

## BAB II

### Kajian Pustaka dan Perumusan Hipotesis

#### A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Alwiyah (2015) Meneliti mengenai “Pengaruh *income smoothing* terhadap *earning response* pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI”. Persamaan yang akan dilakukan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan perataan laba Sebagai variabel Independen dan reaksi pasar sebagai variabel dependen. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tindakan *Income smoothing* (perataan laba) tidak berpengaruh terhadap *earning response* (reaksi pasar).

Anggaraini (2015) Meneliti mengenai “Pengaruh perataan laba, ukuran perusahaan dan *debt equity ratio* pada reaksi pasar”. Persamaan penelitian ini adalah pada variabel dependennya menggunakan perataan laba dan ukuran perusahaan dan pada variabel dependennya menggunakan reaksi pasar. Sedangkan pada perbedaannya penelitian ini menggunakan tambahan variabel independen lain yakni *debt to equity ratio*. Hasil pada penelitian ini adalah Perataan laba kurang mampu untuk memicu minat para calon investor untuk berinvestasi karena para pelaku pasar di Bursa Efek Indonesia (BEI) lebih tertarik pada isu-isu yang bersifat fenomenal.

Harnovinsah (2015) Meneliti mengenai “The Market Reaction and *Income Smoothing* (Case Study on Listed Company in LQ 45 Indonesian Stock Company in LQ 45 Indonesian Stock Exchange)”. Penelitian ini memiliki persamaan yakni membahas variabel perataan laba dan reaksi pasar. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini tidak memakai variabel ukuran perusahaan serta studi kasus pada indeks LQ45. Hasil penelitian ini adalah jika reaksi pasar atas pengumuman laba ditentukan oleh *Cumulative Abnormal Return* (CAR) selama periode 5 hari sebelum tanggal pengumuman laba sampai 5 hari setelah tanggal pengumuman laba, hasil yang diperoleh tidak ada perbedaan antara reaksi pasar terhadap perataan laba

perusahaan perusahaan tidak perataan laba. Hasil ini menunjukkan bahwa investor tidak dapat membedakan antara perusahaan yang melakukan perataan laba dan perusahaan yang tidak melakukan perataan laba.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **B.2.1. Pengertian Perataan Laba**

Perataan laba (*income smoothing*) adalah pengurangan fluktuasi laba dengan memindahkan pendapatan berasal tahun-tahun yang tinggi pendapatannya ke periode-periode yang kurang menguntungkan. Perataan laba merupakan mengurangi fluktuasi laba dengan memindahkan pendapatan dari tahun-tahun yang menguntungkan ke tahun-tahun yang kurang menguntungkan. Praktik perataan laba merupakan rekayasa manajemen untuk menekan jumlah laba pada sejumlah periode tertentu dengan tujuan untuk memperoleh tingkat laba sesuai yang diharapkan (Kharisma, 2015).

Perataan laba adalah memindahkan pendapatan dari tahun tahun yang tinggi ke periode tahun yang kurang menguntungkan untuk mengurangi fluktuasi laba. Perataan laba ini juga bertujuan agar mudah dalam menarik para investor dan manajemen dapat meraup keuntungan sebesar besarnya tanpa melihat akibat atau dampak yang terjadi sesudahnya. Perataan laba juga mampu memperbaiki sebuah citra perusahaan dan meningkatkan relasi-relasi usaha. Namun perataan laba ini tidak baik dilakukan karena, tidak menggambarkan kondisi keuangan sesungguhnya dan bertentangan terhadap tujuan suatu perusahaan. Juga perataan laba memberikan informasi laporan keuangan yang menyesatkan bagi si pengguna laporan keuangan, sehingga dapat mengakibatkan pengguna laporan keuangan salah dalam mengambil keputusan. Dan jika perataan laba ini sampai diketahui oleh pengguna laporan keuangan maka, image perusahaan akan rusak dan membuat kehilangan kepercayaan pengguna laporan keuangan terutama investor terhadap perusahaan. Perataan laba

tidak akan terjadi apabila laba yang dihasilkan perusahaan sesuai dengan harapan perusahaan.

Banyaknya pendapat mengenai arti dari perataan laba dapat di simpulkan bahwa perataan laba adalah tindakan dari manajemen untuk mengurangi fluktuasi laba dengan cara memindahkan pendapatan yang tinggi pada tahun-tahun tertentu ke periode yang kurang menguntungkan.

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

#### B.2.1.1 Real Smoothing

Perataan laba yang dilakukan melalui transaksi keuangan dengan mempengaruhi laba melalui perubahan dengan sengaja atas kebijakan operasi dan waktunya.

#### B.2.1.2 Artificial Smoothing /Accounting Smoothing

Perataan laba melalui prosedur akuntansi yang diterapkan untuk memindahkan biaya dan atau pendapatan dari suatu periode ke periode yang lain.

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

##### B.2.2.1 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 dilaporkan dilaporkan telah terjual dengan harga lebih rendah daripada harga sebenarnya.

##### B.2.2.2 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).

Identifikasi terhadap adanya perilaku *artificial smoothing* tidak didasarkan pada variabilitas laba *time series*, melainkan lebih didasarkan pada apakah variabilitas laba merupakan fungsi dari tindakan yang dilakukan oleh manajemen secara sengaja untuk mengurangi variabilitas laba yang dilaporkan sehingga tidak mencerminkan realitas ekonomi suatu perusahaan.

Suatu perusahaan yang diidentifikasi melakukan *artificial income smoothing* berdasarkan formula yang diusulkan oleh Eckel apabila perusahaan tersebut memiliki koefisien variasi perubahan penjualan *time series* lebih besar daripada koefisien variasi perubahan laba *time series* ( $CV\Delta S > CV\Delta I$ ) (Permana, 2003). Untuk mengetahui suatu perusahaan melakukan praktek perataan laba atau tidak maka digunakan indeks Eckel. Eckel (1981:34) menggunakan Coefficient Variation (CV) variabel penghasilan dan variabel penjualan bersih.

$$\text{indeks perataan laba: } \frac{CV \Delta I}{CV \Delta S}$$

Di mana:

$\Delta I$  = Perubahan laba dalam satu periode

$\Delta S$  = Perubahan penjualan dalam satu periode

CV = Koefisien variasi dari variabel yaitu standar deviasi dibagi dengan nilai yang diharapkan

$CV \Delta I$  = Koefisien variasi untuk perubahan laba

$CV \Delta S$  = Koefisien variasi untuk perubahan penjualan.

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

$CV \Delta I$  dan  $CV \Delta S$  dapat dihitung sebagai berikut :

$$CV \Delta I \text{ dan } CV \Delta S = \frac{\sqrt{\frac{\sum(\Delta x - \Delta I)^2}{n - 1}}}{\Delta E}$$

Dimana :

$\Delta X$  = perubahan laba (I) atau penjualan (S)

$\Delta E$  = rata-rata perubahan laba (I) atau penjualan (S)

$n$  = banyaknya tahun yang diamati Indikator juga dapat dilihat dari laporan keuangan khususnya laporan laba rugi pada perusahaan.

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 keagenan membuat adanya asimetri informasi karena manajemen sebagai agen akan lebih mengetahui informasi perusahaan daripada pemilik perusahaan yang sebagai principal. Asimetri informasi berupa informasi yang tidak merata antara agen dan principal. Principal tidak bias mengamati secara langsung usaha yang dilakukan oleh agen. Oleh karena itu manajemen akan melakukan praktek manajemen laba.

### B.2.2. Reaksi Pasar

Reaksi pasar adalah tanggapan pasar (investor) terhadap masalah yang diterima, menurut Istifarda (2015). Ketersediaan dan penggunaan teknologi informasi yang canggih oleh para pelaku pasar merupakan kunci dari pasar yang dianggap efisien. Pengumuman untung dianggap bermasalah jika pasar menanggapi pengumuman laba (Safitri, 2016). Apabila sebuah pengumuman tersebut diterima, maka pelaku pasar akan mulai menganalisis dan melakukan interpretasi sebagai berita baik atau buruk (Chorilayah, 2016).

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 (Fakhrudin, 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:

B.2.2.1 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.

B.2.2.2 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.

B.2.2.3 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). 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).

Pada umumnya event study berguna untuk mengetahui apakah suatu pergerakan harga saham di pasar modal yang dipicu oleh suatu peristiwa tertentu dapat menciptakan abnormal return bagi para investor. Menurut Bowman (1983) dalam Jogiyanto (2015:4) Studi peristiwa (event study) adalah studi yang melibatkan analisis perilaku harga sekuritas sekitar waktu suatu kejadian atau pengumuman informasi. Studi peristiwa (event study) merupakan salah satu metode penelitian populer yang dipergunakan sebagai alat analisa dalam penelitian ekonomi. Junaidi (2016:24) berpendapat sama yakni reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga (return) dari saham bersangkutan yang di ukur dengan abnormal return.

a. Return saham

(Hermuningsih et al., 2018) Saham adalah surat berharga yang menunjukkan kepemilikan perusahaan, sehingga pemegang saham memiliki hak atas dividen atau manfaat lainnya yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham lainnya. Saham adalah dokumen yang memberikan hak kepada pemodal (yaitu pihak yang memiliki dokumen tersebut) untuk mendapatkan bagian dari prospek dan kekayaan perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut, serta berbagai kondisi yang memungkinkan pemodal tersebut melaksanakan hak tersebut. Salah satu dari banyak opsi investasi adalah saham. Investasi dengan membeli saham suatu perusahaan berarti investor telah menginvestasikan uang dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dari penjualan kembali saham tersebut. Wujud saham adalah kertas yang menunjukkan bahwa pemilik kertas adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Persentase kepemilikan dalam surat berharga tersebut didasarkan pada jumlah partisipasi dalam perusahaan.

Ainurrachma dan Mawardi (2022) menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan abnormal return yang signifikan sebelum dan sesudah pengumuman merger, namun signifikan pada volume perdagangan saham. Penelitian yang dilakukan oleh Simbolon (2018) tentang "Pengaruh merger terhadap returnsaham perusahaan pengakuisisi yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening" menemukan bahwa merger berpengaruh terhadap return saham pengakuisisi.

Menurut Cheng & Christiawan (2011:7) return ekspektasi dapat dihitung menggunakan 3 model estimasi sesuai 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 jumlah 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 ekspektasi untuk mengestimasi *expected return* di periode jendela.

## 3. Market Adjusted Model

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

Return realisasi merupakan return yang dihitung berdasarkan data historis dan sudah terjadi (Lindrianasari, 2010:198). Return realisasi adalah return yang telah terjadi sehingga dapat menjadi acuan dalam menganalisis saham suatu perusahaan. Return aktual merupakan tingkat return yang telah diperoleh investor pada masa lalu (Tandelilin, 2010:10).

Abnormal return adalah selisih antara return sesungguhnya yang terjadi dengan return ekspektasi. 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). 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.

### B.2.3 Ukuran Perusahaan

Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun, di sisi lain akan menimbulkan hutang yang banyak karena resiko perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya sangat kecil.

Ukuran perusahaan mempunyai beberapa kategori 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.

Ukuran Perusahaan yang dikelompokkan berdasarkan market value pada tiap-tiap akhir tahun yaitu jumlah saham yang beredar dikalikan dengan harga pasar saham (Handayani & Rachadi, 2015:9). Menurut (Brigham & Houston, 2016:117) 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 menderita 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.

Ukuran perusahaan yang biasa di pakai untuk menentukan tingkatan perusahaan adalah :

1. Tenaga Kerja, merupakan jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar bekerja di perusahaan suatu saat tertentu.
2. Tingkat penjualan, merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
3. Total hutang, merupakan jumlah hutang perusahaan pada periode tertentu.
4. Total aset, yang merupakan keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

Penentuan ukuran perusahaan didasarkan kepada total aset perusahaan. Besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset. 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 (2015:16) 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, 2016:3).

## **C. Perumusan Hipotesis**

### **1. Pengaruh Perataan Laba terhadap Reaksi Pasar**

Berdasarkan Teori Keagenan, 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, 2016). 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.

Pada penelitian Pratiwi, Askandar, dan Junaidi (2023) yang berjudul pengaruh Good Corporate Governance dalam hal ini kasus kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komisaris independen, kualitas audit dan perataan laba terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Itu Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangannya pada bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2022. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa GCG, pada dalam hal ini kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komisaris independen, audit kualitas tidak berpengaruh pada reaksi pasar. Dan juga perataan laba tidak berpengaruh terhadap pasar reaksi dengan menggunakan teknik purposive sampling, menunjukkan bahwa perataan laba mempunyai dampak negatif terhadap reaksi pasar.

**H1** : Perataan laba tidak berpengaruh pada reaksi pasar

## **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.

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.

Pada penelitian Niswati (2021) yang berjudul Pengaruh Ukuran perusahaan dan Dewan Komisaris terhadap Reaksi Pasar dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015 – 2019. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dan teknik analisis menggunakan analisis jalur. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan Ukuran perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Dewan Komisaris terhadap Corporate Social Responsibility. Terdapat pengaruh yang signifikan Ukuran Perusahaan terhadap Reaksi Pasar. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Dewan Komisaris terhadap Reaksi Pasar. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Corporate Social Responsibility terhadap Reaksi Pasar. Terdapat pengaruh yang signifikan Ukuran Perusahaan terhadap Reaksi Pasar dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel intervening. Terdapat pengaruh yang signifikan Dewan Komisaris terhadap Corporate Social Responsibility sebagai variabel Intervening.

**H2** : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Reaksi Pasar

### **3. Pengaruh Perataan Laba Dan Ukuran Perusahaan terhadap Reaksi Pasar**

Perusahaan akan menerbitkan laporan keuangan pada setiap periode. Dalam laporan keungan terdapat unsur laba. Perusahaan besar dan kecil akan memberikan informasi berupa laba perusahaan pada pihak yang berkepentingan. Calon Investor pada bursa efek dapat melihat laporan keuangan yang di miliki perusahaan lebih dari satu periode.

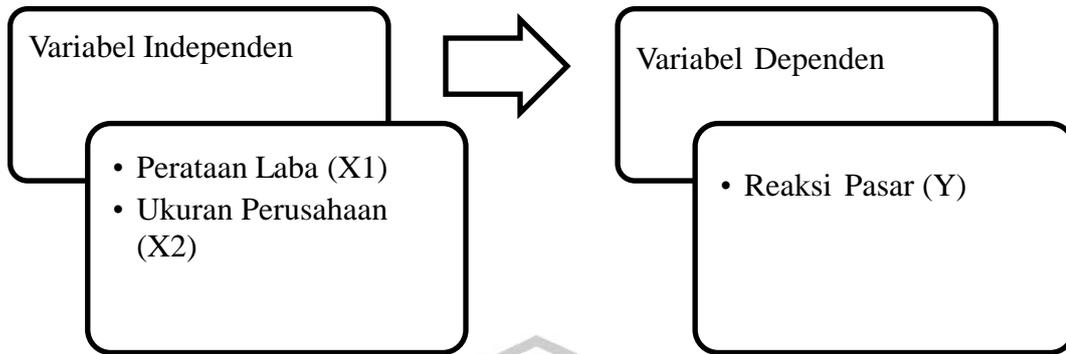
Perusahaan besar lebih banyak di perhatikan oleh pihak yang berkepentingan. Hal tersebut karena pajak yang dimiliki perusahaan besar tinggi karena laba yang besar sehingga pemerintah memperhatikan perusahaan besar. Investor dan calon investor akan memperhatikan perusahaan besar karena laba yang besar akan memberikan dividen dan return yang besar. Sehingga semakin besar perusahaan tidak perlu untuk melakukan perataan laba. Sebaliknya, semakin kecil perusahaan akan menarik perhatian calon investor dengan laba yang stabil sehingga pihak manajemen perusahaan akan melakukan perataan laba agar calon investor tertarik.

Pada penelitian Panggabean dan Halawa (2023) yang berjudul pengaruh perataan laba, ukuran perusahaan terhadap reaksi pasar pada Reaksi Pasar pada perusahaan kosmetik yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini di Uji secara Parsial dan Simultan, periode dalam penelitian ini dari tahun 2016-2020. Dalam penelitian ini populasinya terdapat 6 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan sampel memakai metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 5 perusahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji prasyarat analisis, analisis regresi linier berganda, uji normalitas, uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial antara perataan laba berpengaruh terhadap reaksi pasar secara signifikan sebesar  $3,267 > 2,055$ , dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap reaksi pasar dengan nilai signifikan  $101 > 2,055$ , Perataan Laba dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama (simultan) tidak memberikan pengaruh terhadap Reaksi Pasar dengan nilai signifikansi  $36,388 > 2,98$  atau  $0,000 < 0,05$ .

**H3** : Perataan Laba dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama (simultan) tidak memberikan pengaruh terhadap Reaksi Pasar

#### **D. Kerangka Pemikiran**

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Keterangan:

X1 → Y = Variabel X1 terhadap Y

X2 → Y = Variabel X2 terhadap Y

X2 → Y = Variabel X1,X2 secara bersama-sama (simultan)

terhadap Y

