

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat. Semua orang dapat mengakses informasi yang ingin mereka dapatkan dengan mudah kapan pun mereka inginkan dengan menggunakan internet. Internet menawarkan suatu bentuk unik pengungkapan yang menjadi media bagi perusahaan dalam menyediakan informasi kepada masyarakat luas sesegera mungkin (Abdelsalam *et al.*, 2007). Pada bulan Agustus 2000, SEC 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 *Internet Financial Reporting* untuk menghindari diskriminasi informasi. Namun, perusahaan telah diberi kebebasan dalam menentukan bagaimana dan apa yang harus diungkap (Lai *et al.*, 2009).

Salah satu perkembangan terbesar di bidang teknologi informasi dan komunikasi dalam kurun waktu setengah abad ini adalah perkembangan internet. Internet merupakan sebuah teknologi yang mempunyai kekuatan untuk mengubah laporan eksternal secara besar-besaran (Jones dan Xiao, 2005). Internet mampu menurunkan distorsi dalam saluran komunikasi dan mengurangi serta menghilangkan pertukaran antara daya jangkauan dan kedalaman isi suatu informasi

(Perera et.al.: 2003). Internet merupakan suatu media yang tepat untuk digunakan sebagai sarana mengakomodasi perubahan yang dibutuhkan dalam pelaporan perusahaan.

Perkembangan teknologi dalam dunia bisnis ditunjukkan dengan mulai banyaknya perusahaan yang memiliki website pribadi. Perusahaan menggunakan *website* bukan hanya untuk menyebarkan informasi non-finansial tetapi juga informasi finansial. Pada awalnya penciptaan *website* ini hanya bertujuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Seetharaman dkk., 2006). Namun seiring dengan berjalannya waktu, *website* ini bukan 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 khususnya investor, salah satunya dalam penyebaran informasi keuangan perusahaan.

Menurut penelitian dan survei yang dilakukan oleh Komite Khusus Pelaporan Keuangan AICPA (*American Institute of Certified Public Accountant*) pada tahun 1994, kebutuhan informasi pengguna (*stakeholder*) sangat bermacam-macam sehingga perubahan pendekatan bisnis dengan penekanan lebih terhadap kebutuhan *stakeholder* sangat penting. *Stakeholder* membutuhkan sistem pelaporan yang *fleksibel*, dimana akan dapat memungkinkan mereka memperoleh informasi dengan cara yang lebih mudah. Sehingga, metode pelaporan perusahaan yang digunakan sekarang tidak mencukupi untuk mengakomodasi kebutuhan tersebut (AICPA: 1994).

Pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan merupakan suatu bentuk pengungkapan sukarela yang telah dipraktikkan oleh berbagai perusahaan. Survei dari Carol (1999) dalam Khan (2006) terhadap 1000 perusahaan besar di Eropa menunjukkan bahwa 67% perusahaan telah mempunyai *website* dan 80% dari perusahaan yang mempunyai *website* tersebut mengungkapkan laporan keuangan di Internet. Hingga tahun 2006, lebih dari 70% perusahaan besar di dunia menerapkan *Internet Financial Reporting* (Khan, 2006).

Perusahaan pengadopsi *Internet Financial Reporting* mempunyai beberapa alasan atau motif mengapa mereka menerapkan praktik *Internet Financial Reporting*. Penggunaan IFR ini menyebabkan pelaporan keuangan menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun dan dimana pun (Debreceeny et al., 2002; Marston dan Polei, 2004). Selain itu, penyebarluasan informasi keuangan melalui internet dapat menarik investor dan memberikan image yang baik bagi perusahaan (Ettredge et al. 2001). Hal-hal inilah yang mendorong perusahaan-perusahaan untuk menerapkan praktik *Internet Financial Reporting*.

Pengungkapan informasi pada *website* juga merupakan suatu upaya dari perusahaan untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak luar. Pengungkapan informasi pada *website* tersebut juga merupakan suatu sinyal dari perusahaan pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Wolk et al., 2000 dalam Sari dan Zuhrotun, 2006).

Di Indonesia 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. Hal ini turut memaksa perusahaan-perusahaan untuk mengikuti keputusan dari Bapepam dan perkembangan jaman dengan memanfaatkan teknologi internet untuk mempublikasikan laporan keuangan, informasi keuangan maupun bukan keuangan perusahaan kepada masyarakat umum. Perlahan tapi pasti, perusahaan-perusahaan telah beralih dari paper based menjadi technology based dalam pengungkapan laporan keuangan perusahaan. Penggunaan teknologi internet untuk menginformasikan laporan keuangan dan informasi mengenai perusahaan inilah yang disebut dengan *Internet Financial Reporting* (IFR).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat internet menjadi salah satu alternatif baru bagi perusahaan untuk menyajikan informasi mengenai

perusahaan baik secara finansial ataupun non-finansial. Dengan media internet juga dapat menghilangkan keterbatasan karena perbedaan wilayah dan juga dapat meningkatkan frekuensi pelaporan informasi keuangan kepada publik mengingat kebutuhan akan penyediaan informasi dengan cepat dalam Almilia (2008). Perkembangan ini memiliki efek signifikan pada penyebaran informasi dan perdagangan barang atau produk, termasuk saham dalam *Wagenhofer* (2003).

Penyebaran informasi keuangan melalui internet dapat menarik perhatian investor dan memberikan image yang baik bagi perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan tambahan modal dari investor yang akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam Ettredge et al.,(2001) dalam Hanny dan Chariri (2007). Artinya dengan media internet perusahaan mampu mengeksplorasi kegunaan teknologi ini untuk lebih membuka diri dengan menginformasikan laporan keuangannya (aspek disclosure) dalam Almilia (2008). Hal inilah yang mendorong perusahaan untuk melakukan *Internet Financial Reporting*.

Internet Financial Reporting kini sedang berkembang, namun tidak semua perusahaan melakukan IFR. Menurut Xiao et al (2004) dalam Hanny dan Chariri (2007) mengemukakan bahwa tidak semua perusahaan menyajikan laporan keuangan dalam website pribadi mereka. Perusahaan cenderung tidak melakukan IFR karena tidak ada keamanan yang menjamin internet bebas dari penyalahgunaan. Dengan kata lain, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pilihan perusahaan untuk menerapkan *Internet Financial Reporting* atau tidak.

Menurut Jogiyanto (2000), para pelaku pasar modal akan mengevaluasi setiap pengumuman yang diterbitkan oleh pihak yang melakukan. Contohnya:

perusahaan publik dan reksa dana. 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 dikemukakan oleh Dorner (2005) yaitu informasi keuangan yang tersedia bagi masyarakat akan berdampak pada pergerakan saham.

Yang dikemukakan oleh Ika dan Purwaningsih (2008) Reaksi pasar adalah Suatu informasi yang masuk ke bursa saham akan mempengaruhi pasar untuk bereaksi. Untuk mengetahui reaksi pasar terhadap pengungkapan *Internet Financial Reporting* oleh perusahaan, maka dilakukan uji peristiwa (*event study*) yang mempelajari reaksi pasar terhadap suatu peristiwa yang informasinya dipublikasikan sebagai suatu pengumuman. Penggunaan *Internet Financial Reporting* oleh perusahaan diharapkan akan memberikan dorongan bagi pasar untuk bereaksi, dan reaksi pasar ini ditunjukkan oleh adanya perubahan harga saham, frekuensi perdagangan saham perusahaan yang bersangkutan, dan return saham pada pasar (Ika dan Purwaningsih, 2008).

Penelitian ini menggunakan teori pasar efisien yang dikemukakan oleh Fama (1970) dalam Hartono (2008). Harga saham akan berubah ketika informasi yang dinilai cukup material memasuki pasar (*Beaver 1968; Ball dan Brown 1968 dalam Lai et al., 2002*). Suatu informasi yang berguna, akan menyebabkan investor mengevaluasi keputusannya dan segera melakukan tindakan. Menurut teori pasar

efisien, pasar dikatakan efisien jika harga-harga yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada, atau dengan kata lain, harga asset atau sekuritas secara cepat dan utuh mencerminkan informasi yang tersedia tentang asset atau sekuritas tersebut (Gumantri dan Utami, 2002).

Fama menggolongkan pasar efisien berdasarkan tingkat penyerapan informasinya, yakni pasar bentuk lemah, semi kuat, dan kuat. Menurut Sujoko (1999) serta Setiawan dan Hartono (2002) dalam Marfuah (2006), pasar yang terdapat di Indonesia adalah pasar bentuk semi kuat. Dalam pasar bentuk semi kuat, harga saham mencerminkan semua informasi publik yang relevan. Harga yang tercipta merupakan gabungan dari harga saham historis dan informasi yang terdapat di pasar, termasuk informasi tambahan seperti laporan keuangan dan informasi yang diwajibkan oleh peraturan akuntansi (Hartono, 2008). Menurut teori ini, investor tidak akan memperoleh abnormal return jika mengetahui suatu informasi yang tersedia di pasar, karena harga saham saat ini sudah mencerminkan informasi yang telah beredar. Sebagai contoh, Sujoko (1999), maupun Setiawan dan Hartono (2002) menemukan bahwa pengumuman deviden memiliki kandungan informasi, tetapi para pelaku pasar di Bursa Efek Jakarta masih berlaku naif. Investor di BEJ merespon secara positif pengumuman peningkatan deviden, namun mereka tidak memperhitungkan apakah kenaikan deviden itu berasal dari perusahaan yang memiliki prospek atau tidak. Jadi, berdasarkan penelitian Sujoko *INTERNET FINANCIAL REPORTING*. (Kartika Damayanti, Supatmi) 617 (1999) maupun Setiawan dan Hartono (2002), bentuk pasar efisien di Indonesia adalah semi kuat.

Dalam mempelajari teori pasar efisien, yang harus diperhatikan adalah, sejauh mana dan seberapa cepat informasi mempengaruhi reaksi pasar, hal ini akan tercermin dalam perubahan harga sekuritas (Gumantri dan Utami, 2002). Dalam penelitian ini, reaksi saham diukur dengan menggunakan abnormal return saham dan frekuensi perdagangan saham.

Selain itu, teori yang berperan penting terhadap pengungkapan IFR mengenai perusahaan adalah teori sinyal (*signalling theory*). Teori sinyal berpendapat bahwa pengungkapan informasi mengenai perusahaan dapat mengurangi asimetri informasi antara investor dengan perusahaan (Hargyantoro, 2010). Perusahaan harus memberikan sinyal bagi pihak luar agar para investor mengerti kondisi dan kinerja perusahaan. Sinyal ini dapat berupa informasi mengenai hal-hal yang telah dilakukan manager untuk memenuhi keinginan pemilik, atau memberikan tanda bahwa perusahaan memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Mellisa Prasetya & Soni Agus Irwandi (2012), dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaporan keuangan melalui internet (*internet financial reporting*) pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia, hasilnya adalah *Internet financial reporting* berpengaruh signifikan terhadap semua variable.

Penelitian dari Febrian Hargyantoro (2010), dengan Judul Pengaruh Internet Financial Reporting Dan Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham Perusahaan, Hasilnya adalah *Internet Financial Reporting* berpengaruh signifikan terhadap Frekuensi Perdagangan Saham.

Penelitian dari Arum kusumawardani (2011), dengan judul Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pelaporan keuangan melalui internet (*internet financial reporting*) dalam website perusahaan. Hasilnya adalah *Internet Financial Reporting* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap semua variable independen yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Jenis Industri, *Leverage*, Reputasi Auditor, Umur *Listing*, *Public Ownership*, *Foreign Ownership*.

Penelitian dari Kartika Damayanti Supatmi (2012), Dengan Judul *Internet Financial Reporting* dan Reaksi Pasar. Hasilnya adalah penelitiannya memberikan *implikasi* secara teoritis bahwa respon pasar terhadap suatu informasi di pasar modal belum tentu konsisten untuk setiap peristiwa, sehingga menunjukkan bahwa pasar modal Indonesia masih belum efisien. Sedangkan *implikasi* terapan bagi emiten adalah meningkatkan penggunaan media internet untuk mempublikasikan laporan keuangannya kepada publik karena terbukti akan direspon lebih tinggi oleh investor melalui frekuensi perdagangan sahamnya.

Dari pernyataan diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: *Internet Financial Reporting* terhadap reaksi pasar. Karena jaman sekarang orang sudah banyak menggunakan kecanggihan teknologi dan itu yang digunakan perusahaan untuk memberitahu masyarakat luas tentang kondisi perusahaannya, agar supaya para Investor akan tertarik dan bukan hanya untuk investor dalam negeri saja akan tetapi untuk investor luar negeri juga.

1.2 Batasan Masalah

Rumusan Masalah Berdasarkan latar belakang masalah yang di kemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Internet muncul sebagai suatu alternatif yang lebih baik sebagai media *Internet Financial Reporting*.
2. Internet menawarkan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki media lain antara lain *realtime* (Tepat waktu), *low cost* (Biaya Rendah), *borderless* (Tanpa Batas), lebih cepat dan memungkinkan adanya interaksi yang tinggi. Pentingnya memahami perilaku investor.
3. *Internet Financial Reporting* diharapkan mampu meningkatkan komunikasi perusahaan dengan *stakeholder* (Orang yang berkepentingan dalam perusahaan), *Shareholder* (Pemilik dari sebagian perusahaan) dan pihak - pihak lain yang berkaitan, khususnya investor.

3.3 Rumusan Masalah

Internet mempunyai beberapa karakteristik dan keunggulan seperti mudah menyebar (*pervasiveness*), tidak mengenal batas (*borderless-ness*), *real-time*, berbiaya rendah (*low cost*), dan mempunyai interaksi yang tinggi (*high interaction*) (Ashbaugh et al., 1999). Internet mengintegrasikan teks, gambar, gambar bergerak, dan suara-suara (Debrecey et al., 2002). Karakteristik yang lengkap tersebut membuat internet dapat dengan mudah diterima dan menjadi sangat populer di masyarakat.

Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Apakah *Internet Financial Reporting* berpengaruh positif terhadap Reaksi pasar?

3.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

- Agar *Internet Financial Reporting* berpengaruh positif terhadap Reaksi pasar pada perusahaan *Consumer Goods Industry* dalam Bidang *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 - 2014.

3.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi pihak perusahaan yang telah menerapkan *Internet Financial Reporting* terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Secara terperinci manfaat penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis

Bagi pengembangan teori dan pengetahuan dibidang akuntansi, terutama berkaitan dengan penerapan *Internet Financial Reporting* (IFR) dalam suatu perusahaan.

2. Bagi Khasanah Ilmu Pengetahuan

Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan penulis dalam memahami ilmu Akuntansi dan pengalaman memahami masalah-masalah pemahaman akan akan pentingnya *Internet Financial Reporting* terhadap reaksi pasar.

3. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan Bagi perusahaan agar dapat menerapkan dan memanfaatkan *Internet Financial Reporting* dengan baik sehingga dapat membantu meningkatkan komunikasi dengan berbagai pihak, khususnya investor.

4. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *Internet Financial Reporting* terhadap reaksi pasar dengan membaca literatur-literatur yang telah ada, sekaligus untuk mencapai gelar sarjana Strata 1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang.

