

PENGARUH INTERNET FINANCIAL REPORTING TERHADAP FREKUENSI PERDAGANGAN SAHAM DENGAN TINGKAT PENGUNGKAPAN INFORMASI WEBSITE SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA SELURUH PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2018)

Dewi Andini Latif Duka; dan Fadli Ali Taslim

¹⁾dewiandini@gmail.com, Universitas Khairun, Ternate

²⁾fadlitaslim@unkhair.ac.id, Universitas Khairun, Ternate

Received: 05 Agustus 2020

Reviewed: 09 September 2020

Accepted: 06 Oktober 2020

Published: 13 Oktober 2020

ABSTRACT

Objective: *The purpose of this study are: (1) To find out and analyze Internet Financial Reporting (IFR) affect the frequency of stock trading in all companies listed on the Indonesia Stock Exchange; (2) To find out and analyze the role of website information disclosure level in strengthening the relationship between Internet Financial Reporting on the frequency of stock trading in all companies listed on the Indonesia Stock Exchange.*

Methodology: *The number of research samples were 531 companies. The test tool used is a moderated regression analysis (MRA) using statistical package for social scientists (SPSS) as a statistical test tool.*

Finding: *H1 H2, and H3 are accepted at the 5% confidence level.*

Conclusion: *The results showed that: (1) Internet Financial Reporting has a positive and partially significant effect on the frequency of stock trading in all companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018. The results of this study mean that, companies that apply IFR can increase the frequency of stock trading; (2) The level of website information disclosure as a moderating variable has a positive and significant effect. The results of this study mean that the level of website information disclosure strengthens the relationship between internet financial reporting and the frequency of stock trading. And the more levels of information disclosure can increase the frequency of stock trading.*

Keyword: *Internet Financial Reporting, Stock Trading Frequency, Website Information Disclosure Rate.*

PENDAHULUAN

Kebutuhan informasi oleh 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. Maka dari itu salah satu sarana yang dapat menunjang perusahaan untuk dapat memberikan pelaporan yang fleksibel, relevan dan tepat waktu yang spesifik untuk *stakeholder* adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju di era sekarang ini, yaitu internet (Prasasti dkk., 2014).

Perusahaan yang menyadari pentingnya menyalurkan informasi akan berinisiatif menggunakan teknologi informasi yang terus berkembang untuk memperoleh peluang menarik investor agar timbul keinginan menanam modal pada perusahaan. Internet menawarkan suatu bentuk unik pengungkapan yang menjadi media bagi perusahaan dalam menyediakan informasi kepada masyarakat luas sesegera mungkin (Abdelsalam dkk., 2007).

Berdasarkan data pada Internet World Stats, dalam satu dasawarsa terakhir jumlah pengguna internet (*netter*) didunia meningkat drastis. Dari 1.733.993.741 pengguna internet pada tahun 2009, pada Maret tahun 2019 jumlahnya meningkat menjadi 4,383,810,342 atau 56,8% dari populasi penduduk dunia. Di Indonesia sendiri, pengguna internet sampai 31 Maret tahun 2019 mencapai 143,260,000 penduduk atau 53,2% dari populasi penduduk. Pengungkapan informasi perusahaan melalui internet akan mempengaruhi frekuensi perdagangan saham. Begitu banyak kemudahan yang diberikan internet, terutama kemudahan informasi dan komunikasi. Hal inilah yang seharusnya dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menyebarkan informasi positif perusahaan kepada para *stakeholder*. Ketika perusahaan memiliki berbagai informasi dan informasi tersebut dikelola dengan baik dalam sebuah *website* maka akan banyak orang di berbagai wilayah dunia yang dapat mengakses informasi tersebut (Keumala, 2013).

Pengungkapan informasi perusahaan melalui internet akan mempengaruhi frekuensi perdagangan saham. Frekuensi perdagangan saham merupakan jumlah jual dan beli saham perusahaan pada suatu periode tertentu (Elta dan Kamal, 2016). Frekuensi perdagangan saham dapat diketahui jika terjadi transaksi antara investor dengan emiten. Investor yang memutuskan melakukan transaksi atau berinvestasi pada suatu emiten dikarenakan beberapa faktor seperti tingkat risiko rendah, tingkat pengembalian yang ditawarkan menarik dan perusahaan yang bersifat transparan terkait informasi perusahaan seperti informasi keuangan dan non keuangan.

Perusahaan yang bersifat transparan tentang informasi perusahaan memanfaatkan internet untuk membuat *website*. Dengan *website* yang tersedia, perusahaan akan mempublikasikan informasi keuangan dan non keuangan. Menurut Akbar dan Daljono (2014) pengungkapan informasi pada *website* perusahaan merupakan suatu sinyal dari perusahaan untuk pihak lain seperti investor dan kreditor, salah satunya berupa informasi keuangan maupun informasi mengenai perkembangan perusahaan dalam *website* resmi perusahaan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi resiko investasi yang dilakukan investor dalam menganalisis prospek perusahaan. Perkembangan inovasi teknologi informasi dan komunikasi yang pesat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan informasi bagi *stakeholders* perusahaan, khususnya investor (Mooduto, 2013). Pernyataan ini mempunyai makna bahwa teknologi yang semakin berkembang menjadi peluang bagi perusahaan untuk memberikan informasi kepada *stakeholders* dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Menurut Chariri dan Lestari (2007) perkembangan yang cepat dalam dunia internet membawa perubahan dalam penyebaran informasi. Banyak perusahaan telah menggunakan internet sebagai alat komunikasi untuk menyediakan informasi mengenai perusahaan, termasuk penyebarluasan informasi keuangan.

Frekuensi perdagangan saham merupakan jumlah jual dan beli saham perusahaan pada suatu periode tertentu (Elta dan Kamal, 2016). Frekuensi perdagangan saham dapat diketahui jika terjadi transaksi antara investor dengan emiten. Investor yang memutuskan melakukan transaksi atau berinvestasi pada suatu emiten dikarenakan beberapa faktor

seperti tingkat risiko rendah, tingkat pengembalian yang ditawarkan menarik dan perusahaan yang bersifat transparan terkait informasi perusahaan seperti informasi keuangan dan non keuangan. Saham yang frekuensi perdagangannya besar diduga dipengaruhi transaksi saham yang sangat aktif, hal ini dikarenakan banyaknya minat investor. Meningkatnya jumlah frekuensi transaksi perdagangan, yang disebabkan permintaan yang tinggi maka harga saham akan terdorong naik sehingga return saham juga akan meningkat. Dalam aktivitas bursa efek ataupun pasar modal, aktivitas frekuensi perdagangan saham merupakan salah satu elemen yang menjadi salah satu bahan untuk melihat reaksi pasar terhadap sebuah informasi yang masuk pada pasar modal (Silviyani dkk., 2014).

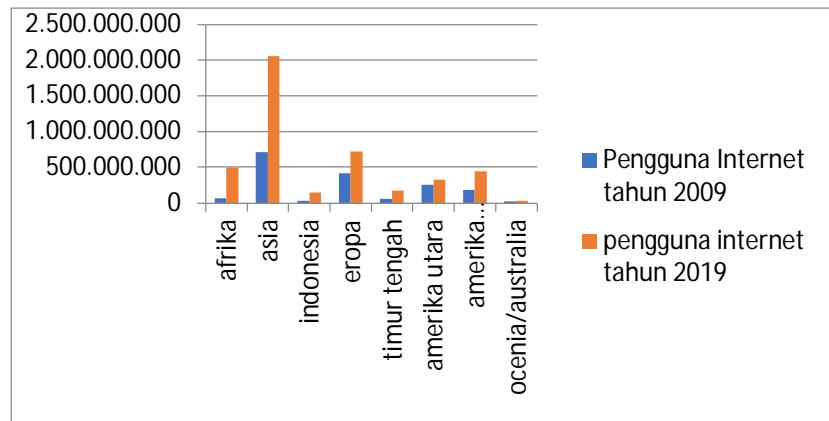
Menurut Venter (2002) dalam Mooduto (2013) laporan keuangan melalui internet pada *website* perusahaan disajikan dengan tiga cara, yaitu: (1) Menduplikasi laporan keuangan yang *paper based* ke dalam bentuk *electronic paper*; (2) Mengubah laporan keuangan ke dalam bentuk HTML; (3) Meningkatkan publikasi laporan keuangan melalui situs web perusahaan sehingga lebih memudahkan pihak yang berkepentingan untuk mengakses laporan keuangan dengan cepat.

Menurut Jones dkk, (2003) internet merupakan alternatif baru dalam pelaporan keuangan yang biasa dikenal dengan *Internet Financial Reporting*. Frekuensi perdagangan saham dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah *internet financial reporting*. IFR adalah suatu mekanisme pengungkapan laporan keuangan perusahaan melalui internet atau melalui situs web yang dimiliki oleh perusahaan (Mooduto, 2013).

Pentingnya penelitian *Internet Financial Reporting* (IFR) terhadap keputusan investasi tentunya tidak terlepas dari adanya interaksi antara *Internet Financial Reporting* (IFR) terhadap keputusan investasi (Abdillah, 2017). Banyak faktor yang mendorong organisasi untuk bergerak ke IFR, termasuk yang berikut ini. Pertama, biaya penyebaran informasi web rendah, dibandingkan dengan menyebarkan informasi cetak. Kedua, IFR memungkinkan organisasi untuk mengkomunikasikan informasi kepada konsumen yang tidak dapat diidentifikasi, berbeda dengan laporan tahunan berbasis kertas, yang mengkomunikasikan informasi kepada kelompok terpilih (Ashbaugh dkk., 1999).

Frekuensi perdagangan saham secara tidak langsung dipengaruhi oleh *internet financial reporting*, tetapi ada faktor lain yang bisa memperlemah atau memperkuat pengaruhnya. Faktor lainnya yaitu tingkat pengungkapan informasi pada *website* yang merupakan salah satu faktor yang dapat membantu investor dalam membuat keputusan untuk melakukan transaksi. Pengungkapan informasi pada *website* perusahaan juga merupakan sebagai suatu upaya dari perusahaan untuk mengurangi asimetri informasi atau ketidaksesuaian informasi antara perusahaan dengan pihak luar. Asimetri informasi dapat terjadi karena pihak manajemen lebih banyak mengetahui tentang perusahaannya dibandingkan dengan pihak luar seperti investor dan kreditor. Semakin tinggi kualitas pengungkapan informasi dalam perusahaan, maka semakin besar dampak dari informasi yang akan berpengaruh pada keputusan investor (Akbar dan Daljono, 2014).

Menurut Gumantri dan Utami (2002) Sesuai dengan Teori Pasar Efisien, harga saham, volume dan frekuensi perdagangan saham yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada. Investor bereaksi dengan cepat terhadap informasi baru yang masuk di pasar, sehingga menyebabkan saham segera melakukan penyesuaian.



Grafik 1.1

Statistik Pengguna Internet Dunia

Sumber: *www.internetworldstats.com*, 2020

Kerangka Teoritik Dan Pengembangan Hipotesis
Kerangka Teoritik

Konsep pasar efisien pertama kali dikemukakan dan dipopulerkan oleh Fama (1970). 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 (Sukanto, 2011).

Teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence (1973) menyatakan bahwa isyarat atau *signal* memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. 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 (Sukanto, 2011).

Asimetri informasi pertama kali dijelaskan oleh Kenneth J. Arrow dalam satu artikel yang terkenal di bidang penanganan kesehatan 1963 yang berjudul "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care," di jurnal *American Economic Review*. George Akerlof kemudian menggunakan istilah informasi asimetris dalam karyanya tahun 1970: *The Market for Lemons*. Teori asimetri informasi terjadi jika salah satu pihak dari suatu transaksi memiliki informasi lebih banyak atau lebih baik dibandingkan pihak lainnya. Asimetri informasi menyebabkan risiko informasi semakin tinggi, tingginya risiko informasi akan berdampak pada tingginya biaya ekuitas yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus menurunkan tingkat asimetri informasi agar biaya ekuitas pun menjadi rendah.

Hipotesis

Pengaruh Internet Financial Reporting terhadap Frekuensi Perdagangan Saham

Teori sinyal menyebutkan 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 dari pada pihak luar (Wolk dkk (2000) dalam Akbar dan Daljono (2014).

Sukanto (2011) dan Prasasti dkk (2014) menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan IFR akan mempunyai harga saham yang *responsive* sehingga mempunyai frekuensi perdagangan yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang tidak menerapkan IFR. **H1:** Internet financial reporting berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi perdagangan saham.

Pengaruh *internet financial reporting* Terhadap frekuensi perdagangan saham dengan tingkat pengungkapan informasi *website* sebagai variabel moderasi

Menurut teori pasar efisien, harga saham, volume, dan frekuensi perdagangan saham yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada. Informasi yang ada merupakan pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan untuk pihak *stakeholder* atau untuk calon investor yang berada di luar perusahaan.

Selain *internet financial reporting* (IFR), perusahaan harus meningkatkan pengungkapan informasi dengan baik karena dapat menentukan keputusan investor. Tingkat pengungkapan informasi *website* akan mempengaruhi *internet financial reporting* (IFR) perusahaan sehingga diperlukan untuk meningkatkan frekuensi perdagangan saham. Adanya hasil yang beragam mengenai penelitian tentang hubungan internet financial reporting (IFR) terhadap frekuensi perdagangan saham mendorong peneliti untuk memasukkan Tingkat pengungkapan informasi *website* sebagai variabel moderating yang diduga mampu memoderasi hubungan langsung antara variabel independen (*internet financial reporting* (IFR)) dengan variabel dependen (frekuensi perdagangan saham).

H2: Tingkat pengungkapan informasi *website* memperkuat hubungan antara *internet financial reporting* (IFR) terhadap frekuensi perdagangan saham.

METODE PENELITIAN

Pengembangan Pengukuran

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah frekuensi perdagangan saham. Frekuensi perdagangan saham adalah jumlah transaksi perdagangan, baik jual atau beli suatu saham yang diperdagangkan di berbagai Bursa Efek yang salah satunya yaitu Bursa Efek Indonesia atau IDX/Indonesia Stock Exchange. Pada penelitian ini frekuensi perdagangan saham mengacu pada data dari *IDX Fact Book* selama tahun 2018.

Internet Financial Reporting adalah suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk mencantumkan laporan keuangannya melalui internet, yaitu melalui *website* yang dimiliki perusahaan menurut Arfianda (2017). *Internet Financial Reporting* adalah pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet atau *website* perusahaan yang bersifat sukarela (Lai dkk, 2009). Pada penelitian ini *Internet Financial Reporting* (IFR) dinyatakan sebagai variabel dummy. Perusahaan yang menerapkan IFR dinilai "1" dan perusahaan yang tidak menerapkan IFR dinilai "0" (Sukanto, 2011).

Tingkat pengungkapan informasi yang lebih tinggi di *website* perusahaan akan menyebabkan investor memperoleh informasi yang relevan dalam waktu cepat. Hal tersebut

akan membuat investor dapat lebih cepat bereaksi atau melakukan tindakan terhadap saham perusahaan yang membuat harga saham lebih cepat bergerak yang secara otomatis mempertinggi frekuensi perdagangan saham. Secara singkat, ada pengaruh antara tingkat pengungkapan informasi pada *website* terhadap frekuensi perdagangan saham (Prasasti dkk, 2014). Pengukuran variabel moderasi Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* menggunakan sistem skala 4 poin tertimbang untuk menilai setiap *item* informasi yang diungkapkan. *Item* pengungkapan informasi terdiri dari 5 (lima) *item* pengungkapan, yaitu profil dasar perusahaan, berita terbaru, *item* operasional, informasi keuangan, dan informasi saham. Pengungkapan *item* informasi profil dasar perusahaan diberi poin 1; berita terbaru diberi poin 1; *item* operasional diberi poin 1; laporan keuangan singkat diberi poin 2; laporan keuangan tahunan lengkap diberi poin 3; laporan tahunan (*annual report*) dewan direksi diberi poin 4; dan informasi saham diberi poin 1. Total poin berkisar antara 0 sampai 40 (Lai dkk., 2010).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling method* yaitu pengambilan sampel atas dasar kriteria tertentu. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 531 perusahaan.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data berupa angka yang dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu informasi keuangan dan non keuangan yang terdapat dalam *website* perusahaan dan frekuensi perdagangan saham yang diperoleh dari IDX Fact 2018. Data-data tersebut diperoleh dari situs BEI yaitu www.idx.co.id atau pada *website* masing-masing perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling method* yaitu pengambilan sampel atas dasar kriteria tertentu. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 531 perusahaan.

Model Analisis Data

Ghozali (2011), uji Interaksi atau sering disebut Moderated regression Analysis (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaannya mengandung unsur interaksi. Menurut Ghozali, tujuan analisis ini untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Terdapat tiga model pengujian regresi dengan variabel moderating, yaitu uji interaksi (Moderated regression analysis), uji nilai selisih mutlak, dan uji residual. Model atas pengujian analisis regresi moderasi adalah sebagai berikut : $Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 XM + e$.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data berupa angka yang dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu informasi keuangan dan non keuangan yang terdapat dalam *website* perusahaan dan frekuensi perdagangan saham yang diperoleh dari IDX Fact 2018. Data-data tersebut diperoleh dari situs BEI yaitu www.idx.co.id atau pada *website* masing-masing perusahaan.

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Populasi perusahaan yang terdaftar di BEI per 31 Desember 2018	620
Perusahaan yang tidak memiliki website dan website tidak dapat diakses	(32)
Perusahaan yang menerapkan	(57)
IFR tapi tidak di update	
Jumlah sampel perusahaan	531

Statistic Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Internet Financial Reporting	531	.00	1.00	.9379	.24165
Tingkat Pengungkapan Informasi Website	531	2.00	28.00	131.450	408.398
Frekuensi Perdagangan saham	531	.00	2231957.00	1.557.096.836	30.213.684.474
Valid N (listwise)	531				

Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		531
Normal Parameters a.b	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.48373368
	<i>Absolute</i>	.113
	<i>Positive</i>	.063
	<i>Negative</i>	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.188c

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Internet Financial Reporting	0,121	8.275
Moderasi	0,121	8.275

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.398	.288		8.313	.000
	Ln_X1	-2.616	1.236	-.264	-1.716	.085
	Ln_X1M	.591	.302	.244	1.957	.051

a. Dependent Variable: AbsRes

Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.40000
Cases < Test Value	265
Cases >= Test Value	266
Total Cases	531
Number of Runs	282
Z	1.347
Asymp. Sig. (2-tailed)	.178

a. Median

Hasil Analisis Regresi

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.106	.481		16.855	.000
	Internet Financial Reporting	2.635	.716	.158	3.677	.000

a. Dependent Variable: Frekuensi_Perdagangan Saham

Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2009). Kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan *adjusted R²* untuk mengevaluasi model regresi. Penelitian ini tidak menggunakan R^2 namun menggunakan nilai *adjusted R²* untuk mengevaluasi model regresi karena *adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2009). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan tabel 4.9 dan 4.10 masing-masing diperoleh nilai koefisien determinasi

(*adjusted R square*) adalah sebesar 0,023 dan 0,038. Hasil ini berarti ada kontribusi yang relatif rendah yakni sebesar 0,023 atau 2,3% dari variabel independen internet financial reporting (X) dan 0,038 atau 3,8% dari internet financial reporting dan moderasi. Sedangkan sisanya 97,7% dan 96,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian SPSS ditemukan bahwa Internet Financial Reporting berpengaruh positif dan signifikan terhadap Frekuensi Perdagangan Saham. Hasil uji regresi langsung menunjukkan hasil signifikan pada variabel Internet Financial Reporting terhadap Frekuensi Perdagangan Saham sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan $\alpha = 0,05$. Hasil menunjukkan bahwa H1 diterima yang berarti IFR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap frekuensi perdagangan saham perusahaan. Sedangkan hasil Uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,677. Nilai koefisien regresi sebesar 2,635 yang memiliki arah positif mengindikasikan bahwa perusahaan yang sering melaporkan laporan keuangan di internet maka semakin tinggi Frekuensi Perdagangan Sahamnya. Dan pada hasil uji F di peroleh nilai F hitung $> F$ tabel ($13,523 > 3,01$) yang artinya internet financial reporting berpengaruh terhadap frekuensi perdagangan saham.

Hasil penelitian dari Tingkat Pengungkapan Informasi website sebagai variabel moderating berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada hasil uji heteroskedastisitas di peroleh bahwa data variabel moderasi bebas dari heteroskedastisitas yang artinya variance dari residual dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya berbeda dan uji autokorelasi juga memperlihatkan bahwa tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggunya sehingga di lanjutkan ke uji regresi. Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh positif Tingkat Pengungkapan Informasi website terhadap Frekuensi Perdagangan Saham. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yang diperoleh variabel moderasi Tingkat Pengungkapan Informasi website yakni sebesar 0,003 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hasil ini menerima hipotesis H2 yang menyatakan bahwa Tingkat Pengungkapan Informasi Website memperkuat atau memoderasi hubungan antara internet financial reporting terhadap frekuensi perdagangan saham

Hasil pengujian dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel interaksi antara variabel Tingkat Pengungkapan Informasi website dengan Frekuensi Perdagangan Saham sebesar 1,510 dengan nilai signifikansi 0,003 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dan pada uji F variabel moderasi di peroleh nilai F hitung $> F$ tabel ($11,432 > 3,01$) yang artinya variabel moderasi berpengaruh terhadap frekuensi perdagangan saham.

Pembahasan

Hasil uji-uji yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang menerapkan internet financial reporting berpengaruh terhadap frekuensi perdagangan saham dikarenakan pada penelitian ini perusahaan yang menerapkan internet financial reporting memiliki frekuensi perdagangan saham yang banyak dan hampir semua perusahaan sudah menerapkan internet financial reporting karena hanya 32 perusahaan yang tidak menerapkan dari 531 perusahaan. Sehingga pada hasil uji secara langsung internet financial reporting berpengaruh terhadap frekuensi perdagangan saham.

Teori sinyal (*signalling theory*) digunakan untuk menjelaskan bahwa pada dasarnya laporan keuangan dimanfaatkan perusahaan untuk memberi sinyal positif maupun negatif kepada pemakainya. Dalam teori sinyal yang mengatakan apabila Internet Financial Reporting di dalam perusahaan yang dicerminkan oleh pelaporan laporan keuangan yang

kemudian pelaporan tersebut memberi sinyal baik bagi pihak investor dan terjadilah peningkatan pembelian saham maka Frekuensi Perdagangan saham juga akan semakin meningkat karena Frekuensi Perdagangan saham ditentukan oleh volume jual beli saham yang terjadi dan seberapa sering saham itu terjual.

Jika Internet Financial Reporting mengalami peningkatan, maka Frekuensi Perdagangan Saham juga akan meningkat. Menurut Manullang (2014) informasi keuangan yang dipublikasi pada internet akan dapat dengan cepat direspon oleh investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Kondisi ini memberikan peluang bagi perusahaan yang menerapkan IFR untuk mendapatkan investor bagi perusahaan mereka, sehingga akan menyebabkan harga saham dan frekuensi perdagangan saham akan meningkat.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Penelitian Prasetyaningsih (2016) dan Pratama (2016) yang menyatakan bahwa Internet Financial Reporting tidak berpengaruh signifikan terhadap Frekuensi Perdagangan Saham. Pasar tidak langsung merespon untuk melakukan transaksi saham perusahaan hanya dengan pelaporan laporan keuangan atau informasi keuangan di internet tetapi ada faktor lain yang mampu memberikan respon cepat dari pasar. Menurut Prasetyaningsih (2016) internet financial reporting bukan lagi informasi yang dapat digunakan oleh investor sebagai satu-satunya pertimbangan untuk melakukan transaksi perdagangan saham karena ada pengungkapan informasi non keuangan yang juga sangat dibutuhkan sebagai pertimbangan investor untuk berinvestasi atau membeli saham.

Tingkat Pengungkapan Informasi website memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan Internet Financial Reporting pada frekuensi perdagangan saham. Berdasarkan hasil uji-uji dan analisis regresi tidak langsung yang telah dilakukan, variabel moderasi mampu memperkuat hubungan antara internet financial reporting terhadap frekuensi perdagangan saham tetapi pada analisis tidak langsung ini variabel internet financial reporting juga di uji dan hasilnya tidak berpengaruh terhadap frekuensi perdagangan saham, hal itu dikarenakan perusahaan yang tidak menerapkan internet financial reporting tetapi mempunyai tingkat pengungkapan informasi website memiliki frekuensi perdagangan saham yang banyak sehingga pada analisis secara tidak langsungnya internet financial reporting memiliki nilai negatif dan tidak signifikan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori pasar efisien yang menyatakan bahwa harga saham, volume, dan frekuensi perdagangan saham yang terbentuk di pasar merupakan cerminan dari informasi yang ada. Informasi yang ada merupakan pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan untuk pihak *stakeholder* atau untuk calon investor yang berada di luar perusahaan. Pengungkapan informasi pada *website* juga merupakan sebagai salah suatu upaya perusahaan untuk bisa mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak luar perusahaan. Asimetri informasi terjadi disebabkan oleh ketidakseimbangan antara informasi yang ada dalam perusahaan dengan informasi yang diketahui oleh pihak diluar perusahaan. Oleh karena itu, Pengungkapan informasi pada website tersebut merupakan suatu sinyal dari perusahaan pada pihak luar, salah satunya berupa informasi non keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakseimbangan informasi dan ketidakpastian tentang prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Keumalasari dkk (2016) hampir semua perusahaan di Indonesia sudah melaporkan laporan keuangannya di internet sehingga tidak lagi menjadi faktor yang mempengaruhi frekuensi perdagangan saham dan yang menjadi faktor yang memperkuat hubungan internet financial reporting terhadap frekuensi perdagangan saham adalah tingkat

pengungkapan informasi website atau item-item pengungkapan yang di publikasikan oleh perusahaan di internet. Tingkat pengungkapan informasi perusahaan yang di publikasikan di internet merupakan hal yang dibutuhkan semua pihak baik bagi investor maupun manajemen. Salah satunya dengan adanya informasi tata kelola perusahaan yang baik dipublikasikan dan tata kerjanya akan meningkatkan transparansi dari tata kelola perusahaan kemudian meringankan risiko penurunan reputasi perusahaan. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan memberikan dampak positif bagi pengambilan keputusan investor untuk membeli saham perusahaan. Pada penelitiannya Gumantri dan Utami (2002) mengungkapkan pasar modal yang efisien didefinisikan sebagai pasar modal dengan harga sekuritas-sekuritas yang mencerminkan semua informasi yang tersedia dan relevan. Semua informasi yang dimaksudkan yaitu informasi keuangan dan non keuangan yang menjadi tolak ukur investor untuk membeli saham perusahaan yang kemudian akan meningkatkan frekuensi perdagangan saham perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataannya prasetyaningsih (2016) yang mengatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi website akan memberikan pengaruh langsung pada frekuensi perdagangan saham. Dan pada penelitian ini tingkat pengungkapan informasi website sebagai variabel moderasi berpengaruh pada internet financial reporting terhadap frekuensi perdagangan saham, ini artinya tinggi rendahnya Tingkat Pengungkapan Informasi website akan mempengaruhi frekuensi perdagangan saham pada saat Internet Financial Reporting di terapkan atau tidak. Jadi dapat dikatakan bahwa dengan tingkat pengungkapan informasi yang lebih tinggi di website perusahaan akan menyebabkan investor memperoleh informasi yang relevan dan sesuai dengan apa yang di butuhkan investor.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil uji multikolinearitas yang merupakan uji untuk melihat apakah ada korelasi antara variabel independen, peneliti juga menguji variabel Tingkat pengungkapan informasi website yang merupakan variabel moderator di uji karena secara metodologis variabel moderator adalah bagian dari variabel independen yang memberikan pengaruh baik langsung atau tidak langsung terhadap variabel dependen. Dan diperoleh bahwa variabel internet financial reporting dan tingkat pengungkapan informasi website tidak memiliki korelasi. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada analisis secara langsung Internet Financial Reporting memiliki pengaruh signifikan terhadap Frekuensi Perdagangan Saham, atau dengan kata lain diterapkannya internet financial reporting berpengaruh terhadap naik atau turunnya jumlah frekuensi perdagangan saham.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tingkat Pengungkapan Informasi website merupakan variabel moderating yang memperkuat terhadap hubungan antara Internet Financial Reporting dengan Frekuensi Perdagangan Saham..

Saran

Dari keterbatasan-keterbatasan di atas maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan agar tidak hanya menerapkan internet financial reporting tetapi juga memperhatikan tingkat pengungkapan informasi-informasi non keuangan lainnya yang

bisa memberikan nilai tambah bagi investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Dan Bagi investor sebagai bahan untuk mempertimbangkan besarnya frekuensi perdagangan saham pada setiap perusahaan sebagai salah satu faktor yang penting dalam pengambilan keputusan investasi.

2. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya menggunakan variabel independen lebih dari satu variabel selain internet financial reporting, untuk mengetahui faktor lain yang dapat mempengaruhi frekuensi perdagangan saham perusahaan, contohnya seperti jumlah saham beredar dan harga saham serta variabel lainnya yang dapat mempengaruhi frekuensi perdagangan saham dan menambah rentang waktu penelitian.

REFERENSI

- Abdelsalam, O. H., Bryant, S. M. and Street, D. L. (2007). An Examination of The Comprehensiveness of Corporate Internet Reporting Provided by London-Listed Companies. *Journal of International Accounting Research*, Vol. 6, No.2, 1-33. <https://www.proquest.com/openview/88f0c624b561bec21a2301bb8bd78602/1?pq-origsite=gscholar&cbl=25464>.
- Abdillah, M. R. (2017). Pengaruh *Internet Financial Reporting* Terhadap Keputusan Investasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10, No. 2. <https://stienas-y pb.ac.id/jurnal/index.php/jdeb/article/view/34>.
- Akbar, D. A., dan Daljono. (2014). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Laporan Perusahaan Berbasis Website. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 3, No. 3. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/6063>.
- Arfianda, R. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham oleh Publik, dan Leverage Terdapat di IFR (Internet Financial Reporting) Dalam Perusahaan Manufaktur di BEI (Bursa Efek Indonesia). *E-Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara*, Vol. 3, No. 1.
- Ashbaugh, H., K. Johnstone, . and Warfield, T. (1999). Corporate Reporting on the Internet. *Accounting Horizons*, Vol. 13, No. 3. <https://doi.org/10.2308/acch.1999.13.3.241>.
- Elta, L., dan Kamal, M. (2016). Pengaruh Jumlah Saham Beredar, Ifr, Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* Dan Harga Saham Penutupan Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Yang Terdapat Pada Indeks Kompas 100 Februari-Juli 2015). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 5, No. 3.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gumantri, T. A., dan Utami, E. S. (2002). Bentuk Pasar Efisien dan Pengujiannya, *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, Vol. 4, No. 1.
- Jones, M.J and J.Z. Xiao, Internet Reporting: Current Trends and Trends by 2010. *Feature Article*, (2003), 132-165.
- Keumala, N. N. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Perusahaan Melalui *Website* Perusahaan, *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 2, No. 3.
- Lai, Syou-Ching., Lin, C., Lee, Hung-Chih., & Wu, F.H. (2010). An Empirical Study of the Impact of Internet Financial Reporting on Stock Prices. *The International Journal of Digital Accounting Research* Vol. 10, 2010, 1-26

- Lestari, H. S., dan Anis, C. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet (*Internet Financial Reporting*) Dalam *Website* Perusahaan. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. http://eprints.undip.ac.id/2398/1/IFR_Research.pdf. Diakses tanggal 1 Juni 2019.
- Manullang, M. S. G., Sinarwati, N. K., dan Yuniarta, G. S. (2014). Pengaruh *Internet Financial Reporting* Dan Tingkat Pengungkapan Informasi Berbasis *Website* Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham Perusahaan. *e-journal S1 Akuntansi*. Universitas Pendidikan Ganesha. Vol. 2, No. 1.
- Mooduto, W. I. S. (2013). Reaksi Investor atas Pengungkapan *Internet Financial Reporting*. *Jurnal Riview Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 3, No. 2.
- Prasasti, K. A., Adiputra, I Made Pradana., Dharmawan, N. A., dan Surnya. (2014). Pengaruh *Internet Financial Reporting* Dan Tingkat Pengungkapan Informasi Website Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham. *e-journal S1 Akuntansi*. Universitas Pendidikan Ganesha. Vol. 2, No. 1.
- Prasetyaningsih, I. S. (2016). Pengaruh Internet Financial Reporting Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). *Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Pratama, W. K. A. (2016). Pengaruh *Internet Financial Reporting* (Ifr) Dan Tingkat Pengungkapan Informasi *Website* Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Lq45 Bursa Efek Indonesia). *Skripsi. Universitas Lampung Bandar Lampung*.
- Silviyani, dkk. (2014). Pengaruh Likuiditas Perdagangan Saham dan Kapitalisasi Pasar Terhadap *Return* Saham Perusahaan Yang Berada Pada Indeks LQ45 Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2009-2013 (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 di Bursa Efek Indonesia). *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi SI*, Vol. 2, No. 1.
- Subalno, 2009. Analisis pengaruh factor fundamental dan kondisi ekonomi terhadap return saham. *Tesis Universitas Diponegoro*.
- Sukanto, E. (2011). Pengaruh Internet Financial Reporting Dan Tingkat Pengungkapan Informasi Website Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham Perusahaan Di Bursa, *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol. 6, No. 2.
- Taslim, Ahmad dan Andhi, W. (2016). Pengaruh Frekuensi Perdagangan Saham, Volume Perdagangan Saham, Kapitalisasi Pasar Dan Jumlah Hari Perdagangan Terhadap Return Saham, *Management Analysis Journal*, Vol. 5, No. 1.