

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Grand Theory

2.1.1.1 Teori *Signal*

Brigham dan Houston (2011: 186) mendefinisikan sinyal merupakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen suatu perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan tersebut. Scott (2012: 475) menjelaskan bahwa terkait dengan teori sinyal, para manajer perusahaan yang memiliki informasi yang lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut pada calon investor, dimana hal tersebut bertujuan agar perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui suatu pelaporan dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya. Irham (2014: 21) menjelaskan bahwa tanggapan investor terhadap sinyal positif dan negatif adalah sangat mempengaruhi kondisi pasar, mereka akan bereaksi dengan berbagai cara dalam menggapai sinyal tersebut, memburu saham yang dijual atau melakukan tindakan tidak bereaksi seperti “*wait and see*”. Disamping itu teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan

pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dibanding pihak luar.

Signaling theory di gagas dalam ilmu ekonomi dan keuangan yang menggambarkan informasi yang asimetris antara perusahaan dengan pihak luar karena manajemen lebih mengetahui tentang prospek perusahaan dan peluang masa depan dibandingkan pihak luar (dalam hal ini investor). Teori yang melandasi IFR adalah teori sinyal. Manajemen akan selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh calon investor dan pemegang saham khususnya kalau informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). Di samping itu, manajemen berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitasnya.

Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga saham pada waktu informasi iumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut. Pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menghasilkan informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai sinyal baik bagi investor, maka harga saham menjadi naik.

2.1.1.2 Teori Keagenan

Menurut Putra Astika (2010:64) dijelaskan mengenai teori keagenan bahwa entitas merupakan urat nadi dari hubungan keagenan dan mencoba untuk memahami perilaku organisasi dengan menguji bagaimana pihak-pihak dalam hubungan keagenan tersebut memaksimalkan utilitas melalui kerja sama. Scott

(2012) menjelaskan bahwa teori keagenan merupakan cabang dari *game theory* yang mempelajari suatu modal kontraktual yang mendorong agen untuk bertindak bagi prinsipal saat kepentingan agen bisa saja bertentangan dengan kepentingan prinsipal. Konflik keagenan yang terjadi diantara prinsipal dan agen. Prinsipal dan agen sama-sama ingin mementingkan kebutuhannya sendiri-sendiri, prinsipal ingin memperkaya dirinya sendiri sedangkan agen ingin menyejahterakan dirinya sendiri.

Teori keagenan menjelaskan tentang dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu prinsipal dan agen. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal.

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bagi perusahaannya. Profitabilitas juga merupakan salah satu rasio yang dapat digunakan untuk memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Terdapat beberapa pengertian profitabilitas menurut para ahli, yaitu:

Menurut Kasmir (2016: 196) rasio profitabilitas adalah:

“Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Pada dasarnya pengguna rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan.”

Menurut Irham Fahmi (2015:135) rasio profitabilitas adalah:

“Rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik perusahaan menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.”

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dengan sumber- sumber yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Serta mengukur kemampuan keseluruhan manajemen secara efektif yang ditunjukkan oleh tingkat keuntungan yang diperoleh dari aktivitas penjualan maupun investasi.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal, tetapi juga bagi pihak eksternal atau diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan seperti investor maupun calon investor yang mengharapkan keuntungan lebih dari dana yang diinvestasikan pada perusahaan tersebut.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:197), adalah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Manfaat yang diperoleh rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:198), yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.2.3 Pengukuran Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016:196) secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

1. *Profit Margin (Profit Margin on Sale)*.
2. *Return on Investment (ROI)*.
3. *Return on Equity (ROE)*.
4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*).
5. Rasio Pertumbuhan.

Dari kutipan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Return on Asset (ROA)*

Menurut Kasmir (2016:201) ROA digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset yang dimiliki. *Return on Asset* merupakan rasio yang terpenting diantara rasio profitabilitas yang ada. *Return on Asset* atau sering disebut

juga dengan *Return on Investment* (ROI) diperoleh dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva.

Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100 \%$$

2. *Net Profit Margin* (NPM)

Kasmir (2016:200) mendefinisi *net profit margin* adalah ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan, rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

$$\text{NPM} = \frac{\text{net profit after taxes}}{\text{sales}}$$

Agus Sartono (2012:123), apabila *gross profit margin* selama suatu periode tidak berubah sedangkan *net profit margin* mengalami penurunan, maka berarti bahwa biaya meningkat relatif lebih besar daripada peningkatan penjualan

3. *Return on Equity* (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik

perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

(Kasmir 2016:202)

4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

(Kasmir 2016:202)

Menurut Irham Fahmi (2015:136) ada beberapa jenis rasio profitabilitas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

Rasio ini merupakan margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan.

2. *Net Profit Margin* (NPM)

Merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

3. *Return On Investment* (ROI)

Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan.

4. *Return On Equity* (ROE)

Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.

2.1.2.4 Return on Assets

Menurut Kasmir (2016:201) *Return on Assets* (ROA) adalah

“Rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset yang dimiliki. Return on Asset merupakan rasio yang terpenting diantara rasio profitabilitas yang ada. *Return on Asset* atau sering disebut juga dengan *Return on Investment* (ROI) diperoleh dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva.”

Menurut Kieso, Weygant, dan Warfield (2014:518) *Return on Assets* (ROA)

adalah:

“*Ratio between net profit after tax and interest to the amount of sales of the company*”

Pengertian *Return on Assets* (ROA) Menurut Irham Fahmi (2015:137)

adalah:

“ROA adalah rasio yang melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.”

Menurut Irham Fahmi (2015:136) menyatakan profitabilitas merupakan salah satu indikator pengelolaan manajemen perusahaan yang baik, sehingga

manajemen akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi ketika ada peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas untuk rasio ini digunakan *Return of Equity* (ROE) atau *Return on Assets* (ROA). Dalam penelitian ini kami akan memanfaatkan ROA sebagai ukuran profitabilitas. *Return on assets* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan *return on assets* merupakan perbandingan antara laba setelah bunga dan pajak dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan.

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi meningkatkan pengaruh dalam keputusan investor dan memiliki stakeholder yang lebih menarik, sehingga ada kecenderungan lebih tinggi untuk pengungkapan IFR. Diharapkan hubungan positif antara profitabilitas dan pengungkapan dalam IFR yang berdampak pada kenaikan harga saham perusahaan.

2.1.3 Leverage

2.1.3.1 Pengertian *Leverage*

Leverage mencerminkan seberapa mampu suatu perusahaan bergantung pada kreditor dalam membiayai aktiva perusahaan. Rasio *leverage* mengukur tingkat aktiva perusahaan yang telah dibiayai oleh penggunaan hutang. *Leverage* keuangan dapat diartikan sebagai penggunaan aset dan sumber dana (*source of fund*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Berikut merupakan pengertian rasio *leverage* menurut para ahli:

Menurut Periansya (2015:39) rasio *leverage* adalah

“Rasio Solvabilitas atau rasio *leverage* (rasio utang) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh *asset* perusahaan dibiayai dengan hutang atau dibiayai oleh pihak lain.”

Kasmir (2016:151) mendefinisikan rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah:

“Rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya, berapa besar beban hutang yang ditanggung perusahaan dibanding dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membiayai seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan tersebut dibubarkan (likuidasi).”

Menurut Arief dan Edi (2016: 57) rasio *leverage* adalah:

“Rasio *Leverage* adalah rasio yang mengukur sejauh mana pembelanjaan dilakukan oleh hutang yang dibandingkan dengan modal, dan kemampuan untuk membayar bunga dan beban tetap lain.”

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajiban atau hutangnya baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan tersebut di likuidasi.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Keputusan untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah digunakan beberapa perhitungan yang matang, maka tujuan

leverage adalah pengambilan keputusan untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman.

Menurut Kasmir (2016:153), keuntungan mengetahui *leverage* adalah:

1. Dapat menilai kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. Menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap;
3. Mengetahui keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Guna mengambil keputusan penggunaan sumber dana ke depan.

Menurut Kasmir (2016:153), tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* adalah:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor);
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menilai seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelola aktiva
6. Untuk menilai atau mengukur seberapa besar bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki;
8. Dan tujuan lainnya;

Menurut Kasmir (2016:154), manfaat rasio *leverage* adalah:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;

4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri;

2.1.3.3 Pengukuran Rasio Solvabilitas atau Leverage

Menurut Kasmir (2016:157) Rasio yang dapat digunakan dalam mengukur tingkat *leverage* perusahaan yaitu:

1. Debt to Equity Ratio

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan atau untuk mengetahui jumlah rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan uang. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Bagi bank (kreditor), semakin besar rasio ini, akan semakin tidak menguntungkan karena akan semakin besar resiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi diperusahaan. Namun, bagi perusahaan justru semakin besar rasio akan semakin baik. Sebaliknya dengan rasio yang rendah, semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva. Rasio ini juga memberikan petunjuk umum mengenai kelayakan dan resiko

keuangan perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai *debt to equiti ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Modal (Equity)}} \times 100\%$$

Bagi perusahaan, semakin besar rasio ini maka akan semakin baik. Sebaliknya dengan rasio yang rendah, maka semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik serta semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva.

2. *Debt to assets ratio (debt ratio)*

Debt ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

$$\text{Debt to assets ratio} = \frac{\text{total debt}}{\text{total assets}}$$

(Kasmir 2016:157)

Dari hasil pengukuran, apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang.

3. *Long term debt to equity ratio (LTDtER)*

LTDtER merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri.

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{long term debt}}{\text{equity}}$$

Tujuannya untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

4. *Time Interest Earned*

Menurut J.Fred Weston dalam Kasmir (2008:160) *time interest earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan oleh James C Van Horne dalam Kasmir (2008:160) juga sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga, sama seperti *coverage ratio*. *Time interest earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar bunga, dalam jangka panjang menghilangkan kepercayaan dari para kreditor. Bahkan ketidakmampuan menutup biaya tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan adanya tuntutan hukum dari kreditor. Lebih dari itu, kemungkinan perusahaan menuju ke arah pailit semakin besar. Untuk mengukur rasio ini, digunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang

dikeluarkan. Dengan demikian, kemampuan perusahaan untuk membayar bunga pinjaman tidak dipengaruhi oleh pajak.

$$\textit{Time interest earned} = \frac{\textit{EBIT}}{\textit{biaya bunga (interest)}}$$

5. *Fixed charge coverage (FCC)*

Fixed charge coverage merupakan rasio yang menyerupai atau lingkup biaya tetap *time interest earned*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

$$\textit{Fixed charge coverage} = \frac{\textit{EBIT+interest+lease}}{\textit{interest+lease}}$$

2.1.3.4 Debt to Equity Ratio

Pemilihan DER untuk mengukur tingkat *leverage* dikarenakan *Debt to equity ratio* adalah rasio yang memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan atau keseimbangan proporsi antara aktiva yang di danai oleh kreditor dan yang didanai oleh pemilik perusahaan sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu utang (Prastowo dan Juliaty,2008:84).

Menurut Kasmir (2016:157) *Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk

mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan atau untuk mengetahui jumlah rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan uang.

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012: 200) *Debt to equity ratio* adalah rasio yang mengukur sejauh mana besarnya utang dapat ditutupi oleh modal sendiri.. Rasio ini menunjukkan komposisi atau struktur modal dari total utang terhadap total modal yang dimiliki perusahaan.

Ang (2010) berpendapat bahwa semakin tinggi *debt to equity ratio* menunjukkan komposisi total utang (jangka pendek dan jangka panjang) semakin besar dibanding dengan total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditor).

Menurut Sudana (2011) bahwa penggunaan utang yang semakin besar dibandingkan dengan modal sendiri akan berdampak penurunan nilai perusahaan. Hal ini serupa pernyataan Devi dan Sudjani (2012) bahwa DER yang tinggi cenderung menurunkan harga saham perusahaan. Perusahaan dengan *debt to equity* rendah akan mempunyai risiko kerugian lebih kecil ketika keadaan ekonomi merosot, namun ketika kondisi ekonomi membaik, kesempatan memperoleh laba rendah. Sebaliknya perusahaan dengan rasio leverage tinggi, berisiko menanggung kerugian yang besar ketika keadaan ekonomi merosot, tetapi mempunyai kesempatan memperoleh laba besar saat kondisi ekonomi membaik.

2.1.4 Likuiditas

2.1.4.1 Pengertian Rasio likuiditas

Likuiditas mencerminkan ketersediaan sumber daya (kemampuan) perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang jatuh tempo secara tepat waktu. Likuiditas suatu perusahaan sering ditunjukkan oleh rasio lancar yaitu membagi aktiva lancar dengan kewajiban lancar.

Menurut Arief dan Edi (2016:57) rasio likuiditas adalah:

“Rasio likuiditas adalah rasio yang bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.”

Menurut Kasmir (2016:128), rasio likuiditas adalah:

“Rasio likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar utang-utang jangka pendeknya yang jatuh tempo atau rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban pada saat ditagih.”

Maka dari itu, rasio likuiditas dapat memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang dimilikinya. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat waktu dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan *likuid*, dan perusahaan dikatakan mampu memenuhi kewajiban keuangan tepat pada waktunya apabila perusahaan tersebut mempunyai alat pembayaran atau asset lancar yang lebih besar daripada hutang lancarnya atau hutang jangka pendek. Sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memenuhi kewajiban keuangannya pada saat jatuh tempo, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan *illikuid*.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Likuiditas

Perhitungan rasio likuiditas memberikan cukup banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pihak yang paling berkepentingan adalah pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan guna menilai kemampuan perusahaan. Selain itu, adapula tujuan dari perhitungan rasio likuiditas.

Tujuan dan manfaat rasio likuiditas menurut Kasmir (2016:132), adalah:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya, jumlah kewajiban yang berumur dibawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aktiva lancar dikurangi sediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah persediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. Sebagai alat perencanaan kedepan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan hutang.
7. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
8. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.
9. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.

2.1.4.3 Pengukuran Rasio Likuiditas

Kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban keuangan yang bersifat jangka pendek dapat diketahui dengan membandingkan jumlah aktiva lancar (*current asset*) dengan hutang lancar (*current liabilities*), perbandingan antara aktiva lancar dan hutang lancar biasanya disebut rasio lancar (*current ratio*).

Adapun jenis-jenis rasio likuiditas yang dikemukakan oleh Kasmir (2016:134) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kemampuannya yaitu:

1. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Menurut Kasmir (2016:134) “Rasio lancar merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan.”

Dalam praktiknya seringkali digunakan bahwa rasio lancar dengan standar 200% (2:1) yang terkadang sudah dianggap sebagai ukuran yang cukup baik atau memuaskan bagi suatu perusahaan. Dengan kata lain, seberapa banyak asset lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo.

Perhitungan rasio lancar dilakukan dengan cara membandingkan antara total asset lancar dengan total utang lancar. Rumus untuk mencari rasio lancar atau *current ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio/ Rasio Lancar} = \frac{\text{Asset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Dari hasil pengukuran rasio, apabila rasio lancar rendah, dapat diartikan bahwa perusahaan kekurangan modal untuk membayar utang. Namun, apabila hasil rasio tinggi, belum tentu perusahaan dalam kondisi baik. Bisa saja hal ini terjadi karena kas tidak digunakan dengan sebaik mungkin.

2. Rasio Cepat (Quick ratio)

Rasio Cepat rasio sangat lancar atau *acid test ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*). Artinya, nilai sediaan kita abaikan, dengan cara dikurangi dari nilai total aktiva lancar. Hal ini dilakukan karena sediaan dianggap memerlukan waktu relatif lebih lama untuk diuangkan, apabila perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar kewajibannya dibandingkan dengan aktiva lancar lainnya. Rasio cepat dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{\text{Aktiva lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

3. Rasio Kas (*Cash Ratio*),

Rasio kas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas seperti

rekening giro atau tabungan yang ada di bank (yang dapat ditarik setiap saat menggunakan kartu ATM). Dapat dikatakan rasio ini menunjukkan kemampuan sesungguhnya bagi perusahaan untuk membayar utang-utang jangka pendeknya. Rasio kas dapat diukur dengan rumus:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{Kas atau Setara Kas}}{\text{Utang Lancar}}$$

2.1.4.4 *Current Ratio*

Pemilihan *current ratio* sebagai indikator dalam menentukan tingkat rasio likuiditas karena *current ratio* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. Bagi investor sangat penting memperhatikan aset lancar perusahaan karena terdapat akun surat berharga, yang berupa saham dan obligasi yang segera dapat diuangkan atau dijual di bursa efek atau bank.

Menurut Kasmir (2016:134) menyatakan bahwa:

“Rasio lancar atau (*current ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rasio lancar dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan.”

Menurut Sudana (2011:21) adalah

“Current ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang lancar dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. Semakin besar rasio ini berarti semakin likuid perusahaan.”

Menurut Hanafi dan Halim (2009:204) menyatakan bahwa :

“Rasio lancar dihitung dengan membagi aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini menunjukkan besarnya kas yang dimiliki perusahaan ditambah aset-aset yang bisa berubah menjadi kas dalam waktu satu tahun, relatif terhadap besarnya hutang-hutang yang jatuh tempo dalam jangka waktu dekat (tidak lebih dari 1 tahun), pada tanggal tertentu seperti tercantum pada neraca.”

Menurut Subramanyam (2010:243), alasan digunakannya rasio lancar (*current ratio*) secara luas sebagai ukuran likuiditas mencakup kemampuannya untuk mengukur:

1. Kemampuan memenuhi kewajiban lancar. Semakin tinggi jumlah (kelipatan) aset lancar terhadap kewajiban lancar, maka semakin rendah keyakinan bahwa kewajiban lancar tersebut akan dibayar.
2. Penyangga kerugian. Semakin besar penyangga, maka semakin kecil risikonya. Rasio lancar menunjukkan tingkat keamanan yang tersedia untuk menutup penurunan nilai aset lancar non-kas pada saat aset tersebut dilepas atau dilikuidasi.
3. Cadangan dana lancar. Rasio lancar merupakan ukuran tingkat keamanan terhadap ketidakpastian dan kejutan seperti pemogokan dan kerugian luar biasa, dapat membahayakan arus kas secara sementara dan tidak terduga.

Current ratio (CR) didapatkan dengan membandingkan nilai aset lancar dengan liabilitas lancar perusahaan. Menurut Alwi dan Sutrisno (2013) *current Ratio* mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi aktiva lancar perusahaan dengan hutang lancarnya. Semakin tinggi *current ratio* berarti semakin besar kemampuan perusahaan dalam membayar hutangnya. *Current ratio* yang tinggi menunjukkan likuiditas suatu perusahaan tersebut tinggi. *Current ratio* yang tinggi dapat disebabkan oleh adanya piutang yang tidak tertagih dan persediaan yang belum terjual, yang tentunya tidak dapat digunakan secara cepat untuk membayar hutang lancarnya. Perusahaan dengan posisi tersebut seringkali

tidak terganggu likuiditasnya, sehingga investor lebih menyukai untuk menginvestasikan modalnya melalui pembelian saham perusahaan dengan nilai aktiva lancar yang tinggi. Jadi *current ratio* berpengaruh positif dengan harga saham.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut Riyatno (2008: 313) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva. Sedangkan menurut Malleret (2008: 233) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai seperangkat kebijaksanaan yang ditetapkan dengan baik yang harus dilaksanakan oleh perusahaan yang bersaing secara global.

Menurut Hartono (2015:282) ukuran perusahaan merupakan:

“Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma total aktiva”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan dengan klasifikasi tertentu serta berperan sebagai suatu variable konteks yang mengukur tuntutan pelayanan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Umumnya perusahaan besar memiliki total aktiva yang besar pula dan sebaliknya apabila perusahaan kecil umumnya memiliki total aktiva yang relatif kecil.

2.1.5.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 (satu) adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara

atau swasta, usaha patungan, usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 adalah:

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Asset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta-500 juta	>300 juta-2,5 Miliar
Usaha Menengah	>10 juta-10 Miliar	2,5 Miliar-50 Miliar
Usaha Besar	>10 Miliar	>50 Miliar

2.1.5.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Indikator yang digunakan dalam melihat ukuran perusahaan, Prasetyantoko (2008: 257) mengemukakan bahwa aset total menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut semakin besar.

Menurut Hartono Jogiyanto (2015:281) menyatakan bahwa ukuran aset digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan Logaritma natural (Ln) dari total asset yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan (Size)} = \text{Ln Total Asset}$$

Total asset dipilih sebagai proksi ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan (Sudarmaji, 2007). Selain itu tahap kedewasaan perusahaan ditentukan berdasarkan total aktivanya, jika total aktiva semakin besar maka akan menunjukkan perusahaan memiliki prospek baik dalam jangka waktu yang relatif panjang. Hal ini juga menggambarkan perusahaan lebih stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aktiva yang kecil. (Gusti, 2014).

Nilai total aset biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya. Pemanfaatan aset dan sumber lain dalam kegiatan perusahaan memiliki kebutuhan dana yang besar, dan salah satu alternative dana yang tersedia adalah dengan pendanaan eksternal. Pendanaan eksternal dapat diperoleh dengan penerbitan obligasi, saham, maupun hutang. Sehingga, dalam rangka pemenuhan pendanaan eksternal tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kinerja dalam menjalankan perusahaan.

Menurut Restuwulan (2013), ukuran perusahaan yang sering digunakan untuk menentukan tingkat suatu perusahaan adalah:

1. Tenaga Kerja
Merupakan jumlah pegawai tetap dan kontraktor yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.
2. Tingkat Penjualan
Merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu misalnya satu tahun.
3. Tingkat Hutang Ditambah dengan Nilai Pasar Saham Biasa
Merupakan jumlah hutang dan nilai pasar saham biasa perusahaan pada suatu perusahaan atau tanggal tertentu.

4. Total Aset

Merupakan keseluruhan aktiva yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

2.1.6 Internet Financial Reporting (IFR)

Internet financial reporting adalah suatu mekanisme pengungkapan laporan keuangan perusahaan melalui internet atau melalui situs *website* yang dimiliki oleh perusahaan yang bersangkutan. IFR mengacu pada pemakaian situs *website* perusahaan untuk menyebar luaskan informasi yang terkait dengan kinerja keuangan perusahaan (Handayani dan Almilia, 2013).

Pengungkapan melalui *website* ini dimaksudkan agar informasi dapat tersedia bagi siapapun, dimanapun, dan kapanpun. IFR disebut sebagai pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), hal ini bukan dilihat dari isinya, tetapi dari media atau alat yang digunakan (Manullang et al. 2014). Keuntungan penerapan IFR menurut Almilia (2009) antara lain adalah, pertama penggunaan internet sebagai media penyampaian laporan keuangan merupakan suatu penghematan bagi perusahaan karena tidak perlu lagi mencetak laporan keuangan menggunakan kertas. Proses pendistribusian laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan juga lebih efisien dan *real-time*, karena pihak yang ingin melihat laporan keuangan perusahaan dapat langsung memperolehnya melalui internet. Kedua, kemudahan dalam mengakses informasi terkini, yang mana setiap investor dapat mengakses informasi laporan keuangan dengan cepat dan mudah dimanapun dan kapanpun mereka mau. Ketiga menyediakan media komunikasi dua arah antara manajemen perusahaan dan pengunjung *website*. Beberapa perusahaan

bahkan telah mengizinkan pengunjung *website* mereka untuk mendaftar sebagai anggota agar dapat dikirim email tentang berita-berita mengenai hal-hal terbaru tentang perusahaan.

Ashbaugh *et al.* (1999) mengungkapkan elemen penting IFR adalah derajat atau kuantitas pengungkapan. Semakin tinggi tingkat pengungkapan informasi dan transparansi sebuah perusahaan, semakin besar dampak dari pengungkapan tersebut terhadap keputusan investor. IFR juga memiliki kelemahan, yaitu informasi yang diungkap mungkin kurang akurat apabila perusahaan hanya mengutamakan kecepatan dalam menyampaikan laporan keuangan daripada keakuratannya. Selain itu, perusahaan kompetitor akan lebih mudah mengetahui informasi laporan keuangan perusahaan, sehingga sangat berisiko dalam perebutan pangsa pasar (Damayanti dan Supatmi, 2012).

Menurut Yurano dan Harahap (2014), format yang umumnya digunakan oleh perusahaan untuk mempublikasikan informasi keuangan di website adalah PDF, HTML, XBRL, audio atau video.

2.1.6.1 Pengukur Internet Financial Reporting

Pengukuran IFR didasarkan pada IFR *Index* yang dikembangkan oleh Cheng *et al.* (2000) dalam Luciana & Sasongko (2009), berdasarkan 4 kriteria yang terdiri atas *content*, ketepatan waktu, penggunaan teknologi, dan dukungan pengguna. IFR Index diukur menggunakan skala *dummy* yang dibuat dalam bentuk *checklist*. Skor 1 diberikan untuk jawaban ya, skor 0 diberikan untuk

jawaban tidak. Rincian dari masing-masing kriteria akan dijabarkan sebagai berikut:

1. *Content* memiliki kriteria penilaian sebesar 40%. Komponen dari *content* terdiri atas data historis laporan keuangan, informasi keuangan lainnya, bahasa, dan informasi keuangan. Informasi keuangan mencakup laporan posisi keuangan, laporan kinerja keuangan, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, catatan atas laporan keuangan, pengungkapan laporan triwulan, *financial highlight*, laporan pimpinan, laporan auditor, informasi pemegang saham, informasi perusahaan, dan juga tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan data historis laporan keuangan perusahaan memiliki skala penilaian mulai dari 0 sampai 3 dengan *multiplier* sebesar 0,5. Sebagai contoh, jika informasi keuangan diungkapkan dengan format pdf, maka akan diberi *multiplier* skor sebesar 1 poin. Pengungkapan menggunakan format HTML akan mendapat *multiplier* skor sebesar 2 poin.
2. Ketepatan waktu memiliki kriteria penilaian sebesar 20%. Komponen ketepatan waktu terdiri atas siaran pers, hasil triwulan terbaru yang belum diaudit, harga saham, dan pernyataan visi perusahaan.
3. Penggunaan teknologi memiliki kriteria penilaian sebesar 20% . Penggunaan teknologi terdiri atas download *plug-in*, online *feedback*, slide presentasi, teknologi multimedia, alat analisis, fitur canggih (XBRL).
4. Dukungan pengguna memiliki kriteria penilaian sebesar 20%. Komponen dukungan pengguna terdiri atas Help & FAQ, *link* ke halaman utama, *link* ke atas, situs peta, situs pencari, konsistensi desain halaman.

2.1.6.2 Regulasi Terkait Internet Financial Reporting

Sehubungan dengan penggunaan media internet di Indonesia, terdapat beberapa ketentuan dan peraturan yang berlaku di Indonesia dalam mendukung penggunaan ini yaitu:

1. Keputusan Ketua BAPEPAM-LK No. 86 Tanggal 24 Januari Tahun 1996 mengenai keterbukaan informasi yang harus segera diumumkan kepada publik.
2. Pasal 1 angka 2 Undang-undang No. 8 Tahun 1997 Tentang Dokumen Perusahaan.
3. Strategi Pengembangan Umum Cetak Biru Pasar Modal Indonesia 2000-2004.
4. Peraturan No. I-E sebagaimana terlampir dalam Keputusan Direksi PT Bursa Efek Jakarta No. Kep-306/BEJ/07-2004 tertanggal 19 Juli 2004 tentang Kewajiban Penyampaian Informasi.
5. Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) Nomor Kep-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik.

2.1.7 Saham

2.1.7.1 Pengertian Saham

Menurut PSAK No. 42, saham/efek adalah surat berharga, yaitu surat pengakuan hutang, surat berharga komersial, obligasi, tanda bukti utang, dan unit penyertaan kontrak investasi kolektif.

Sedangkan Darmadji dan Fakhruddin (2012:5) menyatakan bahwa pengertian saham adalah sebagai berikut:

“Saham adalah tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Wujud saham adalah selembaran kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan di perusahaan tersebut”.

2.1.7.2 Jenis Saham

Dalam pasar modal ada dua jenis saham yang paling dikenal oleh publik yaitu saham biasa (*common stock*) dan saham istimewa (*preference stock*). Irham Fahmi (2013:81) menyatakan bahwa saham biasa adalah surat berharga yang dijual oleh suatu perusahaan yang menjelaskan nilai nominal (rupiah, dolar, yen, dan sebagainya) dimana pemegangnya diberi hak untuk mengikuti RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) dan RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) serta berhak untuk menentukan membeli *right issue* (penjualan saham terbatas) atau tidak, yang selanjutnya di akhir tahun akan memperoleh keuntungan dalam bentuk dividen. Sedangkan saham istimewa (*preference stock*) adalah suatu surat berharga yang dijual oleh suatu perusahaan yang menjelaskan nilai nominal (rupiah, dolar, yen dan sebagainya) dimana pemegang akan memperoleh pendapatan tetap dalam bentuk deviden yang akan diterima setiap kuartal.

2.1.7.3 Pengertian Harga Saham

Menurut Jogiyanto H.M (2015: 8) harga saham adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang akan ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal.

Menurut Agus Sartono (2010: 9), harga saham terbentuk di pasar modal dan ditentukan oleh beberapa faktor seperti laba per lembar saham, rasio laba terhadap harga saham per lembar saham, tingkat bunga bebas risiko yang diukur dari tingkat bunga deposito pemerintah dan tingkat kepastian operasi perusahaan.

Sedangkan menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012: 102) harga saham adalah harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu. Harga saham bisa berubah naik ataupun turun dalam hitungan waktu yang begitu cepat. Harga saham dapat berubah dalam hitungan menit bahkan dapat berubah dalam hitungan detik. Hal tersebut dimungkinkan karena tergantung dengan permintaan dan penawaran antara pembeli saham dengan penjual saham.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa harga saham akan terbentuk dari adanya transaksi yang terjadi di pasar modal ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan dengan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Harga saham yang terjadi di pasar, *judgment* ditentukan oleh kesepakatan antara pembeli dan penjual. Sebelum bertemu masing-masing telah menetapkan harga yang pantas untuk sebuah saham berdasarkan analisis dan

evaluasi terhadap kondisi dan prospek emiten, kemudian melakukan transaksi sampai tingkat harga yang disepakati kedua belah pihak. (Usman,2010).

2.1.7.4 Tingkat Harga Saham

Tingkat harga saham yang dimaksud pada penelitian ini adalah perubahan harga saham suatu perusahaan yang disebabkan oleh beberapa faktor. Perubahan harga saham yang terjadi di pasar juga merupakan sinyal adanya informasi terbaru yang masuk ke pasar. Informasi tersebut bisa berupa pengumuman emiten terhadap suatu peristiwa, seperti pembagian laba, pembagian dividen, merger, dan pengungkapan informasi strategi yang dapat menjelaskan posisi terakhir keuangan perusahaan.

Menurut Jogianto (2010) perubahan harga saham merupakan kenaikan penurunan dari harga saham sebagai akibat dari adanya informasi baru yang mempunyai harga saham kemudian dibandingkan dengan harga saham tahun lalu.

2.1.7.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Menurut Jogiyanto (2010:282) perubahan harga saham sebagai berikut:

“Perubahan harga saham merupakan kenaikan penurunan dari harga saham sebagai akibat dari adanya informasi baru mengenai harga saham kemudian dibandingkan dengan harga saham tahun lalu”.

Oleh karena itu, investor harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari pihak internal maupun pihak eksternal.

a. Faktor Internal

- Laba perusahaan
- Pertumbuhan aktiva tahunan
- Likuiditas
- Nilai kekayaan total
- Penjualan

b. Faktor Eksternal

- Kebijakan pemerintah dan dampaknya
- Pergerakan suku bunga
- Fluktuasi nilai tukar mata uang
- Rumor dan sentiment pasar

Menurut Irham Fahmi (2015:87) menjelaskan bahwa ada beberapa kondisi dan situasi yang menentukan suatu saham itu mengalami fluktuasi, yaitu:

1. Kebijakan mikro dan makro ekonomi
2. Kebijakan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi (perluasahn usaha), seperti membuka kantor cabang, kantor cabang pembantu baik yang dibuka di domestic maupun luar negeri.
3. Pergantian direksi secara tiba-tiba.
4. Adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan.
5. Kinerja perusahaan yang terus mengalami penurunan dalam waktunya.
6. Resiko sistematis, yaitu suatu bentuk resiko yang terjadi secara menyeluruh dan telah ikut menyebabkan perusahaan ikut terlibat.
7. Efek dari psikologi pasar yang ternyata mampu menekan kondisi tenikal jual beli saham.

2.1.7.6 Penilaian Harga Saham

Menurut Jogiyanto (2015:282) terdapat dua model dan teknik analisis dalam penilaian harga saham yaitu:

1. Analisis Fundamental

Analisis fundamental bertolak dari anggapan dasar bahwa setiap investor adalah makhluk rasional. Keputusan investasi saham dari seorang investor yang rasional didahulukan oleh suatu proses analisis terhadap variabel yang secara fundamental diperkirakan akan mempengaruhi harga atau efek. Alasan dasarnya jelas yaitu nilai saham mewakili nilai perusahaan, tidak hanya itu intrinsic pada suatu saat, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilainya untuk jangka panjang.

Informasi-informasi fundamental dari perusahaan di antaranya adalah:

- a. Kemampuan manajemen perusahaan
- b. Prospek perusahaan
- c. Prospek pemasaran
- d. Perkembangan teknologi
- e. Kemampuan menghasilkan keuntungan
- f. Manfaat terhadap perekonomian nasional
- g. Kebijakan pemerintah
- h. Hak-hak yang diterima investor

2. Analisis Teknikal

Analisis teknikal menyatakan bahwa investor adalah makhluk yang irasional. Suatu individu yang bergabung kedalam suatu masa, bukan hanya sekedar kehilangan rasionalitasnya, tetapi juga seringkali melebur identitas pribadi kedalam identitas kolektif. Harga saham sebagai komoditas

perdagangan dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran yang merupakan manifestasi dan kondisi psikologis investor.

Menurut David dan Kurniawan (2010:272) bahwa pasar seringkali salah menghargai saham. Kesalahan penetapan harga ini disebabkan oleh emosi manusia yang serba takut dan serakah. Pada tingkat optimis yang tinggi, keserakahan membuat saham melampaui nilai intrinsik sehingga menciptakan harga yang terlalu tinggi. Pada waktu lain, ketakutan menekan harga di bawah nilai intrinsik sehingga menciptakan harga yang terlalu rendah.

Untuk mempermudah mengetahui harga saham dilakukan penilaian atas harga saham, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa saham yang diketahui secara umum ada saham biasa (*common stock*) dan saham istimewa (*preferred stock*) dalam David dan Kurniawan (2010:272) penilaian atas harga saham adalah sebagai berikut:

1. Saham Istimewa, saham ini memberikan deviden dengan jumlah tetap yang berarti merupakan suatu *annuity* dikarenakan saham tidak memiliki tanggal jatuh tempo, maka *annuity* tersebut memiliki waktu yang tak terhingga. Nilai atau harga saham merupakan *present value* dari seluruh deviden yang diterima.

$$Vps = Dps/Kps$$

Dimana:

Vps = Nilai saham preferen

Dps = Deviden saham preferen

Kps = Tingkat keuntungan yang di syaratkan pada saham preferen

2. Saham Biasa, penilaian untuk saham biasa agak sulit dibandingkan dengan saham preferen dikarenakan besarnya deviden tidak pasti dan tidak ditetapkan jumlahnya. Pembagian deviden tidak wajib walaupun pada tahun tersebut perusahaan memperoleh laba.

Jika investor yang membeli suatu saham biasa bermaksud untuk menyimpan saham tersebut sampai waktu tak terhingga, maka harga atau nilai saham tersebut dapat dihitung sebagai berikut:

$$P_0 = \frac{D_1}{(1 + K_s)^1} + \frac{D_2}{(1 + K_s)^2} \dots + \frac{D}{(1 + K_s)^\infty}$$

Di mana:

P_0 = Harga saham yang diharapkan

D_1 = Deviden periode t

K_s = tingkat keuntungan yang di syaratkan investor pada saham

Untuk menganalisis kinerja perusahaan dapat digunakan rasio keuangan yang terbagi dalam lima kelompok, yaitu rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio pasar. Dengan analisis tersebut, para analis mencoba memperkirakan *return* saham di masa yang akan datang dengan mengestimasi nilai dari faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi harga saham di masa yang akan datang dan menerapkan hubungan faktor-faktor tersebut sehingga diperoleh taksiran *return* saham. Apabila harga saham sekarang (P_t) lebih tinggi dari harga saham periode lalu (P_{t-1}) maka terjadi keuntungan modal (*capital gain*), dan sebaliknya apabila harga saham sekarang (P_t) lebih rendah dari harga saham periode lalu (P_{t-1}) maka terjadi kerugian modal (*capital loss*).

Secara matematis dapat diformulasikan sebagai berikut (Hartono Jogiyanto, 2011:169)

$$Ri = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan :

Ri = Imbal Saham

Pt : Harga Saham Penutupan Periode ke-t

Pt-1 : Harga Saham Penutupan Periode Sebelumnya (t-1).

2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel yang Digunakan	Persamaan dan Perbedaan	Kesimpulan
1	Luciana Spica Almilia (2008)	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela “ <i>Internet Financial Reporting and Sustainability Reporting</i> ”	Dependen: Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Mayoritas Kepemilikan Pihak Luar Independen:	Persamaan : Penggunaan variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan leverage Perbedaan: Adanya variabel	Ukuran Perusahaan, profitabilitas, dan mayoritas kepemilikan mempengaruhi pengungkapan sukarela perusahaan. Sedangkan

			<i>Internet Financial Sustainability Reporting</i> dan	<i>Sustainability Reporting</i> untuk variabel independen	<i>leverage</i> tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela tersebut.
2	Marwati (2016)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Reputasi auditor terhadap Pengungkapan IFR	Dependen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas dan Reputasi Auditor Independen: IFR	Persamaan : IFR sebagai variabel independen dan Likuiditas sebagai variabel dependen Perbedaan: Penggunaan Reputasi Auditor sebagai variabel dependen	Profitabilitas, likuiditas dan reputasi auditor berpengaruh positif signifikan terhadap IFR. Sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh secara signifikan
3	Nova Ninda Jufrida Sinaga (2016)	Kajian Empiris <i>Internet Financial Reporting</i> dan Praktek Pengungkapan pada perusahaan sektor properti, <i>real estate</i> dan konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI	Dependen : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> Independen: IFR	Persamaan: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> sebagai variabel dependen. Dan IFR untuk variabel independen	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>Internet Financial Reporting</i> Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> berpengaruh

				Perbedaan: Tidak adanya variabel intervening .	tidak signifikan terhadap <i>IFR</i> .
4	I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi (2017)	Fenomena <i>Internet Financial Reporting</i> Dan Dampaknya Pada Reaksi Pasar	Dependen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Ukuran Perusahaan Independen: <i>IFR</i> Variabel Intervening: Reaksi Pasar	Persamaan: Penggunaan variabel dependen Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Ukuran Perusahaan. Serta <i>IFR</i> sebagai variabel independen Perbedaan: Penggunaan Reaksi Pasar	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>IFR</i> , Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>IFR</i> Kemudian tidak terdapat perbedaan reaksi pasar atas perusahaan yang mengungkapkan dan yang tidak mengungkapkan <i>IFR</i> .

Sumber: hasil data yang telah diolah

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Internet Financial Reporting*

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Menurut Hilim dan Ali (2008) bahwa perusahaan yang mengalami kerugian meminta auditornya untuk menjadwalkan pengauditannya lebih lambat dari yang seharusnya, sehingga penyerahan laporan keuangannya terlambat. Perusahaan akan cenderung menunda penyampaian laporan keuangan apabila perusahaan yakin terdapat berita buruk dalam laporan keuangan tersebut, karena berpengaruh pada kualitas laba. Perusahaan-perusahaan yang profit akan mempunyai dorongan yang lebih kuat untuk menyebarluaskan informasi perusahaan, terutama informasi keuangan. Hal ini bermaksud untuk meningkatkan kepercayaan para investor terhadap perusahaan tersebut.

Penelitian oleh Rozak (2012) bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IFR. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas dapat mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan laporan keuangan di internet. Besarnya tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menimbulkan respon positif dari *stakeholder* terutama investor. Kepercayaan muncul bahwa perusahaan dapat memberikan manfaat lebih sebagai balas jasa atas investasi yang diperoleh perusahaan.

Hal yang sama diungkapkan dalam penelitian oleh Marwati (2016). IFR adalah salah satu sarana yang digunakan untuk menyebarluaskan *goodnews*. Profitabilitas yang tinggi merupakan salah satu indikasi bahwa perusahaan

tersebut memiliki kinerja yang bagus sehingga perusahaan akan melakukan praktek IFR. Sebaliknya, apabila perusahaan yang mempunyai kinerja buruk akan lebih menghindari menggunakan teknik-teknik pengungkapan sukarela, seperti IFR karena mereka berusaha untuk menyembunyikan *badnews* yang ada di dalam perusahaan dan akan lebih memilih untuk membatasi pihak luar dalam mengakses laporan keuangan perusahaan tersebut.

2.3.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Internet Financial Reporting*

Penelitian yang dilakukan Almilia (2008) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap praktek IFR pada perusahaan *go public* di Indonesia. Ini memberikan gambaran bahwa suatu perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan tinggi berarti memiliki banyak hutang pada pihak luar. Ini berarti perusahaan tersebut memiliki risiko keuangan yang tinggi karena mengalami kesulitan keuangan (*financial distress*) akibat hutang yang tinggi.

Penelitian oleh I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi (2017), *leverage* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa mampu suatu perusahaan bergantung pada kreditor dalam membiayai aset perusahaan. Para investor menginginkan nilai *leverage* yang rendah karena sebagaimana dijelaskan dalam teori agensi, *leverage* yang rendah berarti kekayaan perusahaan yang ditransfer kepada investor akan semakin besar. Perusahaan dengan nilai *leverage* yang rendah akan lebih memilih praktek IFR. Kaitannya dengan teori sinyal yakni perusahaan ingin menunjukkan kepada stakeholders bahwa perusahaan dapat memberikan transfer kekayaan yang besar pada investor.

Hasil berbeda ditunjukkan oleh Reskino dan Nova (2016), bahwa tingkat *leverage* tidak menjadi faktor penentu perusahaan dalam menerapkan praktek IFR. Tinggi atau rendahnya *leverage* suatu perusahaan bukan menjadi halangan untuk perusahaan melakukan pelaporan keuangan melalui internet. Dengan melakukan praktek IFR akan menambah kepercayaan investor dan kreditor karena telah transparan dan jujur dalam melaporkan informasi keuangan perusahaan melalui *website* mereka.

2.3.3 Pengaruh Likuiditas Terhadap *Internet Financial Reporting*

Likuiditas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk melunasi utang jangka pendeknya maka semakin likuid perusahaan tersebut. Tingkat likuiditas perusahaan akan mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan investasi. Investor tidak akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang kurang likuid karena mereka akan beranggapan bahwa perusahaan yang kurang likuid memiliki kecenderungan akan mengalami suatu kebangkrutan. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang tinggi dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hal ini merupakan berita baik (*good news*) sehingga perusahaan dengan kondisi seperti ini cenderung untuk mengungkapkan IFR. Penelitian yang dilakukan Oyelere et al (2003) pada perusahaan-perusahaan di Australia menemukan bahwa likuiditas mempengaruhi praktek IFR di Selandia Baru secara signifikan.

Likuiditas merupakan tingkat kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek. Keadaan yang kurang/tidak likuid kemungkinan akan menyebabkan perusahaan tidak dapat melunasi utang jangka pendek pada tanggal jatuh temponya. Hanny dan Chariri (2007) berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan berhubungan dengan pelaporan keuangan selengkap mungkin. Perhatian para regulator dan investor terhadap status *going concern* perusahaan akan memotivasi perusahaan dengan likuiditas tinggi untuk melakukan IFR agar informasi mengenai tingginya likuiditas perusahaan diketahui banyak pihak.

2.3.4 Ukuran Perusahaan Terhadap *Internet Financial Reporting*

Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat. Perusahaan yang lebih besar lebih banyak disorot oleh masyarakat dibandingkan perusahaan kecil. Teori agensi menjelaskan hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan informasi Agustina (2008), yakni dimana perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan mengeluarkan *agency cost* yang lebih besar pula. *Agency cost* tersebut meliputi biaya penyebarluasan laporan keuangan seperti biaya cetak dan biaya pengiriman kepada stakeholders. Dengan demikian, perusahaan besar akan lebih memilih

untuk mengungkapkan laporan keuangan mereka melalui IFR karena hal tersebut dapat menekan *agency cost* perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Ratna (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan IFR. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Oyelere et al (2003). Penelitian tersebut dilakukan pada perusahaan yang listing di Bursa Efek Selandia Baru. Didukung dengan penelitian Reskino dan Nova (2016), menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat mendorong perusahaan dalam membuat IFR. Artinya praktek IFR dilakukan oleh perusahaan besar, semakin besar perusahaan tersebut semakin banyak informasi yang dapat dibagikan dan diakses melalui internet. Untuk variabel profitabilitas, leverage dan likuiditas berpengaruh tidak signifikan dengan kesimpulan bahwa praktek IFR dilakukan oleh perusahaan yang memiliki tingkat rasio keuangan yang tinggi maupun yang rendah. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor properti, *real estate* dan konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI.

2.3.5 Pengaruh *Internet Financial Reporting* Terhadap Harga Saham

Tingkat pengungkapan informasi yang tinggi oleh perusahaan, khususnya atas penerapan *Internet Financial Reporting* ini, akan semakin menarik minat investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Terkait dengan Teori Sinyal, perusahaan melakukan pengungkapan informasi melalui internet untuk mengurangi adanya asimetri informasi. Semakin rendahnya asimetri informasi membuat kepercayaan investor semakin tinggi. Meningkatnya

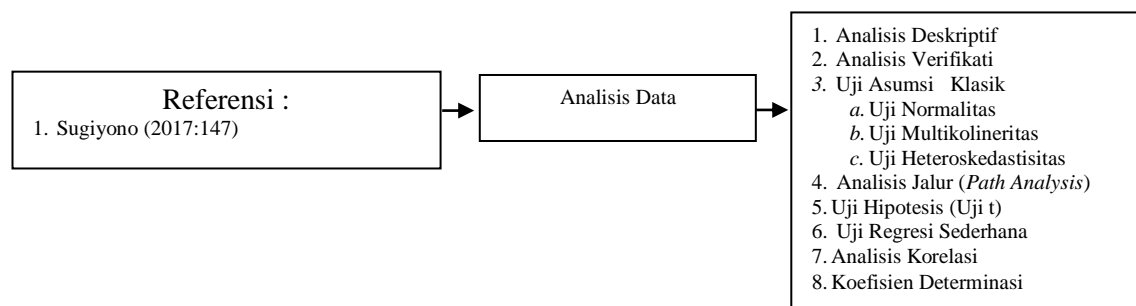
kepercayaan investor tersebut akan menyebabkan permintaan saham semakin tinggi sehingga harga saham pun akan semakin tinggi. Sesuai dengan teori pasar efisien, bahwa harga semua sekuritas yang diperdagangkan merupakan cerminan dari informasi yang disediakan di pasar.

Penelitian yang mengkaitkan *Internet Financial Reporting* dengan harga saham telah dilakukan oleh Lai *et al.* (2010) yang menemukan bahwa perusahaan yang menerapkan IFR cenderung mempunyai abnormal *return* yang besar dan harga saham bergerak lebih cepat. Hasil penelitian didukung oleh Eka Ratna (2014) menunjukkan adanya pengaruh pengungkapan IFR terhadap perubahan harga saham perusahaan. Berdasarkan signaling theory, pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Semakin banyak informasi yang diungkapkan di internet maka hal tersebut akan mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pihak eksternal yang pada akhirnya akan membuat kepercayaan investor meningkat untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Menurut Tamara Shifa Anjelica (2016) perusahaan yang dapat mendistribusikan informasi dengan cepat melalui IFR, maka investor dapat lebih cepat mengetahui segala informasi yang ada di perusahaan. Hal tersebut menyebabkan investor dapat segera bereaksi terhadap semua informasi yang tersedia, dengan keputusan seperti membeli, menjual, atau menahan saham dapat mempengaruhi harga saham.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran





2.4 Hipotesis Penelitian

Pengertian hipotesis menurut Sugiyono (2014:64) adalah:

“...jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan semnatar, karena jawaban yang diberikan bari didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengungkapan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik”.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Internet Financial Reporting*.

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Internet Financial Reporting*.

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Internet Financial Reporting*.

Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Internet Financial Reporting*.

Hipotesis 5 : Terdapat pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Internet Financial Reporting*.

Hipotesis 6 : Terdapat pengaruh Pengungkapan *Internet Financial Reporting* terhadap Harga Saham.

