

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal

Menurut Brigham dan Houston (2001), menyatakan bahwa teori sinyal adalah tindakan perusahaan dalam memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek suatu perusahaan. Teori sinyal merupakan informasi yang penting untuk diungkapkan oleh perusahaan kepada pihak pengambil keputusan di luar perusahaan. Informasi merupakan suatu hal penting bagi investor dan bagi pelaku bisnis karena informasi menyajikan keterangan, catatan atau gambaran situasi masa lalu, sekarang dan masa depan bagi kelangsungan hidup perusahaan dan dampaknya terhadap perusahaan. Investor membutuhkan informasi yang lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu sebagai alat analisis untuk pengambilan keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan merupakan pengumuman yang memberikan sinyal kepada investor untuk mengambil keputusan investasi

Berdasarkan teori sinyal, informasi tentang informasi laba dan ukuran perusahaan dipublikasikan dalam bentuk laporan keuangan yang dapat memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi, dengan harapan mengurangi adanya asimetris informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal, karena biasanya perusahaan lebih banyak mengetahui mengenai perusahaan dan prospek yang dijalankan. Sinyal ini dapat dilihat oleh investor sebagai sinyal positif atau negatif. Apabila informasi tersebut mengandung nilai

positif, maka pasar akan bereaksi ketika pengumuman diterima, dan pelaku pasar yang menerima informasi tersebut diharapkan terlebih dahulu dapat menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik atau buruk. Sinyal positif berkualitas baik dianggap sebagai berita baik (good news), dan sinyal negatif berkualitas rendah dianggap sebagai berita buruk (bad news). Investor akan melakukan investasi saham ketika mendapatkan informasi yang baik, karena informasi ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam posisi keuangan baik dan memiliki prospek yang baik untuk masa depan. Pasar modal efisien didefinisikan sebagai pasar dimana harga suatu sekuritas mencerminkan setiap informasi relevan yang dipublikasikan di laporan keuangan, kondisi keuangan dalam perusahaan maupun informasi lainnya, dan dapat mencerminkan fluktuasi volume perdagangan pada saham. Hal ini terlihat dari efisiensi pasar.

2.1.2 Reaksi Pasar

a. Pengertian Reaksi Pasar

Suatu peristiwa pasti akan menimbulkan sesuatu. Sesuatu yang timbul karena adanya suatu peristiwa adalah reaksi. Reaksi merupakan kegiatan (aksi, protes) yang timbul akibat suatu gejala atau suatu peristiwa (KBBI, 2007). Reaksi adalah tanggapan (respons) dari suatu aksi.

Pasar modal adalah tempat bertemunya penjual atau emiten dengan pembeli atau pemilik modal. Berdasarkan UU. No. 8 tahun 1995, Pasar Modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek. Menurut (Fakhruddin, 2008) Pasar modal

merupakan sarana bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pendanaan. Pasar modal merupakan salah satu dari beberapa sarana yang ada untuk mendapatkan modal bagi perusahaan didalam kegiatan usahanya (Ardi Murdoko Sudarmadji, 2007)

Reaksi pasar merupakan perubahan harga saham karena adanya informasi baru. Harga pasar merupakan harga suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung (Azis, 2015:19). Pada bursa efek harga pasar dapat dilihat pada penutupan hari tersebut. Pada saat penutupan dapat diketahui saham mengalami kenaikan atau penurunan. Sebelum penutupan, harga pasar akan terus bergerak naik atau turun. Menurut Anggaraini (2015:16) beberapa faktor yang mempengaruhi harga saham, antara lain:

1. Harapan investor terhadap tingkat pendapatan dividen untuk masa yang akan datang. Apabila tingkat pendapatan dan dividen suatu saat stabil maka harga saham cenderung stabil. Sebaliknya jika tingkat pendapatan dan dividen berfluktuasi karena siklus perusahaan atau perubahan teknologi maka harga saham berfluktuasi juga.
2. Tingkat pendapatan perusahaan. Tingkat pendapatan tercermin dari earnings per share (EPS) terkait dengan kenaikan harga saham. Apabila fluktuasi dari EPS semakin besar maka harga saham akan semakin besar pula.
3. Kondisi perekonomian. Kondisi yang akan datang selalu dipengaruhi oleh kondisi perekonomian saat ini. Apabila kondisi perekonomian saat ini stabil dan mantap maka investor optimis terhadap kondisi yang akan datang sehingga harga saham cenderung stabil dan demikian sebaliknya.

Reaksi atau respon pasar umumnya diamati dari kenaikan atau penurunan harga saham yang terjadi disekitar tanggal pengumuman laba (Maharani, 2014:23). Reaksi pasar dinilai dengan harga pasar saham yang mana berhubungan dengan return investasi (Ball & Brown, 1968:68). Dalam bahasa teknis pasar modal, istilah reaksi pasar ini mengacu pada perilaku investor dan pelaku pasar lainnya untuk melakukan transaksi (baik dengan cara membeli atau pun menjual) saham sebagai tanggapan atas keputusan penting emiten yang disampaikan ke pasar (Millatina & Syafruddin, 2012:131). Reaksi pasar dapat dilihat dari harga saham perusahaan terkait. Reaksi pasar ini ditunjukkan dengan adanya perubahan harga saham yang lazimnya diukur dengan return saham sebagai nilai perubahannya (Ajie, 2003:112)

Reaksi pasar ini dapat diukur dengan adanya abnormal return yang diterima oleh pasar (Cahyaningdyah, 2005:24). Junaidi (2016:24) berpendapat sama yakni reaksi pasar ditujukan dengan adanya perubahan harga (return) dari saham bersangkutan yang di ukur dengan abnormal return. Abnormal return merupakan proksi dari reaksi pasar, apabila terdapat informasi pada peristiwa yang diobservasi, maka abnormal return akan mengikuti peristiwa tersebut, begitu juga sebaliknya, jika peristiwa tersebut tidak memiliki kandungan informasi, maka peristiwa tersebut tidak memberikan abnormal return (A. Wirajaya, 2011:4).

Menurut Hartono, rumus *abnormal return* adalah sebagai berikut:

$$ARit = Rit - E(Rit)$$

Keterangan:

$ARit$ = *abnormal return*

Rit = *Actual Return*

E = *Expected Return*

b. Return Saham

Investor memiliki saham bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Pada saat perusahaan berada di posisi yang menguntungkan, maka nilai saham dipasaran cenderung naik artinya nilai saham pemilik juga naik sehingga mereka bisa mendapatkan keuntungan dalam menjual saham dengan harga yang lebih tinggi dari harga beli. Return saham merupakan hasil yang diperoleh dari suatu investasi (Lindrianasari, 2010:198) Return saham dibedakan menjadi dua yaitu return realisasi dan return ekspektasi.

Return ekspektasi adalah return yang diharapkan akan didapatkan oleh investor di masa mendatang. Return harapan merupakan tingkat return yang diantisipasi investor di masa mendatang (Tandelilin, 2010:10). Return ekspektasi merupakan return yang diharapkan di masa mendatang dan masih bersifat tidak pasti (Lindrianasari, 2010:198). Return ekspektasi dihitung dari rata-rata tertimbang berbagai tingkat return dengan probabilitas keterjadian di masa depan sebagai faktor penimbangnya.

Menurut Cheng & Christiawan (2011:7) return ekspektasi dapat dihitung menggunakan 3 model estimasi tanpa sesuaian resiko yaitu:

1. Mean Adjusted Return

Pada model Mean Adjusted Return, expected return bernilai konstan sama dengan rata-rata return realisasi sebelumnya selama periode estimasi. Model ini menganggap jika suatu pasar efisien dan return saham berbeda-beda secara random di seputar nilai sebenarnya.

2. Market Model Return

Perhitungan expected return dengan model pasar (market model) dilakukan dengan dua tahap, yang pertama membentuk model ekspektasi dengan menggunakan data realisasi selama periode estimasi dan kemudian menggunakan model ekspektasian ini untuk mengestimasi expected return di periode jendela.

3. Market Adjusted Model

Model Market Adjusted Return menganggap bahwa praduga yang terbaik untuk mengestimasi return saham adalah return indeks pasar pada saat tersebut. Dengan menggunakan model ini, maka tidak perlu menggunakan periode estimasi untuk memberntuk model estimasinya karena return saham yang diestimasi adalah sama dengan return indeks pasar.

Abnormal return adalah selisih antara return sesungguhnya yang terjadi dengan return ekspektasi (Dwiatmini & Nurkholis, 2001:22). Abnormal return dapat terjadi karena adanya informasi atau peristiwa baru yang mengubah nilai perusahaan dan direaksi oleh investor yang kemudian akan membuat kenaikan atau penurunan harga saham (Alwiyah & Solihin, 2015:93). (Jogiyanto, 2009:63) mendefinisikan abnormal return sebagai selisih antara actual return dan expected return. Abnormal return akan positif jika return yang didapatkan lebih besar dari return yang diharapkan atau return yang dihitung. Sedangkan abnormal return

akan negatif jika return yang didapat lebih kecil dari return yang diharapkan atau return yang dihitung (Cheng & Christiawan, 2011:6).

2.1.3 Perataan Laba

a. Pengertian perataan laba

Laba atau income merupakan salah satu informasi potensial yang terkandung didalam laporan keuangan yang sangat penting bagi pihak internal dan eksternal perusahaan. Karena kinerja manajemen tercermin pada laba yang terkandung dalam laporan laba rugi. Informasi laba merupakan salah satu komponen laporan keuangan perusahaan. Laba merupakan informasi perusahaan yang paling diminati dalam pasar modal. Laba merupakan pengukuran atas perubahan kekayaan pemegang saham (perubahan nilai).

Menurut (Belkaouli, 2000:57) perataan laba adalah pengurangan fluktuasi laba dari tahun ke tahun dengan memindahkan pendapatan dari tahun-tahun yang tinggi pendapatannya ke periode-periode yang kurang menguntungkan. Copeland (1968) dalam Dewi (2011:9) mengatakan perataan laba adalah pengurangan fluktuasi dari tahun ke tahun melalui pemindahan earnings dari tahun puncak untuk mengurangi periode kesuksesan.

Menurut Lilianti (2017) perataan laba melibatkan penghalusan fluktuasi laba dengan mentransfer uang dari tahun yang menguntungkan ke tahun yang tidak menguntungkan. Sedangkan menurut Anggraini & Suprasto (2019), praktik laba memerlukan laporan laba rugi untuk mempertahankan laba yang dilaporkan tidak berubah.

Berdasarkan beberapa uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Perataan Laba

merupakan tindakan menormalisasikan laba untuk mengurangi fluktuasi laba yang dilaporkan untuk mencapai tingkat tertentu yang diinginkan perusahaan atau dianggap prestasi baik bagi investor. Dalam pengertian ini, perataan laba mencerminkan suatu usaha dari manajemen perusahaan untuk menurunkan variasi yang abnormal dalam laba sejauh yang diijinkan oleh prinsip-prinsip akuntansi dan manajemen yang baik.

Menurut Firent (2005) dalam Alwiyah & Solihin (2015:83) Jenis perataan laba terdapat dua yang dapat dilakukan yaitu:

1. Perataan laba

Perataan laba yang dilakukan melalui transaksi keuangan dengan mempengaruhi laba melalui perubahan dengan sengaja atas kebijakan operasi dan waktunya. Beberapa perusahaan terbukti melakukan perataan laba dengan menggunakan cara ini. Eckel (1981:29) mengatakan perataan laba merupakan tindakan manajemen yang dilakukan untuk mengendalikan peristiwa ekonomi yang mendasarinya. Horwitz (1977, hlm. 27) menegaskan bahwa perataan laba memengaruhi arus kas sedangkan perataan buatan tidak. Dascher dan Malcolm (1970, hlm. 253-4) menunjukkan bahwa perataan laba merupakan transaksi actual yang dilakukan atau tidak dilakukan atas dasar efek perataannya terhadap pendapatan. Misalnya perusahaan dapat memilih proyek modal atas dasar kovariansi dari rangkaian pendapatan yang diharapkan. Hal ini merupakan pengendalian peristiwa ekonomi aktual yang secara langsung memengaruhi pendapatan masa depan, dan dengan demikian disebut sebagai perataan laba.

2. Perataan buatan

Perataan laba melalui prosedur akuntansi yang diterapkan untuk memindahkan biaya dan atau pendapatan dari suatu periode ke periode yang lain. Beberapa perusahaan melakukan perataan dengan cara ini.

Menurut Eckel (1981:29) perataan buatan merupakan manipulasi akuntansi yang dilakukan oleh manajemen untuk meratakan pendapatan. Manipulasi ini tidak menggambarkan peristiwa ekonomi yang mendasarinya atau memengaruhi arus kas tetapi mengalihkan biaya dan atau pendapatan dari satu periode ke periode lainnya. Misalnya, perusahaan dapat menambah atau mengurangi pendapatan yang dilaporkan hanya dengan mengubah asumsi aktuariannya mengenai biaya pensiun.

Unsur laporan keuangan yang sering dijadikan sasaran perataan laba dapat terbagi menjadi dua bagian (Alwiyah & Solihin, 2015:83), yaitu:

- unsur penjualan

Manajemen dapat melakukan perataan laba melalui saat pembuatan faktur, melalui pembuatan pesanan serta melalui penurunan produk dengan cara mengklasifikasikan produk yang belum rusak ke dalam produk rusak sehingga dilaporan dilaporkan telah terjual dengan harga lebih rendah daripada harga sebenarnya.

- unsur biaya

Perataan laba dapat dilakukan dengan cara memecah biaya atau mencatat biaya dibayar di muka sebagai biaya. Misalnya melaporkan biaya advertensi dibayar dimuka untuk tahun depan sebagai biaya advertensi tahun ini (Simbolon, 2010).

Perataan laba dapat dihitung menggunakan indeks excel dibawah ini:

$$\text{Indeks Perataan Laba : } \frac{\text{CV } \Delta I}{\text{CV } \Delta S}$$

CV Δ I dan CV Δ S dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{CV } \Delta I \text{ dan CV } \Delta S = \frac{\text{variance}}{\text{Expected value}}$$

Keterangan :

ΔI = Perubahan laba dalam satu periode

ΔS = Perubahan penjualan dalam satu periode

CV Δ I = koefisien variasi untuk perubahan laba

CV Δ S = koefisien variasi untuk perubahan penjualan

Apabila $= \text{CV } \Delta I > \text{CV } \Delta S$, maka perusahaan tidak digolongkan sebagai perusahaan yang melakukan tindakan perataan laba.

Penggunaan model eckel dalam rangka menentukan apakah suatu perusahaan melakukan praktik perataan laba atau tidak melakukan dalam berbagai penelitian empiris terdahulu adalah berdasarkan pertimbangan-pertimbangan berikut:

1. Laba yang digunakan dalam model Eckel ini adalah laba yang sesungguhnya terjadi atau tidak menggunakan proyeksi laba, sehingga laba yang digunakan dalam perhitungan ini bersifat objektif.
2. Penjualan atau pendapatan yang digunakan adalah penjualan/pendapatan bersih yang sesungguhnya terjadi.

b. Tujuan Perataan Laba

Tujuan perataan laba antara lain yaitu untuk memperbaiki citra perusahaan

dimata pihak luar bahwa perusahaan tersebut memiliki resiko yang rendah, memberikan informasi yang relevan dalam melakukan prediksi terhadap masa yang akan datang, memuaskan kepuasan relasi bisnis, meningkatkan persepsi pihak eksternal terhadap kemampuan manajemen, meningkatkan kompensasi bagi pihak manajemen

Beberapa alasan manajemen melakukan praktik perataan laba adalah sebagai berikut:

1. Aliran laba yang merata dapat meningkatkan keyakinan para investor karena laba yang stabil akan mendukung kebijaksanaan dividen yang stabil pula sebagaimana yang diinginkan para investor.
2. Penyusunan pos pendapatan dan biaya secara bijaksana yang melalui periode beberapa metode tertentu, manajemen dapat mengurangi kewajiban perusahaan secara keseluruhan
3. Perataan laba dapat meningkatkan hubungan antara manajer dan pekerja karena kenaikan yang tajam dalam laba yang dilaporkan dapat menimbulkan permintaan upah yang lebih tinggi bagi para karyawan.
4. Aliran laba yang merata dapat memiliki pengaruh psikologis pada ekonomi dalam hal kenaikan atau penurunan dapat dihindarkan serta rasa pesimis dan optimis dapat dikurangi.

c. Kandungan informasi atas laba

Kandungan Informasi atas laba setiap perusahaan yang terdaftar pada bursa efek akan menerbitkan laporan keuangan. Salah satu bagian dari laporan keuangan tersebut adalah laporan laba rugi. Laporan laba rugi merupakan salah satu sumber

informasi bagi investor. Informasi laba merupakan indikator keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya, sehingga sering kali investor menggunakannya sebagai dasar dalam mengambil keputusan investasi. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi karena manajemen memiliki lebih banyak informasi dibandingkan pihak lain dan lebih mengetahui informasi perusahaan daripada pemilik perusahaan yang sebagai principal. Teori ini menjelaskan bahwa manajemen dapat mengurangi asimetri informasi dengan memberikan sinyal kepada pihak lain. Oleh karena itu manajemen akan melakukan praktik manajemen laba dengan tujuan membantu menyediakan informasi untuk menilai kinerja manajemen, mengestimasi kemampuan laba yang representative dalam jangka panjang dan menaksir risiko dalam investasi.

Setiap periode, perusahaan akan menerbitkan laporan keuangan guna menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

2.1.4 Ukuran Perusahaan

a. Pengertian ukuran perusahaan

Menurut Ferry dan Jones dalam Sujianto (2001:12), Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aset. Banyak perhitungan untuk mengetahui ukuran suatu perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain) (Machfoedz,

1994:56). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium-size) dan perusahaan kecil (small firm) (Machfoedz, 1994:56). Menurut Machfoedz (1994) dalam Indriani (2014:4) Kategori ukuran perusahaan yaitu:

- a) Perusahaan Besar (large firm) Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp 50 Milyar/tahun.
- b) Perusahaan Menengah (medium-size) Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp 1 Milyar dan kurang dari Rp 50 Milyar.
- c) Perusahaan Kecil (small firm) Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp 1 Milyar/tahun.

Menurut (Brigham & Houston, 2001:117) Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian. Perusahaan yang memiliki banyak aset dapat meningkatkan kapasitas produksi yang memiliki potensi untuk menghasilkan laba lebih baik dari pada perusahaan yang memiliki aset lebih sedikit. Berdasarkan dari beberapa pendapat

tersebut, ukuran perusahaan dapat di simpulkan menjadi skala menentukan besar kecilnya perusahaan.

Penentuan ukuran perusahaan didasarkan kepada total asset perusahaan. Menurut Jogiyanto (2000:32) Besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Total aset dijadikan sebagai indikator ukuran perusahaan karena sifatnya jangka panjang dibandingkan dengan penjualan (Zaylani & Asyik, 2015:83). Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur aset. Menurut Siregar dan Utama (2005:16) ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aktiva. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma natural (Ghozali, 2006:3)

$$\text{Ukuran perusahaan} = \ln \text{total aktiva}$$

Keterangan:

\ln : Logaritma Natural

Berbagai metrik dapat digunakan untuk memperkirakan ukuran perusahaan, dengan ukuran asetnya memainkan peran penting dalam penentuan ini. Asset, yang merupakan sumber daya yang dimiliki oleh entitas yang berasal dari kejadian masa lalu dan diharapkan akan menghasilkan keuntungan ekonomi di masa depan, memiliki nilai yang signifikan. Umumnya nilai total asset melebihi variabel keuangan lainnya, menunjukkan hubungan langsung dengan ukuran perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Wijiantoro (2017)	Pengaruh Perataan Laba dan Ukuran Perusahaan terhadap Reaksi Pasar pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017	Perataan Laba (X1) Ukuran Perusahaan (X2) Reaksi Pasar (Y)	Perataan laba dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar
2	Emma Lilianti (2017)	Pengaruh perataan laba terhadap reaksi pasar pada perusahaan subsector otomotif dan komponen di bursa efek Indonesia	Perataan laba (X) Reaksi pasar (Y)	Tindakan perataan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar
3	Asyik (2017)	Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Reaksi Pasar	Kinerja Keuangan (X1) Ukuran Perusahaan (X2) Reaksi Pasar (Y)	Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar
4.	Marco dan Muhammad khafid (2020)	Pengaruh Perataan Laba, Ukuran Perusahaan, Debt to Equity Ratio Dan Return On Assets Terhadap Reaksi Pasar Pada Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2017-2019	Perataan laba (X) Ukuran perusahaan (X) Debt to equity ratio (X) Return on assets (X) Reaksi Pasar (Y)	1. Return on assets berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar 2. perataan laba, ukuran perusahaan dan debt to equity tidak berpengaruh signifikan terhadap reaksi

pasar				
5. Fachrilni Arief (2021)	Pengaruh Perataan Laba dan Ukuran Perusahaan Terhadap Reaksi Pasar Perusahaan Minyak dan Gas yang terdaftar di BEI	Perataan laba (X1) Ukuran perusahaan (X2) Reaksi Pasar (Y)	Perataan laba (X1) Ukuran perusahaan (X2) Reaksi Pasar (Y)	Perataan Laba berpengaruh terhadap reaksi pasar Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap reaksi pasar
6. Nazlah Rachma Panggabean dan Yuliana Halawa (2022)	Pengaruh Perataan Laba Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Reaksi Pasar Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Perataan Laba (X1) Ukuran Perusahaan (X2) Reaksi Pasar (Y)	Perataan Laba (X1) Ukuran Perusahaan (X2) Reaksi Pasar (Y)	Perataan laba dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar.
7. Yolanda Putri Pasaribu (2022)	Pengaruh Kinerja Keuangan dan ukuran perusahaan terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur sub sector food and beverages yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020	Kinerja keuangan (X1) Ukuran perusahaan (X2) Reaksi Pasar (Y)	Kinerja keuangan (X1) Ukuran perusahaan (X2) Reaksi Pasar (Y)	kinerja keuangan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap reaksi pasar dan debt to asset ratio (DAR) sebagai variabel kontrol tidak berpengaruh terhadap reaksi pasar
8. Dendy Hardi Hanza, Maswar Patuh Priyadi (2020)	Pengaruh Income Smoothing, ukuran perusahaan dan Leverage Terhadap Market Respone	Income smoothing (X1) Ukuran Perusahaan (X2), Leverage (X3) Market responde (Y)	Income smoothing (X1) Ukuran Perusahaan (X2), Leverage (X3) Market responde (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa income smoothing dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap market responde, tetapi Leverage berpengaruh positif terhadap market responde
9. Kisani dania ulfa	Pengaruh Perataan laba, Pertumbuhan	Perataan laba (X1)	Perataan laba (X1)	Berdasarkan hasil uji, analisis dan

	Nur hisamuddin Oktaviani ari wardhaningrum (2023)	Aset dan Pertumbuhan utang terhadap Reaksi Pasar (studi empiris pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara)	Pertumbuhan asset (X2) Pertumbuhan Utang (X3) Reaksi pasar (Y)	pembahasan, diperoleh kesimpulan bahwa perataan laba, pertumbuhan aset dan pertumbuhan utang tidak berpengaruh terhadap reaksi pasar
10	M Tristanaldo Kusuma mahardika (2023)	Pengaruh perataan laba dan ukuran perusahaan terhadap reaksi pasar pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023	Perataan laba (X1) Ukuran perusahaan (X2) Reaksi pasar (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perataan laba berpengaruh terhadap reaksi pasar Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap reaksi pasar

Sumber: data diolah oleh peneliti 2024

2.3 Kerangka Penelitian

2.3.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian menurut Sugiyono (2012:89) merupakan penggabungan terkait hubungan antara variabel yang dirangkang dari banyak teori yang telah dijelaskan. Teori-teori yang telah dijelaskan selanjutnya dianalisis secara sistematis dan kritis sehingga nantinya menghasilkan penggabungan antara variabel yang akan diteliti. Penggabungan terkait variabel tersebut nantinya akan digunakan guna merumuskan suatu hipotesis.

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran, akan lebih memudahkan pemahaman dalam mencermati arah atau jalur pembahasan dalam

memberikan gambaran secara lebih rinci dan jelas mengenai keterkaitan antar variabel penelitian yang digunakan.

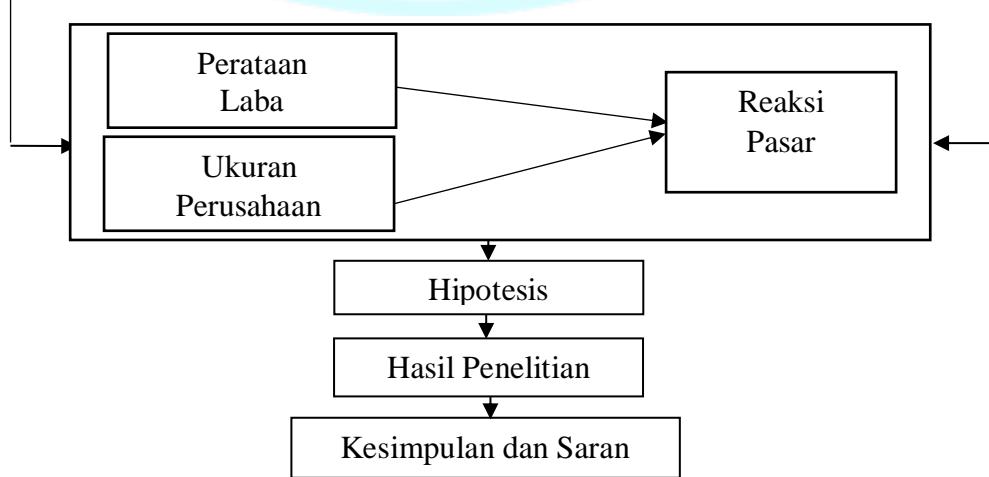


Grand Theory

Teori Sinyal
(Brigham,2001)

Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh Perataan Laba dan Ukuran Perusahaan terhadap Reaksi Pasar pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017 (Wijiantoro, 2017)
2. Pengaruh perataan laba terhadap reaksi pasar pada perusahaan subsector otomotif dan komponen di bursa efek Indonesia Emma Lilanti (2017)
3. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Reaksi Pasar (Asyik,2017)
4. Pengaruh Perataan Laba, Ukuran Perusahaan, Debt to Equity Ratio Dan Return On Assets Terhadap Reaksi Pasar Pada Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2017-2019 (Marco dan Muhammad khafid, 2020)
5. Pengaruh Perataan Laba dan Ukuran Perusahaan Terhadap Reaksi Pasar Perusahaan Minyak dan Gas yang terdaftar di BEI (Fachrilni Arief, 2021)
6. Pengaruh Perataan Laba Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Reaksi Pasar Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di BEI (Nazlah Rachma Panggabean dan Yuliana Halawa, 2022)
7. Pengaruh Kinerja Keuangan dan ukuran perusahaan terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur sub sector food and beverages yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 (Yolanda putri pasaribu, 2022)
8. Pengaruh Income Smoothing, ukuran perusahaan dan Leverage Terhadap Market Respone (Dendy Hardi Hanza, Maswar Patuh Priyadi, 2022)
9. Pengaruh Perataan laba, Pertumbuhan Aset dan Pertumbuhan utang terhadap Reaksi Pasar pada perusahaan pertambangan Kisani dania ulfa,Nur hisamuddin, Oktaviani ari wardhaningrum (2023)



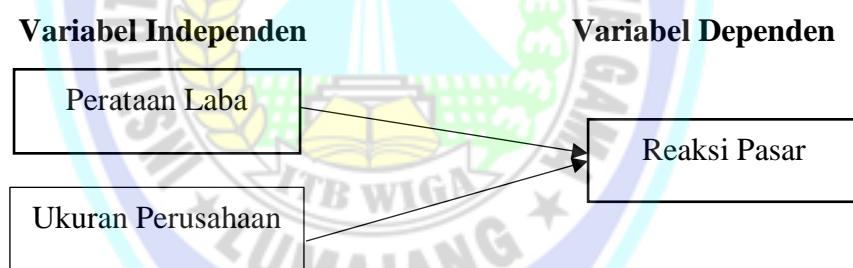
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah oleh peneliti 2025

2.3.2 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2018), kerangka konseptual merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Kerangka konseptual merupakan kesimpulan yang bersifat sementara dari tinjauan teoritis yang mencerminkan hubungan antar variabel yang sedang diteliti.

Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh perataan laba dan ukuran perusahaan terhadap reaksi pasar pada perusahaan industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. berdasarkan penjelasan tersebut maka bagan yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antar variabel adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Sumber: diolah peneliti 2025

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perusahaan yang diajukan, yang dimaksud adalah pernyataan spesifik yang masih bersifat prediksi atau dugaan peneliti, atau menjelaskan secara konkret (bukan teoritis) apa yang diharapkan oleh peneliti dari rumusan masalah yang sudah diajukan sebelumnya (Suryadi & Hendryadi, 2015:98) sedangkan menurut Sugiyono (2019:60)

Hipotesis merupakan pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Jadi fungsi hipotesis untuk megudi kebenaran teori, dan memperluas pengetahuan peneliti tentang gejala yang sedang dipelajari Dari penjelasan diatas dapat diajukan hipotesis penelitian ini sebagai berikut

2.4.1 Pengaruh Perataan Laba Terhadap Reaksi Pasar

Manajemen menggunakan perataan laba tujuannya adalah untuk mengurangi fluktuasi keuntungan dengan mentransfer tahun-tahun perolehan pendapatan tinggi ke periode yang kurang menguntungkan dan mengurangi resiko sehingga harga sekuritas yang tinggi menarik perhatian investor. Manajemen perusahaan sebagai pemilik informasi akan menyediakan laporan keuangan yang baik untuk di lihat oleh penggunanya. Manajemen perusahaan akan memperlihatkan laporan keuangan yang baik kepada pemilik perusahaan, atau calon pemilik perusahaan. Calon Investor tersebut akan melihat bagian laba. Calon investor akan melihat pada bagian laba lebih dari satu periode. Hal tersebut dilakukan supaya calon investor dapat mengetahui perkembangan perusahaan.

Laba yang tercantum pada laporan keuangan merupakan informasi bagi penggunanya. Angka laba memiliki kandungan informasi yang bermanfaat bagi pasar, yang terlihat dari hubungan antara unexpected earning dengan abnormal return pada sekitar tanggal pengumuman informasi laba perusahaan (Dwiatmini & Nurkholis, 2001). Selain itu di temukan terjadinya reaksi pasar walaupun laba tersebut telah dimanipulasi. Hal tersebut dapat dilihat dari perubahan harga saham

pada perusahaan terkait. Sehingga, perusahaan yang melakukan tindakan perataan laba akan membuat pasar bereaksi.

Perataan laba tidak menjadi masalah untuk dilakukan selama dalam pelaksanaannya tidak mengandung kecurangan. Selain itu, pelaporan laba yang stabil dari tahun ke tahun dapat membuat citra perusahaan menjadi baik di mata eksternal perusahaan karena dianggap perusahaan tersebut memiliki resiko yang rendah.

H1: Perataan Laba berpengaruh terhadap Reaksi Pasar.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Reaksi Pasar

Ukuran Perusahaan dapat dilihat dari total asset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang lebih besar umumnya mempunyai harga saham yang lebih tinggi. Perusahaan besar memiliki karakteristik harga saham yang kurang sensitif terhadap perekonomian karena makin besar ukuran perusahaan, aset yang dimiliki akan semakin besar dan harga sahamnya akan semakin tinggi serta cenderung menguat (Pratiwi & Dewi, 2012).

Perusahaan besar di pandang memiliki kinerja yang efektif dan menguntungkan daripada perusahaan yang memiliki ukuran kecil. Pada dasarnya investor memilih perusahaan untuk diinvestasikan karena memiliki return yang tinggi. Perusahaan yang memiliki kinerja efektif akan memberikan return yang tinggi kepada pemilik sahamnya. Oleh karena itu, Semakin besar ukuran perusahaan, maka investor akan merespon sehingga pasar akan bereaksi.

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Reaksi Pasar