$$

2.1.3. Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Perusahaan merupakan keseluruhan perbuatan yang dilakukan terus menerus, bertindak keluar, untuk memperoleh penghasilan dengan cara melakukan perdagangan atau menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan (Taufiq, 2017). Perusahaan biasanya melakukan kegiatan produksi sebuah barang atau menawarkan jasa. Tujuan utama sebuah perusahaan biasanya untuk memperoleh laba secara optimal dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki perusahaan tersebut, terutama yang berkaitan dengan pengelolaan modal kerja (Sania, 2020).

Menurut Kurniasih (2012:148), ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Anggrainy (2019) ukuran perusahaan dinyatakan dengan total aset yang menunjukkan semakin besar aset

yang dimiliki suatu perusahaan maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Novianti (2018) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan dilihat dari bisnis yang sedang dioperasikan oleh perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan biasanya ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, dan tingkat penjualan rata-rata. Berdasarkan pemaparan tersebut disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari banyaknya jumlah aset, jumlah penjualan, dan tingkat penjualan rata-rata yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba dalam sebuah perusahaan. Total aktiva atau aset yang dimiliki oleh perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaan dimana pada tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang lama. Jadi semakin besar suatu ukuran perusahaan, biasanya akan mempunyai kekuatan dalam menghadapi berbagai macam masalah bisnis serta kemampuan perusahaan memperoleh laba tinggi karena hal ini didukung oleh aset yang besar sehingga kendala dalam perusahaan dapat teratasi dengan mudah.

b. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut Lestari (2020) ukuran perusahaan diklasifikasikan dalam 3 kategori, yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Dijelaskan 3 kategori ukuran perusahaan sebagai berikut :

- 1) Perusahaan besar (*large firm*) adalah perusahaan dengan kapitalisasi pasar di atas 5 triliun.

- 2) Perusahaan menengah (*medium firm*) adalah perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasarnya antara 1 triliun hingga 5 triliun.
- 3) Perusahaan kecil (*small firm*) adalah perusahaan dengan kapitalisasi pasar kurang dari 1 triliun.

Perusahaan yang memiliki total aset dalam jumlah yang relatif besar menunjukkan jika perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan, dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap sudah memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aktiva yang lebih kecil (Lestari, 2020).

Perusahaan besar dianggap mempunyai jaringan informasi yang lebih besar dan luas dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang berukuran besar akan menggunakan akses informasi yang lebih luas untuk memperoleh sumber pendanaan (Wati, 2017). Ukuran perusahaan digunakan sebagai proksi keinformatifan harga saham, sehingga dengan akses informasi perusahaan dengan mudah dapat menarik banyak investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin berkualitas pula laba perusahaan tersebut, karena perusahaan besar dapat meningkatkan kinerja keuangan menjadi lebih baik lagi. Selain itu perusahaan juga akan lebih mampu bersaing di dalam dunia industri (Kusumawati, 2012). Perusahaan yang besar dianggap dapat menghasilkan laba yang tinggi dan kelangsungan usaha yang tinggi dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Apabila tingkat

kepercayaan investor tinggi terhadap perusahaan besar, maka kualitas labanya semakin tinggi pula (Sa'diah, 2015).

c. Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Maretha (2016) indikator ukuran perusahaan adalah total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar, maka ukuran perusahaan akan semakin besar juga. Kusumawati (2012:24) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan biasanya digunakan investor dalam menilai aset maupun kinerja perusahaan. Besar atau kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset dan penjualan (*netsales*) yang dimiliki perusahaan. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan biasanya menggunakan total aset perusahaan. Besarnya total aset yang dimiliki perusahaan menggambarkan juga ukuran perusahaan tersebut. Total aset juga biasanya digunakan oleh investor untuk menilai ukuran suatu perusahaan.

Menurut Murhadi (2013) ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Logaritma digunakan untuk memperhalus aset karena nilai dari aset sangat besar disbanding dengan variabel keuangan lainnya. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan *Log Natural* Total Aset yang bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan Logaritma Natural, total aset yang berjumlah ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari total aset yang sesungguhnya.

Dalam penelitian Lestari (2020) dan Septiyani (2017) ukuran Perusahaan dihitung menggunakan logaritma natural total aset dan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

2.1.4. Likuiditas

a. Pengertian Likuiditas

Menurut Harahap (2016:301), likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar finansial jangka pendek tepat pada waktunya, likuiditas perusahaan di tunjukkan oleh besar kecilnya aset lancar. Novianti (2018) menjelaskan bahwa likuiditas berguna untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utang pada saat ditagih atau jatuh tempo. Likuiditas merupakan indikator mengenai kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia. Likuiditas tidak hanya berkaitan dengan keadaan keuangan perusahaan, akan tetapi juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk mengubah aset lancar tertentu menjadi uang kas (Pricilia, 2018). Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban atau utang jangka pendeknya saat jatuh tempo dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Menurut Wardana (2015) likuiditas mempunyai pengaruh terhadap kualitas laba karena jika perusahaan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi utang jangka pendeknya maka perusahaan tersebut dapat dikatakan memiliki kinerja

keuangan yang baik dalam pemenuhan hutang lancarnya sehingga perusahaan tersebut tidak perlu melakukan manajemen laba. Perusahaan juga harus menjaga likuiditasnya karena berpengaruh pada nilai perusahaan.

b. Tujuan dan Manfaat Likuiditas

Menurut Hery (2015:177), tujuan dan manfaat likuiditas adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban atau utang yang akan jatuh tempo,
- 2) Untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang jangka pendek dengan menggunakan total aset lancar,
- 3) Untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang jangka pendek dengan menggunakan aset sangat lancar (tanpa perhitungan persediaan barang dagang dan aset lancar lainnya),
- 4) Untuk mengukur ketersediaan uang kas suatu perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang jangka pendek,
- 5) Sebagai alat perencanaan keuangan dimasa mendatang terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan kewajiban atau utang jangka pendek, dan
- 6) Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas suatu perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya selama beberapa periode.

c. Indikator Pengukuran Likuiditas

Menurut Kasmir (2016:301) rasio likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban atau utang jangka pendeknya. Rasio likuiditas dapat diukur melalui beberapa metode, yaitu rasio lancar (*current ratio*), rasio cepat (*quick ratio* atau *acid test*), dan rasio kas (*cash ratio*).

1) Rasio lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau utang jangka pendek yang akan jatuh tempo. Dengan kata lain seberapa banyak aset lancar yang tersedia untuk menutupi utang jangka pendek yang akan jatuh tempo. Rasio lancar dapat juga dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan. penghitungan rasio lancar ini dilakukan dengan membandingkan antara total aset lancar dengan total utang lancar. Rumus rasio lancar (*current ratio*) adalah sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

2) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio Cepat (*Quick Ratio*) atau *Acid test ratio* digunakan untuk mengetahui kemampuan aktiva lancar yang paling likuid dalam menutupi kewajiban lancar suatu perusahaan. Rasio Cepat (*Quick Ratio*) diukur dengan cara mengurangi persediaan terhadap aktiva lancar yang kemudian dibagi dengan kewajiban lancar suatu perusahaan. Rasio Cepat (*Quick Ratio*) dinyatakan dalam rumus sebagai berikut :

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio Kas (*Cash Ratio*) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban lancar dengan menggunakan uang kas. Rasio Kas (*Cash Ratio*) dapat diukur dengan cara menambahkan kas dengan setara kas kemudian dibagi dengan kewajiban lancar, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Setara Kas}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

4) Rasio Pengumpulan Piutang (*Average Collection Period*)

Rasio pengumpulan piutang merupakan rasio pengukuran likuiditas yang dilakukan dengan melihat kemampuan perusahaan dalam mengubah piutang usaha pada waktu tertentu, dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{ACP} = \frac{\text{Piutang}}{\text{Kredit atas Penjualan Per Hari}}$$

2.1.5. *Investment Opportunity Set (IOS)*

a. **Pengertian *Investment Opportunity Set (IOS)***

Menurut Wardana (2015) *investment opportunity set* merupakan nilai kesempatan investasi sekarang dan pilihan perusahaan untuk membuat investasi dimasa mendatang. Menurut Haqi (2018) *investment opportunity set* memberikan petunjuk lebih luas dengan nilai perusahaan tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa yang akan datang. IOS juga didefinisikan sebagai kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dan pilihan investasi di masa yang

akan datang dengan *net present value positif*. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *Investment Opportunity Set (IOS)* menggambarkan besarnya suatu peluang atau kesempatan investasi bagi suatu perusahaan.

Investment Opportunity Set (IOS) merupakan kesempatan perusahaan untuk tumbuh. Perusahaan dengan *IOS* yang tinggi cenderung dinilai positif oleh investor karena lebih banyak memiliki prospek keuntungan di masa yang akan datang. Dengan demikian ketika perusahaan memiliki *IOS* yang tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat karena lebih banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi untuk memperoleh return yang lebih besar di masa yang akan datang (Warianto, 2014).

b. Proksi *Investment Opportunity Set (IOS)*

Dalam penelitian Haqi (2018) *Investment Opportunity Set (IOS)* dibagi menjadi tiga proksi, yaitu :

1) Proksi berdasarkan harga (*price based proxies*)

Proksi *Investment Opportunity Set* berdasarkan harga (*price based proxies*) menyatakan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan secara parsial dinyatakan dalam harga saham dan perusahaan yang tumbuh akan memiliki nilai pasar yang lebih tinggi secara relative untuk aktiva yang dimiliki (*asset in place*). Proksi berdasarkan harga meliputi *Market value of equity plus book value of debt (V)*, *Ratio of book to market value of asset (A/V)*, *Ratio of book to market value of equity (BE/MVE)*, *Ratio of book value of property, plant, and equipment to firm value (PPE/V)*, *Ratio of replacement value of assets to market value (tobin's- q)*, *Ratio of depreciation expense to value (DEP/V)*, dan *Earning price ratio*.

2) Proksi berdasarkan investasi (*investment based proxies*)

Proksi *investment opportunity set* (IOS) berdasarkan investasi (*investment based proxies*). Proksi ini berbentuk rasio yang membandingkan pengukuran investasi yang telah diinvestasikan dalam bentuk aktiva tetap atau suatu hasil operasi yang diproduksi dari aktiva yang telah diinvestasikan. Proksi berdasar investasi meliputi *Ratio of R&D expense to firm value* (R&D/V), dan *Ratio of R&D expense to total assets* (R&D/A), *Ratio of R&D expense to sales* (R&D/S), *Ratio of capital addition to firm value* (CAP/X), dan *Ratio of capital addition to asset book value* (CAPX/A).

3) Proksi berdasarkan varian (*variance measures*)

Proksi *investment opportunity set* (IOS) berdasarkan varian (*variance measures*). Dalam pengukuran varian suatu opsi akan menjadi lebih bernilai jika menggunakan variabilitas *return* yang mendasari peningkatan aktiva. Proksi berdasar varian ini meliputi VARRET (*variance of total return*) dan *Market model Beta*.

c. Pengukuran *Investment Opportunity Set* (IOS)

Proksi IOS yang banyak digunakan dalam penelitian adalah proksi berdasarkan harga yang menggunakan *Ratio Market to Book Value of Asset*, seperti dalam penelitian Wardana (2015) dan penelitian Haqi (2018). Rasio ini memiliki pengaruh yang besar terhadap nilai perusahaan. Rasio *Market to Book Value of Asset* berbanding lurus dengan nilai IOS, semakin besar *Market to Book Value of Asset* suatu perusahaan, maka semakin bagus nilai IOSnya. Secara

matematis *Ratio Market to Book Value of Asset* dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$MBVA = \frac{\text{Total Aset} - \text{Total Ekuitas} + (\text{jml LSB} \times \text{closing price})}{\text{Total Aset}}$$

2.2. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian Pengaruh Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan *Investment Opportunity Set* (IOS) Terhadap Kualitas Laba, maka peneliti mengumpulkan sejumlah hasil penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi yang mendukung penelitian ini. Hasil penelitian terdahulu diantaranya :

Tabel 2.1.
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Variabel yang digunakan	Hasil
1.	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba	Dhian Eka Irawati (2012)	Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Kualitas Laba	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur modal dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kualitas laba • Pertumbuhan laba dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap kualitas laba
2.	Pengaruh Pertumbuhan Laba, <i>Investment Opportunity Set</i> , <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Laba	Eka Oktarya (2014)	Pertumbuhan Laba, <i>Size</i> , <i>Leverage</i> , <i>Investment Opportunity Set</i> dan Kualitas Laba	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Investment opportunity set</i> berpengaruh terhadap kualitas laba • Pertumbuhan laba, ukuran perusahaan, dan

			<i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap kualitas laba
3.	Pengaruh <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, <i>Investment Opportunity Set</i> (IOS), Pertumbuhan laba dan Likuiditas terhadap Kualitas Laba	Ainur Rofiq Janu Wardana (2015)	<p><i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan, <i>Investment Opportunity Set</i> (IOS), Pertumbuhan laba, Likuiditas dan Kualitas Laba</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>leverage</i>, pertumbuhan laba dan likuiditas berpengaruh terhadap kualitas laba • ukuran perusahaan dan <i>Investment Opportunity Set</i> tidak berpengaruh terhadap kualitas laba
4.	Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, <i>Size</i> , Pertumbuhan Laba, dan IOS Terhadap Kualitas Laba	Halimatus Sadiyah (2015)	<p><i>Leverage</i>, <i>Size</i>, Pertumbuhan Laba, IOS, dan Kualitas Laba</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran perusahaan, pertumbuhan laba dan IOS berpengaruh terhadap kualitas laba • <i>Leverage</i> dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap kualitas laba
5.	Pengaruh Pertumbuhan Laba, Struktur Modal, Likuiditas, dan Komite Audit Terhadap Kualitas laba	Alfiati Silfi (2016)	<p>Pertumbuhan Laba, Struktur Modal, Likuiditas, Komite Audit, dan Kualitas Laba</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struktur modal, likuiditas, dan komite audit berpengaruh terhadap kualitas laba • Pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap kualitas laba
6.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Good Corporate Governance Terhadap Kualitas	Gahani Purnama Wati (2017)	<p>Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, Good Corporate Governance,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Good corporate governance berpengaruh terhadap kualitas laba • Ukuran perusahaan

	Laba		dan Kualitas Laba	dan leverage tidak berpengaruh terhadap kualitas laba
7.	Pengaruh Pertumbuhan Laba, Size, Leverage, dan Investment Opportunity Set, dan Good Corporate Governance Terhadap Kualitas Laba	Siti Wulandari (2018)	Pertumbuhan Laba, Size, Leverage, Dan Investment Opportunity Set, Good Corporate Governance, dan Kualitas Laba	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan laba berpengaruh terhadap kualitas laba • Size, leverage dan investment opportunity set dan good corporate governance tidak berpengaruh terhadap kualitas laba
8.	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Kualitas Audit, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Laba	Linda Anggrainy (2019)	Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan, dan Kualitas Laba	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur modal, kualitas audit, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kualitas laba • Pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap kualitas laba
9.	Pengaruh Pertumbuhan Laba dan Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kualitas Laba	Ni Wayan Juni Ayu Puspitawati (2019)	Pertumbuhan Laba, Mekanisme Good Corporate Governance, dan Kualitas Laba	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan laba, komisaris independen, dan komite audit berpengaruh terhadap kualitas laba • Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kualitas laba

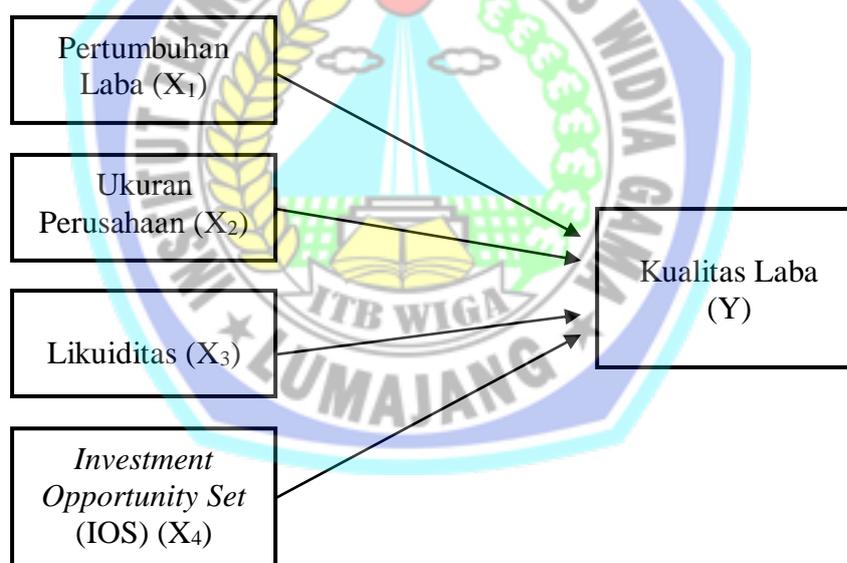
Sumber : Data Diolah, 2021

2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berjudul Pengaruh Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan *Investment Opportunity Set* (IOS) Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2019. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kualitas laba (Y), sedangkan variabel independen adalah Pertumbuhan Laba (X_1), Ukuran Perusahaan (X_2), Likuiditas (X_3), dan *Investment Opportunity Set* (IOS) (X_4). Dalam penelitian ini data diambil dari laporan keuangan tahunan di situs Bursa Efek Indonesia (BEI). Data diperoleh dari perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangannya secara berturut-turut dalam periode 2017-2019 di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam laporan keuangan tersebut akan diambil data-data yang dibutuhkan dan sesuai dengan judul penelitian ini. Data yang akan diambil dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini. Setelah dilakukan pengukuran dari data yang telah dikumpulkan, maka akan dilakukan metode analisis data yang akan menghasilkan kesimpulan dari data-data tersebut. Metode statistik deskriptif dalam penelitian digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maximum, minimum, range, sum, kurtosis dan skewness. Penelitian ini di uji menggunakan Analisis Linier Berganda karena variabel independen yang digunakan lebih dari satu variabel. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis yang digunakan antara lain uji pengaruh parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi (R^2).

2.4. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2013:89), kerangka pemikiran adalah sintesa antar hubungan variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Pertumbuhan Laba (X_1), Ukuran Perusahaan (X_2), Likuiditas (X_3), dan *Investment Opportunity Set* (IOS) (X_4) terhadap Kualitas Laba (Y) secara parsial. Dari landasan teori, hasil beberapa penelitian terdahulu dan permasalahan yang telah dijabarkan, maka sebagai dasar dalam perumusan hipotesis dapat digambarkan kerangka pemikiran yaitu sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual
Sumber : Data Diolah,2021

2.5. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.5.1. Pengaruh Pertumbuhan Laba Terhadap Kualitas Laba (H₁)

Pertumbuhan laba mempunyai peran penting dalam perusahaan dengan semakin tingginya pertumbuhan laba, maka kinerja perusahaan juga akan semakin terlihat baik. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan tinggi akan memiliki koefisien respon laba yang lebih besar dibanding dengan perusahaan yang mempunyai pertumbuhan rendah. Menurut Silfi (2016) pertumbuhan laba dimungkinkan ada pengaruh dengan kualitas laba perusahaan karena apabila perusahaan memiliki kesempatan bertumbuh terhadap labanya berarti kinerja keuangan perusahaan tersebut baik dan dimungkinkan juga memiliki kesempatan bertumbuh terhadap kualitas labanya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wardana (2015), Sa'diah (2015), Wulandari (2018), dan Puspitawati (2019). Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₁ : Pertumbuhan Laba Berpengaruh Terhadap Kualitas Laba

2.5.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Laba (H₂)

Perusahaan besar dianggap mempunyai jaringan informasi yang lebih besar dan luas dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang berukuran besar akan menggunakan akses informasi yang lebih luas untuk memperoleh sumber pendanaan (Wati, 2017). Perusahaan yang berukuran besar juga lebih diperhatikan oleh masyarakat dan mendapat respon pasar yang baik, sehingga perusahaan harus lebih berhati-hati dalam menyajikan laporan keuangan dan melaporkan kinerja perusahaan yang akurat. Hal ini menunjukkan bahwa informasi dalam laporan keuangan perusahaan tersebut lebih transparan, sehingga kemungkinan adanya manajemen laba akan lebih sedikit dan perusahaan memiliki informasi laba yang

berkualitas (Lestari, 2020). Dalam penelitian Irawati (2012), Sadih (2015), dan anggrainy (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kualitas laba. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₂ : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Kualitas Laba

2.5.3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Kualitas Laba (H₃)

Risiko bisnis dalam suatu perusahaan dapat dilihat berdasarkan tinggi rendahnya likuiditas dalam perusahaan tersebut. Jika tingkat likuiditas tinggi dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut mempunyai risiko bisnis yang rendah. Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik apabila mempunyai kemampuan yang besar dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya saat jatuh tempo. Bagi beberapa perusahaan, tingkat likuiditas yang tepat perlu dijaga karena tingkat likuiditas yang terkait dengan kepentingan kreditor juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan di mata para investor. Suatu perusahaan yang memiliki kemampuan dalam memenuhi kewajibannya menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kelangsungan hidup yang baik, sehingga dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen perusahaan dalam memberikan sinyal atas kondisi perusahaan kepada pasar, apabila reaksi pasar baik maka hal tersebut mengindikasikan bahwa laba perusahaan semakin berkualitas (Lestari, 2020). Hal ini didukung oleh penelitian Wardana (2015) dan Silfi (2016) yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap kualitas laba, sehingga semakin besar likuiditas perusahaan maka kualitas laba perusahaan akan semakin tinggi. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₃ : Likuiditas Berpengaruh Terhadap Kualitas Laba

2.5.4. Pengaruh *Investment Opportunity Set* (IOS) Terhadap Kualitas Laba (H₄)

Investment Opportunity Set (IOS) berpengaruh terhadap kualitas laba. Hal ini dikarenakan *Investment Opportunity Set* merupakan kesempatan perusahaan untuk tumbuh tergantung pada pengeluaran perusahaan yang telah dirancang oleh manajemen. Perusahaan yang memiliki *Investment Opportunity Set* yang tinggi akan mempengaruhi perubahan tingkat laba dan akan menentukan kualitas laba. Semakin baik kualitas laba yang diperoleh oleh perusahaan maka kesempatan investor untuk berinvestasi ke dalam perusahaan tersebut semakin baik. Perusahaan yang mempunyai kesempatan investasi yang tinggi akan mencerminkan pertumbuhan perusahaan yang baik yang tentunya menjadi faktor pertimbangan bagi para investor. Hal ini sejalan dengan penelitian Oktarya (2014), Prasetyawati (2015) dan Sadiah (2015) yang menunjukkan bahwa *Investment Opportunity Set* (IOS) berpengaruh terhadap kualitas laba. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₄ : *Investment Opportunity Set* (IOS) Berpengaruh Terhadap Kualitas Laba