

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dalam dunia bisnis ditunjukkan dengan mulai banyaknya perusahaan yang memiliki *website* pribadi. Adopsi internet sebagai praktik umum dalam pengungkapan informasi keuangan merupakan cara umum untuk meningkatnya jumlah perusahaan publik yang terdaftar di seluruh dunia. Perusahaan menggunakan *website* bukan hanya untuk menyebarkan informasi non-keuangan tetapi juga informasi keuangan. Awalnya penciptaan *website* ini hanya bertujuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Namun seiring dengan berjalannya waktu, *website* tidak hanya digunakan sebagai sarana pemasaran suatu produk tetapi juga sebagai media komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan, baik dengan *shareholders*, *stakeholders*, maupun pihak lain yang berkepentingan.

Salah satu bentuk komunikasi yang dapat dilakukan melalui *website* yaitu dengan melakukan penyebaran informasi keuangan perusahaan di *website* perusahaan melalui sarana internet. Internet mempunyai beberapa karakteristik dan keunggulan seperti mudah menyebar, tidak mengenal batas, *real-time*, berbiaya rendah, dan mempunyai interaksi yang tinggi. Internet mengintegrasikan teks, gambar, gambar bergerak, dan suara-suara. Karakteristik yang lengkap tersebut membuat internet dapat dengan mudah diterima dan menjadi sangat populer di masyarakat.

Keunggulan internet dibandingkan dengan media lain menyebabkan pertumbuhan jumlah pengguna internet terus meningkat tajam. Menurut *Internet World States*, dalam satu dasawarsa terakhir jumlah pengguna internet (*netter*) di dunia meningkat drastis. Dari 300 juta pengguna pada tahun 2000, meningkat menjadi lebih dari 2,9 Miliar atau 42% dari populasi penduduk dunia pada tahun 2014 . Di Indonesia sendiri, pengguna internet sampai akhir tahun 2014 mencapai lebih dari 71 juta penduduk atau 35% dari populasi.

Table 1. 1 (Statistik Pengguna Internet Di Asia)

ASIA	Internet Users, (Year 2000)	Internet Users, (Year 2007)	Internet Users, (Year 2009)	Internet Users, (Year 2014)	Population (2014 Est.)
Afganistan	1,000	745,567	1,083,336	1,877,548	31,822,848
Armenia	30,000	875,300	1,200,657	1,800,000	3,060,927
Azerbaijan	12,000	1,345,700	2,560,000	5,737,223	9,686,210
Bangladesh	100,000	24,000,022	29,987,456	40,800,000	166,280,712
Bhutan	500	80,458	120,456	219,359	733,643
Brunei Darussalam	30,000	245,600	280,000	318,900	422,675
Cambodia	6,000	290,700	500,078	927,500	15,458,332
China *	22,500,000	345,429,000	430,090,000	642,261,240	1,355,692,576
Georgia	20,000	1,002,878	1,456,000	2,188,311	4,935,880
Hong Kong *	2,283,000	3,450,000	3,904,780	5,751,357	7,112,688
India	5,000,000	59,780,987	145,450,000	243,000,000	1,236,344,631
Indonesia	2,000,000	27,560,000	45,000,897	71,190,000	253,609,643
Japan	47,080,000	78,789,000	88,000,980	109,626,672	127,103,388
Kazakhstan	70,000	876,000	2,480,908	9,850,123	17,948,816
Korea, North	--	--	--	--	24,851,627
Korea, South	19,040,000	24,890,000	34,000,000	45,314,248	49,039,986
Kyrgyzstan	51,600	1,456,000	1,890,000	2,194,400	5,604,212
Laos	6,000	290,890	400,908	850,425	6,803,699
Macao *	60,000	159,000	240,990	386,847	587,914
Malaysia	3,700,000	15,908,000	18,908,890	20,140,125	30,073,353
Maldives	6,000	70,980	100,090	173,575	393,595
Mongolia	30,000	290,000	400,009	635,999	2,953,190
Myanmar	1,000	290,890	400,087	668,955	55,746,253
Nepal	50,000	2,908,456	3,367,542	4,121,268	30,986,975
Pakistan	133,900	17,789,000	21,906,421	29,128,970	196,174,380
Philippines	2,000,000	28,900,567	33,678,890	44,200,540	107,668,231
Singapore	1,200,000	2,200,000	2,987,000	4,453,859	5,567,301
Sri Lanka	121,500	1,489,000	1,900,678	4,788,751	21,866,445
Taiwan	6,260,000	10,900,007	12,678,999	18,687,942	23,359,928
Tajikistan	2,000	790,000	908,006	1,357,400	8,051,512
Thailand	2,300,000	12,980,900	14,890,000	20,100,000	67,741,401
Timor-Leste	0	700	980	13,217	1,201,542
Turkmenistan	2,000	212,000	290,789	496,507	5,171,943
Uzbekistan	7,500	5,555,900	6,897,000	11,914,665	28,929,716
Vietnam	200,000	28,990,000	30,889,980	41,012,186	93,421,835
TOTAL ASIA	114,304,000	700,543,502	935,485,265	1,386,188,112	3,996,408,007

Tabel 1.2

Statistik Pengguna Internet Dunia

Regional	Pengguna Internet tahun 2000	Pengguna Internet tahun 2007	Pengguna Internet tahun 2009	Pengguna Internet tahun 2014	Populasi tahun 2014
Afrika	4.514.400	44.361.940	67.371.700	297.885.898	1.125.721.038
Asia	114.304.000	510.478.743	738.257.230	1.386.188.112	3.996.408.007
Eropa	105.096.093	348.125.847	418.029.796	582.441.059	825.824.883
Amerika Utara	108.096.800	238.015.529	252.908.000	310.322.257	353.860.227
Amerika Latin/Karibia	18.068.919	110.985.209	179.031.479	320.312.562	612.279.181
Oceania/Australia	7.620.480	19.175.836	20.970.490	26.789.942	36.724.649
Jumlah	357.700.692	1.253.884.854	1.676.568.695	2.923.939.830	6.950.817.985

Sumber : www.internetworldstats.com

Dengan perkembangan teknologi internet yang sangat cepat, komunikasi melalui internet telah diadopsi oleh sektor bisnis sebagai alat yang penting untuk memberikan informasi. Internet menawarkan suatu bentuk unik pengungkapan yang menjadi media bagi perusahaan dalam menyediakan informasi kepada masyarakat luas sesegera mungkin. Atas dasar itulah muncul suatu media tambahan dalam penyajian laporan keuangan melalui internet atau *website* yang lazim disebut *Internet Financial Reporting* (IFR). *Internet Financial Reporting* adalah suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk mencantumkan laporan keuangannya melalui internet, yaitu melalui *website* yang dimiliki perusahaan.

Pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan (*Internet Financial Reporting*- IFR) merupakan suatu bentuk pengungkapan sukarela yang telah dipraktekkan oleh berbagai perusahaan. Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan diluar apa yang telah diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas. Sehingga tidak semua perusahaan melakukan praktik pengungkapan yang sama, namun sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut, pengungkapan sukarela merupakan pilihan bebas

manajemen perusahaan dalam memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk pembuatan keputusan oleh pemakai laporan tahunannya.

Pengungkapan informasi pada *website* baik informasi keuangan maupun non keuangan yang berkaitan dengan sumber daya dan kinerja entitas pelaporan merupakan sebagai suatu upaya dari perusahaan untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang. Pengungkapan informasi pada *website* memiliki manfaat besar bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi sebanyak mungkin sehingga investor mampu membedakan mana perusahaan yang baik dan yang buruk. Elemen penting IFR adalah derajat atau kuantitas pengungkapan. Semakin tinggi tingkat pengungkapan informasi dalam kuantitas atau transparansi, maka semakin besar dampak dari pengungkapan pada keputusan investor.

Pada bulan Agustus 2000, SEC (*Securities And Exchange Commission*) yang membidangi otoritas bursa efek di Amerika Serikat, membuat pernyataan bahwa semua perusahaan publik direkomendasikan untuk membuat dan memberikan semua informasi legal yang dimandatkan tentang kinerja perusahaan untuk diberikan kepada semua pihak yang berkepentingan di waktu yang sama. Dengan kata lain, kreditor, pemegang saham, analis dan investor harus memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses informasi di internet. Pernyataan dari SEC ini mendorong lebih banyak perusahaan untuk menggunakan IFR untuk

menghindari diskriminasi informasi. Namun, perusahaan telah diberi kebebasan dalam menentukan bagaimana dan apa yang harus diungkap.

Di Indonesia SEC dikuasai oleh Bapepam (Badan Pengawas Pasar Modal). Bapepam mengeluarkan peraturan melalui Keputusan Ketua Bapepam No.86 Tahun 1996 mengenai keterbukaan informasi yang harus diumumkan kepada publik yang berbunyi:

“Setiap perusahaan publik atau emiten yang pernyataan pendaftarannya telah menjadi efektif, harus menyampaikan kepada Bapepam dan mengumumkan kepada masyarakat secepat mungkin, paling lambat akhir hari kerja ke-2 (kedua) setelah keputusan atau terdapatnya informasi atau fakta material yang mungkin dapat mempengaruhi nilai efek perusahaan atau keputusan investasi pemodal”.

Bapepam berharap dengan adanya peraturan tersebut dapat mendorong upaya-upaya perusahaan untuk secepatnya mengumumkan kepada masyarakat mengenai informasi atau hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan yang mungkin dapat mempengaruhi suatu efek. Beberapa tahun belakangan ini, IFR muncul dan berkembang sebagai media yang paling cepat untuk menginformasikan hal-hal yang terkait dengan perusahaan. Adapun hal yang menjadi dorongan perusahaan dalam mengadopsi IFR diantaranya memperluas jangkauan penyampaian informasi, memberikan informasi yang terkini, efisiensi serta efektifitas. IFR dipandang sebagai alat komunikasi yang efektif kepada pelanggan, investor, dan pemegang saham, dan *responsiveness* merupakan salah satu hal yang penting untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan mempengaruhi kepercayaan investor pada pasar modal.

Para pelaku pasar modal akan mengevaluasi setiap pengumuman yang diterbitkan oleh emiten, sehingga hal tersebut akan menyebabkan beberapa perubahan pada transaksi perdagangan saham, misalnya adanya perubahan pada volume dan frekuensi perdagangan saham, perubahan pada harga saham, *bid/ask spread*, proporsi kepemilikan, dan lain-lain. Hal ini mengindikasikan bahwa pengumuman yang masuk ke pasar memiliki kandungan informasi, sehingga memicu reaksi oleh para pelaku di pasar modal. Hal tersebut sejalan dengan yang di kemukakan oleh Dorner (2005) yaitu informasi keuangan yang tersedia bagi masyarakat akan berdampak pada pergerakan saham.

Pasar modal yang efisien didefinisikan sebagai pasar modal dengan harga sekuritas- sekuritas yang mencerminkan semua informasi yang tersedia dan relevan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka semakin cepat informasi tercermin pada suatu sekuritas, semakin efisien pasar modal tersebut. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai signal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham.

Dalam penelitian ini, volume perdagangan saham digunakan untuk mengetahui hubungan antara informasi dan saham. Logikanya, semakin banyak informasi yang beredar, semakin banyak permintaan dan penawaran yang berujung pada transaksi oleh investor yang akan memicu kenaikan volume perdagangan saham.

Indeks saham LQ 45 adalah nilai kapitalisasi pasar dari 45 saham yang paling likuid dan memiliki nilai kapitalisasi yang besar hal itu merupakan indikator likuidasi. Indeks saham LQ 45 menggunakan 45 saham yang terpilih berdasarkan likuiditas perdagangan saham. Atas dasar likuiditasnya saham LQ45 merupakan saham yang diminati oleh investor yang kemudian akan berujung pada transaksi jual beli yang tentunya akan mempengaruhi volume perdagangan saham. Indeks LQ45 disesuaikan setiap enam bulan (setiap awal bulan Februari dan Agustus) yang akan selalu berubah. Penggunaan perusahaan yang tercatat di indeks LQ45 BEI karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut dapat diperoleh dalam penelitian ini dan data lebih representative.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik meneliti dengan judul **“Pengaruh Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan Dalam Website Perusahaan Terhadap Volume Perdagangan Saham Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Lq45 Bursa Efek Indonesia”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang akan diidentifikasi pada penelitian ini adalah peningkatan jumlah perdagangan saham. jumlah perdagangan saham dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah informasi yang lengkap tentang perusahaan. Pada waktu informasi diumumkan, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Informasi tersebut akan menciptakan penawaran dan permintaan oleh para investor yang berujung pada transaksi perdagangan saham.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, masalah pada penelitian ini dibatasi pada pengaruh tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan terhadap volume perdagangan saham perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 bursa efek indonesia untuk periode 1 (satu) Tahun, yaitu dari 2 Januari sampai 30 Desember 2014 dan yang memiliki website perusahaan yang bisa di akses.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Apakah tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan berpengaruh positif terhadap volume perdagangan saham perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah, Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan terhadap volume perdagangan saham perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia.

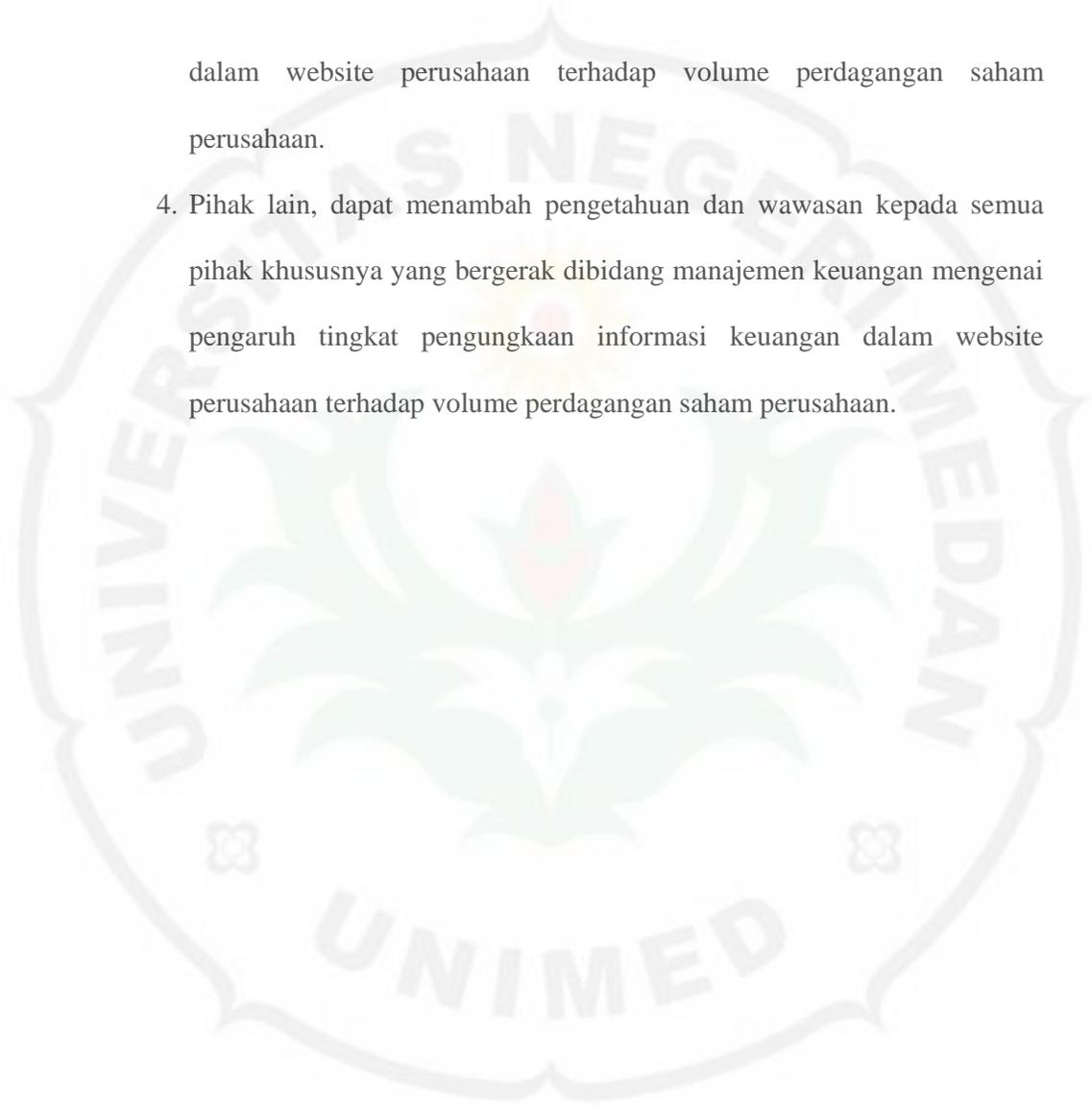
1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu manajemen keuangan khususnya pada bidang internet financial reporting dalam *website* yang bermakna bahwa informasi keuangan sangatlah penting bagi *shareholders*, *stakeholders*, maupun pihak lain yang berkepentingan dalam suatu perusahaan.
2. Bagi perusahaan, dapat memberikan gambaran dan masukan bagi pihak manajemen perusahaan dalam memanfaatkan praktik pengungkapan informasi berbasis *website* dengan baik sehingga dapat membantu meningkatkan komunikasi dengan berbagai pihak, khususnya *investor*.
3. Bagi UNIMED, untuk menambah literatur kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh tingkat pengungkapan informasi keuangan

dalam website perusahaan terhadap volume perdagangan saham perusahaan.

4. Pihak lain, dapat menambah pengetahuan dan wawasan kepada semua pihak khususnya yang bergerak dibidang manajemen keuangan mengenai pengaruh tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam website perusahaan terhadap volume perdagangan saham perusahaan.



THE
Character Building
UNIVERSITY