

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah perusahaan di berbagai industri di Indonesia terus bertambah seiring berjalannya waktu. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Semua perusahaan yang telah *go public* diharapkan memiliki laporan tahunan dan laporan keuangannya sendiri. Biasanya, laporan keuangan atau laporan tahunan harus menjelaskan keadaan sebenarnya suatu perusahaan untuk membantu investor dalam mengambil keputusan investasi.

Menurut Triwibowo & Astrini (2019), pelaporan keuangan harus jujur dan dapat dipercaya. Investor memanfaatkan informasi keuangan dari perusahaan yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengambil keputusan bisnis (Rizki, 2020). Investor menggunakan informasi laporan keuangan untuk mengambil keputusan dan mengurangi risiko investasi (Nurmalasari & Yulianto, 2015). Akibatnya, investor berusaha mencari berbagai informasi penting tentang perusahaan sebelum melakukan aktivitas investasi guna mencegah risiko yang tidak diinginkan (Bahtera, 2018).

Laporan tahunan sangat diperlukan bagi para investor. Sehingga, laporan tahunan juga harus diaudit terlebih dahulu untuk menghasilkan laporan yang wajar, berkualitas dan tepat waktu. Peraturan Bapepam-LK Nomor: KEP-346/BL/2011 menyatakan bahwa setiap perusahaan publik wajib menyampaikan laporan keuangan tahunan yang harus disertai dengan pendapat lazim dari auditor

independen dan disampaikan kepada Bapepam selambat-lambatnya pada akhir bulan ketiga (90 hari) setelah tanggal laporan keuangan tahunan perusahaan (Umar et al., 2022). Dengan adanya laporan keuangan tahunan yang diaudit, ini akan membentuk sebuah perspektif investor kepada perusahaan yang mana juga nantinya akan mempengaruhi reaksi investor atas kinerja perusahaan tersebut.

Reaksi investor merupakan respon dari investor yang diberikan kepada perusahaan. Reaksi investor menggambarkan respon positif atau negatif investor terhadap perusahaan. Respon positif dari para investor terhadap suatu perusahaan akan membuat permintaan saham menjadi meningkat yang kemudian akan meningkatkan pula harga saham. Sebaliknya, respon negatif dari para investor akan menurunkan permintaan saham dan kemudian juga akan menurunkan harga saham. Ini dikarenakan reaksi investor ditunjukkan dengan tindakan transaksi jual beli saham dan akan berdampak pada perubahan harga saham (Jao, Hamzah et al., 2020).

Reaksi investor dapat diukur dengan menggunakan *return*. *Return* dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur keberhasilan perusahaan, *return* tersebut dapat berupa *capital gain* ataupun dividen untuk investasi pada saham dan pendapatan bunga untuk investasi pada surat hutang. *Return* menjadi indikator untuk meningkatkan kekayaan (*wealth*) para investor, termasuk di dalamnya para pemegang saham. Investor sebelum melakukan investasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, investor melakukan analisis laporan keuangan dengan menggunakan rasio keuangan yang berkaitan dengan *return* perusahaan (Lestiyani & Yusra, 2017).

Seperti pada fenomena yang pernah terjadi di beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terkait penyimpangan dalam penyampaian kinerja keuangan perusahaan melalui laporan keuangan tahunan. Dikutip dari CNBC Indonesia salah satu di antaranya adalah PT Hanson International Tbk. yang mana dikenai denda dikarenakan terbukti telah melanggar Undang-Undang pasar modal terkait pengakuan pendapatan dengan metode akrual penuh. PT Hanson International Tbk. mengakui pendapatan di awal dan tidak menyajikan perjanjian jual beli di dalam laporan keuangannya pada tahun 2016. Pengakuan pendapatan ini dapat mengakibatkan terjadinya *overstated* di dalam laporan keuangan Desember 2016.

Bukan hanya itu, akuntan publik yang juga mengaudit laporan keuangan PT Hanson International Tbk, pun tidak lepas dari jerat OJK. KAP tersebut dinilai sudah melanggar standar profesi akuntansi karena tidak cermat dalam mengaudit laporan keuangan tahunan, sehingga KAP dikenakan sanksi pembekuan Surat Tanda Terdaftar (STTD) selama satu tahun. Kasus yang terjadi pada PT Hanson International Tbk. dapat mengakibatkan reaksi dari investor. Investor akan bereaksi dengan tidak membeli saham perusahaan tersebut, sehingga mengakibatkan permintaan saham menurun dan harga saham pun menjadi rendah.

Menurut beberapa penelitian terdahulu, ternyata reaksi investor diperkirakan bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya reputasi KAP dan reputasi perusahaan. KAP (Kantor Akuntan Publik) merupakan suatu badan usaha yang mana mempunyai izin dari Menteri Keuangan sebagai tempat untuk akuntan publik yang menjalankan pekerjaannya, seperti membantu suatu perusahaan agar dapat

mempublikasikan laporan keuangan (Kusumawardani, 2013). Sedangkan, reputasi KAP sendiri adalah prestasi dan kepercayaan publik yang disandang KAP atas nama besar yang dimiliki auditor tersebut. KAP (Kantor Akuntan Publik) mempunyai kualitas dan reputasi yang berbeda-beda antara KAP satu dengan KAP lain. Biasanya, KAP besar mempunyai keterampilan dalam mengaudit dengan baik daripada KAP kecil. KAP bereputasi tinggi identik dengan KAP besar karena dalam proses penyelesaian auditnya KAP besar lebih efisien dan tepat waktu (Ismail, 2019).

Kualitas audit dinilai dari kinerja auditor yang selama ini masih banyak dikaitkan dengan reputasi auditornya atau reputasi dari Kantor Akuntan Publik. KAP dengan reputasi *big four* dianggap memiliki kualitas audit yang lebih baik dibandingkan dengan KAP *non big four*. Hubungan antara ukuran KAP dengan kualitas audit sebenarnya sudah sering dibicarakan. Banyak yang berasumsi bahwa KAP *big four* yang memiliki ukuran besar dianggap memiliki kualitas audit yang baik dibanding ukuran KAP yang kecil (Siahaan et al., 2022).

Menurut Umar et al., (2022) untuk meningkatkan kredibilitas dari laporan keuangan, perusahaan pasti menggunakan jasa kantor akuntan publik yang mempunyai reputasi atau nama baik. KAP besar dianggap memiliki akuntan yang berperilaku lebih etikal dari pada akuntan kecil. Sehingga akan dapat meningkatkan ketepatan waktu penyampaian. Astari & Latrini, (2017) mengungkapkan bahwa auditor bertanggungjawab untuk menyediakan informasi yang berkualitas tinggi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan. Semakin spesialisnya suatu KAP, maka semakin baik tingkat kredibilitas kinerja auditor dalam mengaudit perusahaan.

Hasil dari penelitian Shalicha & Rahardjo (2012), Diputra & Anna (2013) serta Fernandes & Susanto (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) terhadap reaksi investor. Namun hasil dari penelitian Victoria & Effendi (2020), Herdiana (2017) dan Rahmanda et al., (2022) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) terhadap terhadap reaksi investor.

Selain reputasi KAP, ada pula faktor reputasi perusahaan. Reputasi sendiri merupakan aset penting yang mampu memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Reputasi yang dimaksud kali ini adalah reputasi perusahaan dimana mengacu pada pola tingkah laku dan berbagai pendapat dari masyarakat secara natural berdasarkan realita yang menunjukkan identitas dari sebuah perusahaan. Reputasi sebagai penilaian kolektif pengamat dari sebuah perusahaan berdasarkan penilaian dari dampak keuangan, sosial, dan lingkungan yang dikaitkan dengan perusahaan dari waktu ke waktu (Afifah et al., 2021).

Reputasi perusahaan merupakan faktor yang memiliki dampak dalam persaingan bisnis di era industri ini. Reputasi perusahaan telah mendapat banyak perhatian dalam manajemen strategis maupun bidang yang terkait. Peneliti dan praktisi, selama beberapa dekade, menyimpulkan bahwa reputasi perusahaan adalah aset berharga yang dimiliki oleh perusahaan ditiru karena sulit dan tidak dapat diperoleh dengan cepat. Perusahaan membutuhkan waktu yang cukup panjang dan upaya untuk terus mengembangkan produk dan layanan, kepercayaan perusahaan yang dirasakan oleh konsumen, operasi bisnis yang efisien, visi

kepemimpinan dan investasi unit biaya rendah yang menarik untuk keberlanjutan bisnis jangka panjang (Jao, Kunradus, et al., 2020).

Reputasi perusahaan yang baik dapat menghasilkan banyak manfaat strategis bagi perusahaan, misalnya menarik pelanggan, investor, dan pelamar, menurunkan biaya perusahaan, memungkinkan perusahaan untuk membebaskan harga tingkat pertama, meningkatkan profitabilitas, mengungguli perusahaan, dan semakin besar kemungkinan pemangku kepentingan akan melakukan kontrak dengan perusahaan (Jao, Kunradus, et al., 2020).

Jika dikaitkan hubungannya dengan pasar modal, perusahaan yang mempunyai reputasi baik akan memotivasi reaksi investor untuk menanamkan modalnya pada saham dan harga saham pun akan meningkat. Harga saham yang meningkat akan diikuti dengan meningkatnya *return* saham. Reputasi perusahaan yang terbentuk dari persepsi efektivitas perusahaan selanjutnya menjadi sinyal baik bagi investor. Sinyal baik tersebut disebabkan bahwa reputasi perusahaan adalah pendorong utama kinerja berkelanjutan perusahaan (Jao, Hamzah, et al., 2020).

Hasil penelitian dari Jao, Hamzah, et al., (2020), Erasputranto & Hermawan (2017), dan Brammer et al., (2009) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap reaksi investor. Namun hasil dari penelitian Permatasari (2023), Jao & Jimmiawan (2018), serta Flanagan & Palmer (2014) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap reaksi investor.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Jao, Hamzah, et al., 2020). Objek yang dipakai dalam penelitian tersebut adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode

penelitian tahun 2015-2018. Selain itu, penelitian tersebut hanya menggunakan variabel independen berupa reputasi perusahaan. Sehingga untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Jao, Hamzah, et al. (2020) maka peneliti akan melakukan riset dengan menambahkan variabel independen berupa reputasi KAP yang dianggap dapat mempengaruhi reaksi investor (Diputra & Anna, 2013). Peneliti ingin melanjutkan penelitian dari Jao, Hamzah, et al., (2020) dengan menggunakan sektor perusahaan yang sama, yakni manufaktur. Hanya saja melanjutkan periode penelitian dari tahun 2020-2022.

Atas dasar fenomena dan *gap riset* yang telah digambarkan sebelumnya, maka peneliti bermaksud untuk menginvestigasi terkait ada atau tidaknya pengaruh reputasi KAP dan reputasi perusahaan terhadap reaksi investor. dengan demikian, peneliti membentuk sebuah judul penelitian: **“Pengaruh Reputasi Kantor Akuntan Publik dan Reputasi Perusahaan Terhadap Reaksi Investor”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Reputasi KAP berpengaruh terhadap Reaksi Investor?
2. Apakah Reputasi Perusahaan berpengaruh terhadap Reaksi Investor?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Reputasi KAP berpengaruh

terhadap Reaksi Investor

2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Reputasi Perusahaan berpengaruh terhadap Reaksi Investor

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka beberapa kegunaan atau manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berdampak pada pengembangan ilmu akuntansi keuangan dan juga menambah wawasan pengetahuan mengenai pengaruh dari reputasi KAP dan reputasi perusahaan terhadap reaksi investor. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi calon peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil tema yang sama maupun sebagai pembandingan dengan hasil peneliti lain.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Investor

Penelitian Ini diharapkan dapat berupa suatu tambahan informasi yang dapat membantu seorang investor atau calon investor dalam melakukan strategi saat pengambilan keputusan investasi di suatu perusahaan dan juga membantu investor untuk memprediksi atas *return* yang akan diterima kemudian hari, serta mekanisme transfer informasi kepada *stakeholder* untuk mengatasi asimetri informasi dengan