

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi di era ini sangat menunjang aktifitas manusia baik dalam memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan masyarakat luas pada umumnya, bahkan perannya tanpa disadari sudah sangat melekat dan sulit dilepaskan dari urat nadi kehidupan manusia, termasuk dalam hal ini adalah kepentingan bisnis. Menurut Almilia (2009) era digital menuntut perusahaan sebagai pelaku bisnis agar mampu mempertahankan eksistensinya dengan mengimplementasikan teknologi ke dalam sendi-sendi perusahaannya. Teknologi menunjang internet menjadi alternatif yang memadai untuk mengkomunikasikan kepentingan bisnis bagi para penggunanya, dalam hal ini terkait dengan pelaporan informasi keuangannya, atau biasa disebut *Internet Financial Reporting* (IFR).

Tabel 1.1.

Praktik IFR di Empat Sektor Perusahaan di Indonesia

Perusahaan	Total Perusahaan	Perusahaan dengan IFR	Persentase	Indeks IFR
Pertambangan	20	12	60,00%	64,00%
Manufaktur	43	41	95,35%	66,00%
Perbankan	43	20	46,51%	49,50%
Properti	37	14	37,84%	72,00%

Sumber : Manullang dkk (2014), Maharani (2017), Trijayanti (2012), dan Nuarisa (2017)

Alam dan Rashid (2014) menyebutkan bahwa saat ini IFR, yang dalam penelitian ini didefinisikan sebagai ringkasan informasi pelaporan keuangan, meliputi informasi keuangan, kinerja, peluang dan risiko perusahaan, serta informasi lain yang relevan yang disajikan pada halaman web perusahaan, sudah diterima sebagai alat untuk mengkomunikasikan informasi perusahaan dengan para penggunanya. Realita yang terjadi adalah bahwa belum semua perusahaan melakukan IFR ini sebagai upaya untuk menyampaikan informasi keuangannya kepada publik, dan perusahaan yang menyajikannyapun, masih banyak yang memiliki level pengungkapan informasi yang rendah. Sebagaimana bisa dilihat pada tabel 1 yang didapat dari penelitian Manullang dkk (2014), Maharani (2017), Trijayanti (2012), dan Nuarisa (2017), walaupun 95% dari seluruh perusahaan manufaktur telah memiliki IFR, namun pada perusahaan di sektor perbankan dan properti persentase perusahaan dengan IFR bahkan tidak sampai dari 50%. Selain itu, dari segi indeks pengungkapannya pun masih berada pada rasio yang kurang memuaskan, yaitu masih berkisar antara 49,50% hingga 66%. Padahal IFR dalam perannya telah menunjukkan kemampuannya dalam melampaui keterbatasan, utamanya dalam hal perbedaan wilayah serta meningkatkan frekuensi pelaporan informasi keuangan kepada publik terkait dengan kebutuhan informasi yang memerlukan *update* dan informasi *realtime* (Almilia, 2008).

Alasan lain pentingnya penerapan IFR ini juga ada pada An-Nisa ayat 58 yang bunyinya :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (٥٨)

Dimana arti dari surah ini adalah : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.” Melalui surat tersebut, Allah SWT telah memerintahkan kepada umatnya untuk menyampaikan amanat, dalam hal ini diartikan informasi keuangan melalui internet, kepada yang berhak menerima, yaitu adalah para pemegang kepentingan (*stakeholder*).

Walaupun perusahaan telah menerapkan IFR dalam upaya membagikan informasi mengenai keuangannya, untuk mengetahui apakah IFR yang dilakukan telah memenuhi kebutuhan pengguna, penting untuk mengetahui persepsi pengguna terhadap informasi keuangan yang disajikan tersebut. Di era ini, perusahaan perlu mengeksplorasi sisi eksternal perusahaan, dalam hal ini adalah persepsi pengguna yang bisa saja merupakan akademisi, investor, bahkan investor potensial. Tindakan tersebut memungkinkan untuk menjadi sesuatu yang menguntungkan perusahaan, baik secara finansial maupun non finansial. Dengan mengetahui pandangan pengguna dari perspektifnya, perusahaan dapat

dengan mudah menyesuaikan kebutuhan dan kecenderungan pengguna dalam mengambil keputusan.

Sayangnya, masih belum banyak penelitian mengenai persepsi pengguna terhadap kegunaan, kualitas, dan kemudahan penggunaan IFR. Beberapa penelitian terdahulu mengenai persepsi pengguna terhadap IFR pun masih terbatas pada penelitian yang dilakukan di luar Indonesia seperti penelitian yang dilakukan oleh Joshi dan Al-Modhahki (2003) di Kuwait, Al-Htaybat dkk (2011) di Jordania serta Khan dan Lee (2012) di Malaysia. Sementara kebanyakan penelitian lain mengenai IFR lebih berfokus pada determinan atau faktor-faktor penentu dilakukannya praktik IFR. Masalah terjadi ketika terjadi dialog asimetris (*asymetrical dialogue*) dimana informasi yang terdapat pada IFR yang disiapkan tidak memenuhi kebutuhan pengguna dan perusahaan penyebar informasi (Gowthorpe, 2004). Karena itulah peneliti merasa penelitian terhadap kegunaan, kualitas, dan kemudahan penggunaan IFR perlu untuk dilakukan di Indonesia sebagaimana diketahui adanya keterbatasan generalisasi, atau bisa dikatakan bahwa perbedaan tempat bisa saja memberikan hasil yang berbeda, terlebih adanya kemungkinan perbedaan karakteristik masyarakatnya.

Kegunaan, menurut Davis (1986) adalah persepsi subjektif seorang pengguna mereka percaya bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dengan kata lain, semakin seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya, semakin tinggi niat atau intensi seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan

dan Lee (2014) yang menemukan bahwa persepsi pengguna akan kegunaan IFR mempengaruhi niat mereka untuk menggunakannya.

DeLone dan McLean (1992) menyatakan bahwa kualitas adalah karakteristik yang diinginkan dari output suatu sistem, misalnya relevansi, pemahaman, akurasi, kelengkapan, ketepatan waktu, dan kebergunaan. Kualitas sistem informasi merupakan hal yang penting dalam menunjukkan sikap, kepuasan dan niat untuk menggunakan IFR, dimana semakin berkualitas IFR suatu perusahaan, semakin besar pula niat pengguna untuk menggunakan IFR tersebut. Seperti kegunaan, Khan dan Lee (2014) juga menemukan bahwa persepsi pengguna akan kualitas IFR mempengaruhi niat mereka untuk menggunakannya.

Kemudahan penggunaan berhubungan dengan tampilan dan cara mengakses suatu sistem. Menurut Iqbaria (2000) persepsi kemudahan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi, yaitu antara lain penelitian yang dilakukan Al-Somali dkk (2009) dan Nasri dan Charfeddine (2012).

Penelitian ini adalah merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Khan dan Lee (2014). Khan dan Lee (2014), pada penelitiannya di Malaysia mengeksplorasi persepsi pengguna mengenai praktik pelaporan keuangan Internet di Malaysia dari segi kegunaan dan kualitas kemudian menguji

pengaruh persepsi pengguna tersebut terhadap intensi mereka untuk menggunakan IFR sebagai salah satu instrumen pembantu pengambilan keputusan. Karenanya, pada penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian atas persepsi pengguna mengenai IFR dari segi kegunaan dan kualitas, serta menambahkan satu variabel lain yaitu persepsi pengguna mengenai kemudahan penggunaan IFR, kemudian menguji pengaruh ketiganya terhadap intensi pengguna dalam menggunakan IFR untuk pembuatan keputusan investasi.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh persepsi pengguna atas kegunaan IFR terhadap intensi penggunaan IFR dalam pembuatan keputusan investasi?
2. Bagaimanakah pengaruh persepsi pengguna atas kualitas IFR terhadap intensi penggunaan IFR dalam pembuatan keputusan investasi?
3. Bagaimanakah pengaruh persepsi pengguna atas kemudahan penggunaan IFR terhadap penggunaan IFR dalam pembuatan keputusan investasi?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menyelidiki bagaimana pengaruh persepsi pengguna IFR, yang dalam penelitian ini adalah investor, atas kegunaan, kualitas dan kemudahan penggunaan IFR terhadap intensi pengguna dalam menggunakan IFR untuk pembuatan keputusan investasi, melalui studi di Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan bukti empiris mengenai persepsi kegunaan, kualitas dan kemudahan penggunaan IFR yang dirasakan oleh investor sebagai salah satu pengguna IFR dan pengaruhnya terhadap intensi mereka untuk menggunakan IFR untuk pengambilan keputusan investasi. Dimana hal ini diharapkan dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk mengukur keberhasilan IFR sebagai sebuah sistem pelaporan modern. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan menambah wawasan bagi akademisi dan memberikan manfaat berupa informasi dan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama penelitian yang berkaitan dengan pelaporan keuangan melalui internet. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian, terutama penelitian yang berkaitan dengan pelaporan keuangan melalui internet.

2. Manfaat praktis.

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam proses penerapan dan pemanfaatan IFR dengan baik sehingga dapat membantu meningkatkan komunikasi dengan berbagai pihak, khususnya investor.
- b. Bagi pembuat kebijakan, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi mengenai manfaat IFR dalam memenuhi kebutuhan informasi

para penggunanya, dengan begitu dapat dilakukan perbaikan atau pengembangan IFR yang sesuai dengan sasaran kelompok pengguna perusahaan dalam penetapan kebijakan mengenai pelaporan keuangan melalui internet.

- c. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam proses membuat keputusan investasi.