

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Luciana Spica Almalia (2008) menguji variabel-variabel yang mempengaruhi *Internet Financial Reporting* dan *Subtainbility Reporting* (IFSR) pada perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam *Bursa Efek Indonesia* (BEI). Jumlah sampel penelitiannya 104 perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* (BEI). Regresi ganda digunakan untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi *Internet Financial dan Subtainbility Reporting* (IFSR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *return on asset* dan pemegang saham mayoritas merupakan faktor penentu terhadap indeks IFSR di Indonesia.

Rulfah M. Daud 2008 menguji apakah *Corporate Social Responsibility* (X_1), *Timeliness* (X_2) dan *Debt to Equity Ratio* (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (Y). Dengan tujuan untuk menguji : Pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap *earning response coefficient*, Pengaruh *timelines* terhadap *earning response coefficient*, dan Pengaruh *debt to equity ratio* terhadap *earning response coefficient*. Populasi yang digunakan merupakan perusahaan Manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan mempublikasikan laporan keuangan dari tahun 2006 dan 2007. Dan alat pengujian dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian diperoleh bahwa semua koefisien variabel independent tidak sama dengan nol ($\beta_1=1,438$, $\beta_2=1,910$, $\beta_3= -0,031$). Dengan demikian variabel independent berpengaruh dengan variabel dependent.

Etty Murwaningsari (2008) melakukan penelitian Beberapa Faktor yang mempengaruhi *Earning Response Coefficient* (ERC). Bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *leverage, disclosure, size, timeliness*, terhadap *earning response coefficient*, Pengaruh *leverage* terhadap *disclosure*, Pengaruh *size* terhadap *timeliness*, Pengaruh *leverage* terhadap ERC melalui *disclosure* sebagai variabel *intervening*, Pengaruh *size* terhadap ERC melalui *timeliness* sebagai variabel *intervening*. Sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu 60 perusahaan manufaktur. Dengan menggunakan uji normalitas, uji multicolinearity dan singularity, dan uji kesesuaian model. Hasil penelitian membuktikan ketetapan waktu pelaporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap ERC. Namun penelitian tentang pengaruh ketetapan pelaporan keuangan terhadap ERC belum banyak dilakukan.

Luciana Spica Almilia (2009) menganalisa kualitas isi *financial dan sustainability reporting* pada website perusahaan *go public* di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah mengukur kualitas isi (*content*) informasi *Financial and Sustainability Reporting* pada website perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Sampel yang digunakan sebanyak 115 perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan secara random. Berkesimpulan bahwa perusahaan di Indonesia belum secara optimal memanfaatkan *website* untuk mengungkapkan informasi.

Nadia Shelly Wardhanie (2012), Analisis *Internet Financial Reporting Index* : Study Komparasi antara Perusahaan *High-tech* dan *non High-tect* di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsi praktik pengungkapan laporan

keuangan melalui internet oleh perusahaan serta mengkomparasikan pengungkapan IFR Index antara perusahaan *high-tech* dan *non high-tech*. Populasi yang digunakan dalam penelitian yaitu 38 perusahaan dengan nilai kapitalisasi tertinggi di Indonesia, dengan menggunakan uji T. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Indeks pelaporan keuangan melalui *internet* yang terdiri dari empat komponen yaitu isi, ketepatan waktu, teknologi dan dukungan pengguna dimana pengungkapannya tidak terdapat perbedaan antara perusahaan *High-tech* dan *non High-tech*.

Retno Yuni Nur Susilowati (2012), Pengaruh Kinerja Keuangan pada Likuitas Saham dimediasi *Internet Financial Reporting*. Dengan tujuan untuk menguji pengaruh kinerja keuangan pada likuiditas saham dan *Internet Financial Reporting* sebagai variabel intervening pada hubungan tersebut. Data yang menjadi sampel merupakan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2010, dengan uji data, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Dengan hasil penelitian pengaruh kinerja keuangan (profitabilitas) terhadap kualitas *trading liquidity* menunjukkan *p-value* sebesar 0,017 pada tingkat signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap likuiditas saham.

Diogi Putra Akhirra (2013), melakukan penelitian tentang Pengaruh Keuangan, ukuran Bank, umur listing, dan reputasi Auditor terhadap *Internet Financial Reporting* pada perBankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan tujuan untuk menganalisa pengaruh tingkat likuiditas bank, tingkat solvabilitas bank, tingkat profitabilitas bank, ukuran bank, umur listing, dan

reputasi auditor terhadap profitabilitas perusahaan dalam menerapkan *Internet Financial Reporting*. Sampel penelitian yang digunakan adalah Bank listing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008, dengan uji data, uji statistik deskriptif, uji kelayakan model regresi, uji overall model fit, uji koefisien determinasi, uji tabel klasifikasi, dan uji signifikan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran bank dan reputasi auditor memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap *Internet Financial Reporting* dan variabel umur *listing* memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap *Internet Financial Reporting*, sedangkan rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Internet Financial Reporting*.

Peneliti mencoba menguji pengaruh *Internet Financial Reporting* (IFR) dan Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). Penelitian dilakukan karena investor akan mendapatkan informasi yang informatif yang dapat dipertanggung jawabkan untuk membuat suatu keputusan. Oleh karena itu *Earning Response Coefficient* (ERC) sangat berpengaruh untuk pembuatan keputusan para Investor. (Diringkas Lampiran 1).

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Dalam rangka teori sinyal disebutkan bahwa dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan

mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (Akhirra, 2013).

Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Hargyantoro, 2010).

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisi untuk mengambil keputusan investasi. Apabila pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Teori Sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Laporan keuangan seharusnya memberikan informasi yang berguna bagi investor

dan kreditor untuk membuat keputusan investasi, kredit dan keputusan sejenis. Sebagai contoh, laba merupakan bagian dari laporan keuangan sehingga laba seharusnya juga berguna untuk keputusan kredit. Laba dapat digunakan untuk menilai prospek perusahaan misalnya untuk mengevaluasi *performance* manajemen, memperkirakan *earning power*, memprediksikan laba yang akan datang atau menilai risiko investasi atau pinjaman pada perusahaan (SFAC no. 1, 1978) dalam (Hargyantoro, 2010).

Ettredge, dkk (2001) dalam (Chariri, 2007) menyatakan bahwa IFR membantu perusahaan dalam menyebarkan informasi mengenai keunggulan-keunggulan perusahaan yang merupakan sinyal positif perusahaan untuk menarik investor. Hal ini berarti, IFR merupakan sarana untuk mengkomunikasikan sinyal positif perusahaan kepada publik, terutama investor.

2.2.2. Teori Pasar Efisien (*Efficient Market Theory*)

Konsep pasar efisien pertama kali dikemukakan dan dipopulerkan oleh (Fama, 1970). Dalam konteks ini yang dimaksud dengan pasar adalah pasar modal (*capital market*) dan pasar uang. Suatu pasar dikatakan efisien apabila tidak seorangpun, baik investor individu maupun investor institusi, akan mampu memperoleh *return* tidak normal (*abnormal return*), setelah disesuaikan dengan risiko, dengan menggunakan strategi perdagangan yang ada. Artinya, harga, volume dan frekuensi saham yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada atau "*stock prices reflect all available information*".

Kemudian, Mishkins dan Eakins (2000) dalam (Gumanti dan Utami 2004) mengungkapkan pasar modal yang efisien didefinisikan sebagai pasar modal

dengan harga sekuritas-sekuritas yang mencerminkan semua informasi yang tersedia dan relevan. Berdasarkan pernyataan Mishkins dan Eakins tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa semakin cepat informasi tercermin pada suatu sekuritas, semakin efisien pasar modal tersebut.

Terkait dengan definisi menurut Beaver (1968) dalam (Lai, dkk 2007), tidak dapat disangkal bahwa informasi yang diyakini akan menjadi sorotan banyak pihak yang berkepentingan di pasar modal. Pihak-pihak dimaksud antara lain adalah pembuat kebijakan (pemerintah, badan pengawas pasar modal atau asosiasi penentu kebijakan akuntansi), manajemen perusahaan sebagai pembuat laporan keuangan, akuntan (auditor) sebagai pihak yang memberikan sertifikasi, dan perantara informasi, seperti pelanggan dan pesaing, serta investor.

Fahmi (2012) dalam (Marsudi, 2015) menjelaskan syarat-syarat umum yang harus dipenuhi bagi terciptanya suatu pasar modal yang efisien adalah *disclosure*, pasar dalam keadaan seimbang, kondisi pasar berlangsung secara bebas.

Fama (1970) membagi model efisiensi pasar modal menjadi tiga bentuk berdasarkan informasi yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu :

1) Bentuk lemah

Bentuk lemah dari hipotesis pasar yang efisien menyatakan bahwa ekspektasi pengembalian (harga) ekuilibrium mencerminkan sepenuhnya urutan dari pengembalian (harga) masa lalu. Dengan kata lain tidak ada investor yang dapat memperoleh tingkat keuntungan diatas normal dengan menggunakan pedoman berdasarkan atas informasi harga masa lalu.

2) Bentuk semikuat

Bentuk semikuat dari hipotesis pasar yang efisien menyatakan bahwa ekspektasi pengembalian (harga) ekuilibrium mencerminkan sepenuhnya seluruh informasi yang tersedia bagi publik. Informasi tersebut misalnya pemecahan saham (*stock split*), pengumuman laba tahunan, penawaran sekunder dari harga saham biasa, penerbitan saham baru, dan pembagian deviden.

3) Bentuk kuat

Bentuk kuat dari hipotesis pasar yang efisien menyatakan bahwa ekspektasi pengembalian (harga) ekuilibrium mencerminkan sepenuhnya seluruh informasi yang ada (dan bukan hanya informasi yang tersedia di publik). Investor bisa mengetahui informasi yang mungkin dimiliki oleh orang tertentu.

Menurut Gumanti dan Utami (2004), kondisi ideal untuk terciptanya pasar efisien yaitu :

- 1) Banyak terdapat investor rasional dan berorientasi pada maksimisasi keuntungan yang secara aktif berpartisipasi di pasar dengan menganalisis, menilai, dan berdagang saham. Investor-investor ini adalah *price taker*, artinya pelaku itu sendiri tidak akan dapat mempengaruhi harga suatu sekuritas.
- 2) Tidak diperlukan biaya untuk mendapatkan informasi dan informasi tersedia bebas bagi pelaku pasar pada waktu yang hampir sama (tidak jauh berbeda).
- 3) Informasi diperoleh dalam bentuk acak, dalam arti setiap pengumuman yang ada di pasar adalah bebas atau tidak terpengaruh dari pengumuman yang lain.

2.2.3. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini (Kusumawardani dan Laksito, 2011). Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam kontrak kerjasama.

Teori keagenan dapat dipandang sebagai suatu versi dari *game theory* (Mursalim, dkk 2005), yang memuat suatu model kontraktual antara dua atau lebih orang (pihak), dimana salah satu pihak disebut *agent* dan pihak yang lain disebut *principal*. *Principal* mendelegasikan pertanggungjawaban atas *decision making* kepada *agent*, hal ini dapat pula dikatakan bahwa *principal* memberikan suatu amanah kepada *agent* untuk melaksanakan tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Wewenang dan tanggungjawab *agent* maupun *principal* diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

Scott (1997) menyatakan bahwa perusahaan mempunyai banyak kontrak, misalnya kontrak kerja antara perusahaan dengan para manajernya dan kontrak pinjaman antara perusahaan dengan krediturnya.

Literatur akuntansi tentang pengungkapan sendiri seringkali mengacu pada konsep keagenan dengan menyediakan dorongan untuk melakukan pengungkapan wajib maupun sukarela terhadap laporan keuangan. Dorongan ini ditunjukkan pada literature sebagai alat penggerak yang digunakan untuk mengurangi asimetri informasi antara *principal* dan agen.

Praktik IFR tidak dapat dipisahkan dari teori keagenan, seperti yang diungkapkan (Chariri, 2007) sebagai berikut :

Dalam kerangka teori keagenan, terdapat tiga macam hubungan keagenan, yaitu : 1) hubungan keagenan antara manajer dengan pemilik (*Bonus Plan Hypothesis*), 2) hubungan keagenan antara manajer dengan kreditur (*Debt/Equity Hypothesis*) dan 3) hubungan keagenan antara manajer dengan pemerintah (*Political cost Hypothesis*). Hal ini berarti ada kecenderungan bagi manajer untuk melaporkan sesuatu dengan cara-cara tertentu dalam rangka memaksimalkan utilitas mereka dalam hal hubungannya dengan pemilik, kreditur maupun pemerintah. Praktik IFR merupakan media untuk menyampaikan informasi sebagaimana yang dikehendaki dalam kontrak keagenan.

Namun, disisi lain *agent* memiliki informasi yang lebih banyak (*full information*) dibanding dengan *principal*, sehingga menimbulkan adanya *asimetry information*. Informasi yang lebih banyak dimiliki oleh manajer dapat memicu untuk melakukan tindakan-tindakan sesuai dengan keinginan dan kepentingan untuk memaksimalkan *utility*nya. Sedangkan bagi pemilik modal dalam hal ini investor, akan sulit untuk mengontrol secara efektif tindakan yang dilakukan oleh manajemen karena hanya memiliki sedikit informasi yang ada. Oleh karena itu, terkadang kebijakan-kebijakan tertentu yang dilakukan oleh manajemen perusahaan tanpa sepengetahuan pihak pemilik modal atau investor.

2.2.4. Internet Financial Reporting (IFR)

Internet Financial Reporting (IFR) adalah pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet atau *website*. Berbagai format yang dapat digunakan dalam mempresentasikan laporan keuangan melalui internet yaitu (Akhirra, 2013)

:

a. *Portable Document Format* (PDF)

Merupakan sebuah format file yang dikembangkan oleh Adobe Corporation untuk membuat dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk mewakili dokumen yang asli. Semua elemen dalam dokumen asli disimpan sebagai gambaran elektronik.

b. *Hypertext Markup Language* (HTML)

HTML merupakan sebuah standar yang biasa digunakan untuk mempresentasikan informasi melalui internet.

c. *Graphics Interchange Format* (GIF)

GIF adalah sebuah format *file* berbentuk grafik, dengan meringkas mengenai gambaran informasi tanpa mengurangi informasi tersebut, yang dapat dibaca oleh kebanyakan pengguna.

d. *Joint Photographic Expert Group* (JPEG)

Sebuah format grafik yang digunakan untuk meringkas foto agar mempunyai ukuran yang dapat digunakan dalam *website*.

e. Microsoft Excel *Speadsheet*

Sebuah aplikasi komputer yang berupa *spreadsheet* dengan menyimpan, memperlihatkan dan memanipulasi data yang disusun dalam kolom dan lajur.

f. Microsoft Word

Ms. Word merupakan aplikasi program komputer yang paling banyak digunakan dalam *Internet Financial Reporting*.

g. *Zip Files*

WinZip adalah program windows yang mengizinkan para pengguna untuk menyimpan dan meringkas dokumen informasi sehingga mereka dapat menyimpan dan mendistribusikan informasi tersebut dengan lebih efisien.

h. *Macromedia Flash Software*

Merupakan standar untuk mengirim informasi dengan cepat.

i. *Real Networks Real Player Software*

Merupakan format yang menggunakan efek video.

j. *Macromedia Shockwave Software*

Shockwave merupakan bagian dari *multimedia player*.

Beberapa kendala yang harus diperhatikan dalam praktik *Internet Financial Reporting* (IFR) oleh perusahaan yakni (Aakhirra, 2013) :

a. Apa yang harus dilaporkan

Isu penting dalam aspek ini meliputi :

- 1) Informasi yang memadai : Apa jenis informasi keuangan yang seharusnya disampaikan oleh perusahaan secara *online*. Apakah jenis informasi keuangan memadai dan cukup untuk berbagai diharapkan pengguna ? Jika tidak, apa lagi yang harus dilaporkan.
- 2) Kedalaman informasi : Informasi yang subjektif atau objektif. Apakah pengguna disediakan dengan fitur untuk “menelusuri” ke informasi yang dilaporkan. Fitur-fitur ini akan mendukung beberapa presentasi sesuai dengan pengguna informasi.

b. Kapan melaporkan

Frekuensi dan waktu pelaporan akan tergantung pada jenis informasi keuangan yang dilaporkan. Beberapa isu penting adalah :

- 1) Apakah informasi dilaporkan pada kuartalan atau tahunan.
- 2) Berapa lama jangka waktu kinerja keuangan akan dipublikasikan ke web perusahaan setelah data tersedia.

c. Bagaimana cara melaporkan

- 1) Apakah pengguna dapat men-*download* data keuangan *online* dalam format yang memfasilitasi analisis berikutnya (misalnya, dalam bentuk *spreadsheet* elektronik).
- 2) Apakah informasi keuangan ditempatkan dibagian yang sesuai di situs *web* perusahaan.
- 3) Seberapa dalam dari halaman *home* dari situs *web* yang pengguna gunakan untuk mengambil informasi keuangan yang relevan.
- 4) Apakah informasi keuangan *online* diatur dalam format layar untuk menghindari volume data yang terlalu besar.
- 5) Apakah halaman *web* yang berisi informasi keuangan online saling berhubungan melalui *hyperlink*.

d. Siapa yang bertanggung jawab untuk melaporkan

Orang-orang atau bisnis unit di perusahaan yang terlihat dalam *Internet Financial Reporting* (IFR) akan berdampak pada keakuratan informasi keuangan yang telah dilaporkan. Beberapa permasalahan yang sering terjadi adalah :

- 1) Siapa yang bertanggung jawab untuk memutuskan dimana informasi keuangan harus diposting secara *online*.
- 2) Siapa yang bertanggung jawab untuk memposting keuangan *online* informasi.
- 3) Siapa yang bertanggung jawab untuk memverifikasi dan menyetujui informasi keuangan *online*.

Sejak tahun 1995, terdapat perkembangan penelitian empiris terkait *Internet Financial Reporting* (IFR) yang merefleksikan perkembangan bentuk pengungkapan informasi perusahaan. Almilia (2008) mengungkapkan *Internet Financial and Sustainability Reporting* mengacu pada penggunaan situs *web* untuk menyebarluaskan informasi kinerja keuangan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan menggunakan internet untuk menjalin hubungan dan melaporkan kinerja kepada investor dan pemegang saham. Manfaat potensial yang membedakan *Internet Financial Reporting* dari jenis-jenis pengungkapan sukarela lainnya adalah sebagai berikut :

- a. *Internet Financial Reporting* dapat mengurangi biaya penyebarluasan informasi perusahaan. *Internet Financial Reporting* (IFR) akan memungkinkan perusahaan dapat menghindari biaya percetakan dan pendistribusian yang berhubungan dengan pengiriman laporan tahunan dan kuartalan untuk memberikan informasi kepada konsumen.
- b. *Internet Financial Reporting* adalah suatu strategi pengungkapan yang memungkinkan perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen yang tidak teridentifikasi sebelumnya. Pelaporan tradisional dengan menggunakan kertas dibatasi hanya untuk kelompok yang meminta dan/atau yang membutuhkan

untuk menerima informasi keuangan. Ketika suatu perusahaan membuat *website* dan melaksanakan *Internet Financial Reporting*, informasi keuangan menjadi barang publik yang aksesnya global dan tidak terbatas.

- c. *Internet Financial Reporting* dapat memfasilitasi penyebaran pengungkapan keuangan perusahaan melalui internet yang memfasilitasi keistimewaan pencarian keterangan informasi dan analisis dari berbagai macam pembuatan keputusan.
- d. *Internet Financial Reporting* dapat meningkatkan pengungkapan keuangan perusahaan dengan tambahan praktik penyebaran informasi keuangan yang tradisional.

Dari beberapa manfaat dan kendala-kendala yang muncul berkaitan dengan praktik *Internet Financial Reporting* di perusahaan, dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan-perusahaan di seluruh dunia mulai menaruh perhatian khusus terhadap *Internet Financial Reporting* (IFR) dan telah menjadi bagian dari media pelaporan keuangan yang berlaku di perusahaan.

Haryantoro (2010) mengidentifikasi cara penyajian melalui *website* yaitu :

- 1) Membuat duplikat laporan keuangan yang sudah dicetak kedalam *format electronic paper*.
- 2) Mengkonversi laporan keuangan kedalam format HTML.
- 3) Meningkatkan pencantuman laporan keuangan melalui *website* sehingga lebih mudah diakses oleh pihak yang berkepentingan daripada laporan keuangan dalam format cetak.

Hargyantoro (2010) terdapat langkah dalam mengidentifikasi perkembangan pencantuman informasi keuangan melalui internet. Langkah-langkah tersebut adalah :

1) Menentukan penggunaan *website* dalam perusahaan.

Generalisasi pertama dari penggunaan *website* mencakup informasi perusahaan yang umum dan hanya menarik sedikit perhatian dari investor. *Website* ini tidak mengkomunikasikan informasi atau tujuan perusahaan kepada pengguna tertentu. Kebanyakan *website* hanya berfokus pada pelanggan dan kurang berfokus kepada investor.

2) Menggunakan *Internet* untuk mempublikasikan laporan tahunan perusahaan.

3) Langkah ini karakteristiknya sebagai sebuah taksiran dari kebutuhan yang berbeda dari beberapa kelompok dimana perusahaan dapat mengkomunikasikan beberapa informasi yang dibutuhkan kepada mereka *website* dilihat sebagai sebuah media distribusi informasi yang efisien berbiaya rendah.

4) Penggunaan internet secara penuh untuk mempublikasikan laporan dan informasi keuangan perusahaan lainnya melalui *website*.

5) Dalam langkah ini, macam-macam karakteristik dan kemungkinan dari penggunaan media interaktif ini meningkatkan bermacam-macam model misalnya presentasi menggunakan slide, animasi, musik, dan video.

2.2.5. Pengertian Laporan Keuangan

2.2.5.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan Keuangan adalah hasil dari proses Akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan

kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan berfungsi sebagai alat informasi yang menghubungkan perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan, yang menunjukkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan dan kinerja perusahaan.

Pengertian Laporan keuangan berdasarkan PSAK No. 1 adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas.

Tujuan laporan keuangan berdasarkan PSAK No. 1 adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi.

2.2.5.2 Jenis-jenis Pengungkapan Laporan Keuangan

A. Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*)

Perusahaan mempunyai hak untuk memberikan informasi tambahan yang bersifat sukarela untuk mempermudah para pemakai laporan keuangan didalam pengambilan keputusan. Dalam pengungkapan sukarela laporan keuangan tergantung dari pada kebijakan perusahaan. Dalam kebijakan penyampaian informasi laporan keuangan berbeda antara perusahaan yang satu dengan yang lain, hal ini dikarenakan belum ada peraturan mengenai kriteria pengungkapan sukarela laporan keuangan.

Cukup banyak peneliti telah muncul dalam beberapa decade yang mempelajari laporan keuangan perusahaan secara sukarela (Hargyantoro, 2010). Pengungkapan sukarela mengenai kegiatan perusahaan mengurangi asimetris informasi antar investor dan manajemen tentang kondisi keuangan perusahaan dan

hasil operasi dalam lingkungan perusahaan, dasar pertimbangan perusahaan melakukan pengungkapan sukarela salah satunya adalah memberikan saran pengambilan keputusan yang lebih informasi bagi pemakai laporan keuangan. Informasi yang lebih lengkap akan menjadi lebih relevan untuk pengambilan keputusan. Praktek pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan (*Internet Financial Reporting*) merupakan salah satu bentuk pengungkapan sukarela.

B. Pengungkapan Wajib (*Mandatory Disclosure*)

Menurut Keputusan Ketua Bapepam dan Lembaga Keuangan No. Kep-134/BL/2006 tanggal 7 Desember 2006, perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan publik berkewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan yang memuat ikhtisar data keuangan penting, laporan dewan komisaris, laporan direksi, profil perusahaan, analisis dan pembahasan umum oleh manajemen, tata kelola perusahaan, tanggung jawab direksi atas laporan keuangan, dan laporan keuangan yang telah diaudit.

Laporan keuangan yang disampaikan harus disusun sesuai dengan Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU) yang ditetapkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia dan peraturan Bapepam dalam bidang akuntansi seta harus diaudit oleh Akuntan yang terdaftar di Bapepam.

2.2.6. *Earning Response Coefficient* (ERC)

Cho dan Jung (1991) mendefinisikan *Earning Response Coefficient* (ERC) sebagai efek setiap dolar dari laba kejutan terhadap *return* saham. Hal ini menunjukkan bahwa ERC adalah reaksi atas laba yang diumumkan perusahaan. ERC disebut juga

koefisien sensitifitas laba akuntansi yaitu ukuran perubahan harga saham terhadap perubahan laba akuntansi. Scott (1997) mendefinisikan *earning response coefficient* (ERC) sebagai berikut :

“An earnings response coefficient measures the extent of a security’s abnormal market return in response to the unexpected component of reported earnings of the firm issuing that security”

Menurut Scott (1997) ada beberapa hal yang mempengaruhi response pasar yang berbeda-beda terhadap laba yaitu persistensi laba, beta, struktur permodalan perusahaan, kualitas laba, *growth opportunities*, dan *informativeness of price*. Nilai ERC diprediksi lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persisten dimasa depan, serta jika kualitas laba semakin baik. Apabila Beta yang mencerminkan resiko sistematis semakin tinggi, maka ERC akan semakin rendah (Scott, 1997). Hal tersebut disebabkan karena investor akan menilai laba sekarang untuk memprediksi laba dan *return* dimasa yang akan datang. Jika *future return* tersebut semakin beresiko, maka reaksi investor terhadap *unexpected earing* (UE) perusahaan juga semakin rendah. Peningkatan laba (sebelum bunga) bagi perusahaan *high levered* berarti bahwa perusahaan semakin baik bagi pemberi pinjaman dibandingkan bagi pemegang saham. Oleh sebab itu, perusahaan yang *high levered* memiliki ERC yang lebih rendah dibanding dengan perusahaan yang *low levered* (Scott, 1997). Perusahaan yang memiliki *growth opportunities* diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi dimasa datang dan diharapkan lebih persisten. Dengan demikian, ERC akan lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki *growth opportunities* (Scott, 1997). Faktor lain yang juga mempengaruhi respon pasar terhadap laba adalah

informativeness dari harga pasar itu sendiri. Biasanya *informativeness* dari harga pasar tersebut diproksi dengan ukuran perusahaan, karena semakin besar perusahaan maka semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut. Semakin tinggi *informativeness* harga saham, maka kandungan informasi dari laba akuntansi semakin berkurang. Oleh karena itu, ERC akan semakin rendah jika *informativeness* harga saham meningkat (Scott, 1997).

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Internet Financial Reporting* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

Hargyantoro (2010) menguji Pengaruh *Internet Financial Reporting* dan tingkat pengungkapan informasi *website* terhadap Frekuensi Perdagangan Saham, data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data *crosssection*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 perusahaan yang termasuk dalam Kompas100 sampai dengan akhir tahun 2009. Regresi linier digunakan untuk mengetahui hubungan antara *Internet Financial Reporting* dan tingkat pengungkapan informasi *website* terhadap Frekuensi Perdagangan Saham Perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Internet Financial Reporting* dan tingkat pengungkapan informasi *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi perdagangan saham perusahaan.

Tiap pengungkapan suatu informasi laporan keuangan dengan nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) yang tinggi maka kualitas laba suatu perusahaan semakin baik, hal ini membuat investor memeriksa kembali penilaian mereka

terhadap nilai saham dan membuat keputusan untuk menjual, memegang saham atau membeli saham baru. Lebih lanjut, informasi yang diungkapkan melalui *Internet Financial Reporting* (IFR) secara cepat tersedia bagi semua investor sehingga asimetri informasi akan berkurang dan memperpendek *delay* aksesibilitas informasi. Jadi, bisa dikatakan perusahaan yang menerapkan IFR akan mendapatkan *responsive* yang positif dari para investor, sehingga banyak investor mendapatkan Informasi yang informatif mengenai laporan keuangan perusahaan yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang tidak menerapkan IFR. Hal ini dikarenakan informasi yang berguna bagi investor dapat dipublikasikan dengan lebih cepat dan lengkap.

H₁ : Praktik *Internet Financial Reporting* berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

2.3.2 Hubungan Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

Almilia (2009) menguji kualitas isi *Financial and Sustainability Reporting* pada *website* perusahaan *go public* di Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa banyak perusahaan belum memanfaatkan secara optimal pengungkapan informasi perusahaan melalui *website*, baik untuk informasi keuangan dan keberlanjutan perusahaan. Temuan lain dalam penelitian ini adalah banyak perusahaan yang tidak dapat memberikan informasi bagi investor, kebanyakan informasi yang disajikan dalam *website* perusahaan adalah tentang produk atau jasa yang dihasilkan serta banyak sekali perusahaan yang tidak mengupdate informasi-informasi yang disajikan.

Sesuai dengan Teori Sinyal, dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan, dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Puspita dan Martani, 2012). Hal ini para investor akan mendapatkan informasi mengenai kualitas perusahaan melalui *website* perusahaan, sehingga para investor akan melihat berapa tinggi kualitas perusahaan, dan berapa besar keuntungan apabila menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut, dengan tingkat pengungkapan informasi maka para investor dapat melihat kualitas perusahaan, terutama kualitas laba perusahaan, untuk melihat nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) suatu perusahaan.

H₂ : Tingkat pengungkapan informasi *website* berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

2.3.3 *Internet Financial Reporting* (IFR) dan Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* secara simultan berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

Pada penelitian ini menguji pengaruh *Internet Financial Reporting* (IFR) dan tingkat informasi *website* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) secara

simultan atau bersama-sama. Sofiani Kusmawati (2016) menguji pengaruh kualitas pengungkapan informasi laba dan pelaporan keuangan di Internet (*Internet Financial Reporting* - IFR) terhadap respon pasar modal. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan *output* didapat nilai $F_{hitung} = 9,824$ lebih besar dari $F_{tabel} (2,102) = 3,08$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari *Earning Response Coefficient* (ERC) dan *Internet Disclosure Index* (IDI) secara bersama-sama (simultan) terhadap Trading Volume Activity (TVA) yang berarti kualitas pengungkapan informasi laba dan kualitas pelaporan keuangan di Internet (*Internet Financial Reporting* – IFR) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap respon pasar modal.

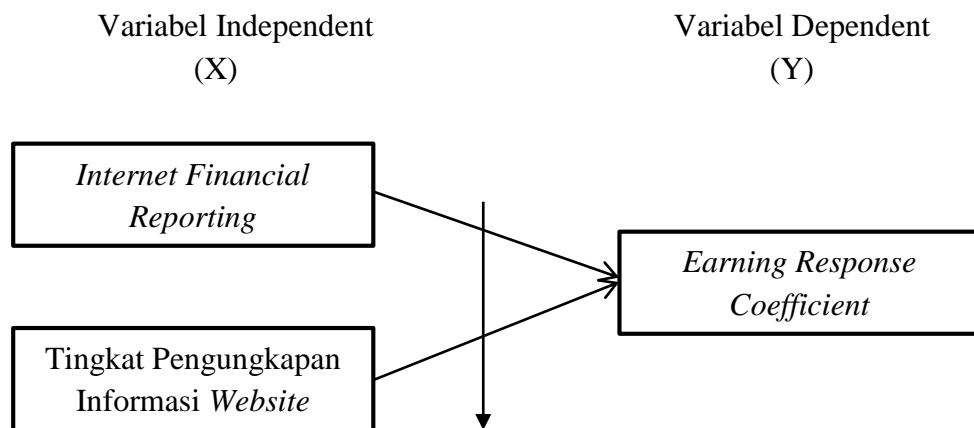
Laba sebagai informasi yang terkandung dalam laporan keuangan akan mengakibatkan pasar bereaksi. Informasi mengenai laba perusahaan merupakan bagian dari laporan keuangan. Wibisono (2011) dalam (Sari, dkk 2013) berpendapat bahwa *Internet Financial Reporting* (IFR) mampu menjawab kebutuhan akan sistem pelaporan keuangan yang fleksibel, mudah diakses, cepat dan terpercaya. Selain praktik IFR, tingkat pengungkapan informasi juga mempengaruhi minat investor, semakin banyak informasi yang dipublikasikan, maka semakin valid informasi yang diberikan, sehingga investor akan mendapatkan informasi mengenai kualitas perusahaan dan yakin terhadap tingkat keuntungan apabila menanamkan modalnya dengan melihat nilai *Earning Response Coefficient* (ERC). Semakin besar laba maka reaksi investor akan semakin tinggi untuk

mengukur value relevance informasi laba atau untuk mengetahui hubungan laba terhadap return saham dapat diukur menggunakan ERC.

H₃ : *Internet Financial Reporting* (IFR) dan tingkat pengungkapan informasi *website* secara simultan berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

2.4. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang masalah, tinjauan teoritis, tinjauan penelitian terdahulu dan penambahan variabel lain, maka dapat dirumuskan bahwa *Internet Financial Reporting* (IFR) dan Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* memiliki pengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). Maka dirumuskan kerangka konseptual sebagai berikut :



Regresi Linier Berganda

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Gambar diatas merupakan kerangka konseptual yang merupakan keterangan tentang bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Keterangan yang terdiri dari *Internet Financial Reporting* (IFR) dan Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* yang merupakan Variabel Independen (X), memiliki pengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) yang merupakan Variabel Dependen (Y). Kerangka konseptual akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Teori sinyal menyatakan bahwa dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang (Akhirra, 2013).

Perusahaan dengan nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) yang tinggi menunjukkan informasi laba yang diungkapkan berkualitas dan memiliki kekuatan respon (*power of response*) dari investor. Maka semakin besar pula perusahaan mengungkapkan *Earning Response Coefficient* (ERC).