

Analisis Pengaruh Kualitas WEB Terhadap Peningkatan Harga Saham Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Nur Ahmadi Bi Rahmani

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU
nurahmadibr@gmail.com

Abstract

This research to analyze the influence of the quality WEB consisting of variable speed website, URL, keywords, internal links, media images, content, meta description, outbound links, shocial sharing, title to the change or movement of stock prices in the manufacturing companies contained in Indonesia Stock Exchange, with a research model is quantitative and uses a descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The findings in this study are seen based on the results of descriptive analysis, manufacturing companies have WEB quality pretty good. Then based on the results of multiple linear regression analysis, showed that from the t-test, only the speed of a website that has a significant influence on stock price movements, while the other variables effect but not significant while simultaneously based on the results of all variables showed no significant effect.

Keywords: speed website, internal links, media images, outbound links, stock prices

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh WEB kualitas yang terdiri dari situs variabel kecepatan, URL, kata kunci, link internal, media gambar, konten, meta description, outbound link, berbagi shocial, judul untuk perubahan atau pergerakan harga saham di perusahaan manufaktur terkandung di Bursa Efek Indonesia, dengan model penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Temuan dalam penelitian ini dilihat berdasarkan hasil analisis deskriptif, perusahaan manufaktur memiliki kualitas WEB cukup baik. Kemudian berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa dari t-test, hanya kecepatan situs Web yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pergerakan harga saham, sedangkan efek variabel lainnya tidak signifikan sekaligus berdasarkan hasil semua variabel tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Kata kunci: situs kecepatan, link internal, media gambar, link keluar, harga saham

Pendahuluan

Di era global saat ini, yang di ikuti dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin besar membawa dampak perubahan besar di berbagai sektor perusahaan. Salah satunya perkembangan internet yang

di manfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi perusahaan yang menciptakan bentuk komunikasi baru antara perusahaan dengan para pemilik kepentingan. Internet merupakan alat pengungkapan informasi yang unik, yang memungkinkan perusahaan untuk memberikan informasi secara instan kepada khalayak global, mendorong presentasi dalam bentuk fleksibel, dan memungkinkan komunikasi kepada investor secara langsung, luas, dan murah (Kelton dan Yang, 2008).

Informasi yang diungkapkan secara penuh memainkan suatu peran yang penting dalam menggambarkan transparansi manajemen dan akuntabilitas dalam pelaksanaan bisnis. Informasi dianggap relevan untuk pengambilan keputusan ketika informasi tersebut diungkapkan sebelum kehilangan kapasitasnya untuk memengaruhi keputusan. Internet dalam hal ini dianggap mampu memberikan informasi yang terbaik tepat pada waktunya.

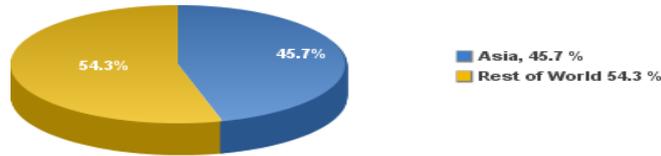
Dipasar investasi, informasi yang berguna dapat menyebabkan investor untuk mengambil tindakan yang menyebabkan redistribusi pada pengembalian investasi yang dapat menungubah keseimbangan pasar. Investor memiliki kecenderungan untuk bereaksi terhadap informasi-informasi yang baru di pasar modal sebagai dasar dalam mengambil keputusan investasi dan hal ini akan mempengaruhi harga dari saham yang beredar. Fama (1970) menyatakan bahwa harga saham akan bergerak ketika informasi yang berguna memasuki pasar.

Dalam *signaling theory*, Informasi merupakan elemen penting bagi investor dan bisnis. Informasi lengkap, akurat dan tepat waktu, yang diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk membuat keputusan investasi. Teori signaling menjelaskan tentang bagaimana sebuah perusahaan harus memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berisi informasi tentang apa yang manajemen telah dilakukan untuk mencapai keinginan pemilik. Salah satu sinyal yang diberikan oleh perusahaan melalui pengungkapan di website perusahaan.

Internet dipandang sebagai salah satu media yang memiliki hubungan erat dengan transparansi. Internet merupakan salah satu media pelaporan yang penting karena informasi tentang kinerja perusahaan dapat dijangkau oleh berbagai pihak seperti kreditor, pemegang saham, dan analis secara global selain cara tradisional yang selama ini menggunakan kertas (Ashbaugh *et al.*,1999).

Gambar 1

**Internet Users in Asia
2014 Q2**



Source: www.internetworldstats.com/stats3.htm
 1,386,188,112 Internet users in Asia estimated on June 30, 2014
 Copyright © 2014, Miniwatts Marketing Group

Berdasarkan gambar 1 dapat diketahui bahwa dari seluruh populasi dunia yang menggunakan internet, ASIA memiliki pengguna internet terbesar di bandingkan benua lainya yaitu sebesar 45,7% dari seluruh jumlah populasi yang menggunakan internet. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh populasi menjadikan internet sebagai salah satu media untuk beraktivitas setiap harinya dalam kesehariannya, baik sebagai pencari informasi, bisnis ataupun sebagai bentuk komunikasi.

Tabel 1. Pengguna Internet di ASIA beserta Data Populasi dan Statistik

ASIA INTERNET USE, POPULATION DATA AND STATISTICS					
<u>ASIA</u>	Population (2014 Est.)	Internet Users, (Year 2000)	Internet Users 30-Jun-2014	Penetration (% Population)	Users % Asia
<u>Afganistan</u>	31,822,848	1,000	1,877,548	5.9 %	0.1 %
<u>Armenia</u>	3,060,927	30,000	1,800,000	58.8 %	0.1 %
<u>Azerbaijan</u>	9,686,210	12,000	5,737,223	59.2 %	0.4 %
<u>Bangladesh</u>	166,280,712	100,000	40,800,000	24.5 %	2.9 %
<u>Bhutan</u>	733,643	500	219,359	29.9 %	0.0 %
<u>Brunei Darussalam</u>	422,675	30,000	318,900	75.4 %	0.0 %
<u>Cambodia</u>	15,458,332	6,000	927,500	6.0 %	0.1 %
<u>China *</u>	1,355,692,576	22,500,000	642,261,240	47.4 %	46.3 %
<u>Georgia</u>	4,935,880	20,000	2,188,311	44.3 %	0.2 %
<u>Hong Kong *</u>	7,112,688	2,283,000	5,751,357	80.9 %	0.4 %
<u>India</u>	1,236,344,631	5,000,000	243,000,000	19.7 %	17.5 %

<u>Indonesia</u>	253,609,643	2,000,000	71,190,000	28.1 %	5.1 %
<u>Japan</u>	127,103,388	47,080,000	109,626,672	86.2 %	7.9 %
<u>Kazakhstan</u>	17,948,816	70,000	9,850,123	54.9 %	0.7 %
<u>Korea, North</u>	24,851,627	--	--	--	--
<u>Korea, South</u>	49,039,986	19,040,000	45,314,248	92.4 %	3.3 %
<u>Kyrgystan</u>	5,604,212	51,600	2,194,400	39.2 %	0.2 %
<u>Laos</u>	6,803,699	6,000	850,425	12.5 %	0.1 %
<u>Macao *</u>	587,914	60,000	386,847	65.8 %	0.0 %
<u>Malaysia</u>	30,073,353	3,700,000	20,140,125	67.0 %	1.5 %
<u>Maldives</u>	393,595	6,000	173,575	44.1 %	0.0 %
<u>Mongolia</u>	2,953,190	30,000	635,999	21.5 %	0.0 %
<u>Myanmar</u>	55,746,253	1,000	668,955	1.2 %	0.0 %
<u>Nepal</u>	30,986,975	50,000	4,121,268	13.3 %	0.3 %
<u>Pakistan</u>	196,174,380	133,900	29,128,970	14.8 %	2.1 %
<u>Philippines</u>	107,668,231	2,000,000	44,200,540	41.1 %	3.2 %
<u>Singapore</u>	5,567,301	1,200,000	4,453,859	80.0 %	0.3 %
<u>Sri Lanka</u>	21,866,445	121,500	4,788,751	21.9 %	0.3 %
<u>Taiwan</u>	23,359,928	6,260,000	18,687,942	80.0 %	1.3 %
<u>Tajikistan</u>	8,051,512	2,000	1,357,400	16.9 %	0.1 %
<u>Thailand</u>	67,741,401	2,300,000	20,100,000	29.7 %	1.5 %
<u>Timor-Leste</u>	1,201,542	0	13,217	1.1 %	0.0 %
<u>Turkmenistan</u>	5,171,943	2,000	496,507	9.6 %	0.0 %
<u>Uzbekistan</u>	28,929,716	7,500	11,914,665	41.2 %	0.9 %
<u>Vietnam</u>	93,421,835	200,000	41,012,186	43.9 %	3.0 %
<u>TOTAL ASIA</u>	3,996,408,007	114,304,000	1,386,188,112	34.7 %	100.0 %

Sumber: *www. Internetworldstats.com*

Berdasarkan data di atas, statistik pengguna internet dunia selama kurang lebih 14 tahun terakhir mengalami kenaikan yang sangat signifikan. 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. Menurut Jones *et al.*, (2003) internet

merupakan alternatif baru dalam pelaporan keuangan yang biasa dikenal dengan Internet Financial Reporting. Informasi keuangan yang disajikan dalam IFR mencakup laporan keuangan komprehensif, termasuk di dalamnya foot notes, bagian laporan keuangan, *financial highlights* dan ringkasan laporan keuangan keuangan (Ettredge *et al.*, 2001).

Para pelaku pasar modal akan mengevaluasi setiap informasi yang di terbitkan oleh perusahaan, informasi yang masuk kepasar akan memicu reaksi para pengguna informasi baik itu investor, pemegang saham maupun pasar modal dalam mengambil sikap dan keputusan yang terkait dengan investasi yang mereka miliki atau dana yang yang akan mereka investasikan. Kemudian Keputusan-keputusan ini akan mengubah pergerakan, nilai, volume dan harga saham-saham yang berada di pasar modal.

Salah satu fasilitas yang dapat di manfaatkan melalui web adalah penggunaan *world wide web* atau yang sering disebut dengan istilah WEB. Dengan WEB ini, seseorang atau perusahaan dapat memberikan serta mendapatkan informasi yang tidak hanya berupa teks, tetapi juga dapat berupa gambar, suara maupun video. Informasi-informasi tersebut dapat di tampilan maupun di peroleh dalam satu web.

Beberapa keuntungan bagi seorang ataupun perusahaan yang memiliki sebuah web adalah perusahaan tersebut dapat menyampaikan informasi-informasi yang di butuhkan seorang pengguna informasi ataupun investor untuk memudahkan mereka mengambil keputusan dalam berinvestasi. Dalam Internet Marketing posisi sebuah website di mesin pencari seperti Google dan Yahoo atau pun Mesin pencari yang lain sangatlah penting. Ini di sebabkan karena jumlah pengunjung (*visitor*) sebuah web site hamper 80 persen berasal dari mesin pencari (*Search Engine*). Untuk mempermudah, menganalisa dan memprediksi peringkat di mesin pencari (*Search Engine Result Page*) sebuah website di internet banyak metode yang di gunakan. Selah satu metode yang paling sering di gunakan adalah metode SEO (*Search Engine Optimization*), yaitu sebuah metode yang di gunakan untuk menjadikan suatu website menjadi lebih mudah diindeks oleh mesin pencari dengan melakukan optimasi dan modifikasi pada faktor-faktor yang terdapat di dalam webpage (*on page optimization*) dan memanfaatkan faktor-faktor yang tidak ada di dalam webpage tetapi digunakan mesin pencari dalam melakukan perangkaian pada hasil pencarian (*off page optimization*).

Bagi perusahaan, memiliki kualitas web yang baik menjadi daya tarik tersendiri di mata seorang investor, walaupun hampir seluruh informasi yang terdapat pada perusahaan dapat di akses melalui satu situs yang menyediakan informasi tersebut seperti IDX, Yahoo Finance dan Saham Ok. Akan tetapi masih ada informasi-informasi yang bersifat sukarela yang dianggap sebenarnya penting oleh investro tetapi tidak terdapat di situs web tersebut, melainkan di situs web perusahaan itu sendiri, seperti informasi mengenai perencanaan masa depan perusahaan yang berhubungan dengan rancangan pemasaran, pengembangan produk baru ataupun hambatan dalam pencapaian kinerja di masa depan. Kelengkapan informasi ini akan memberikan dampak positif pada analisis investor dalam mengambil keputusan, hal ini dikarenakan semakin lengkap informasi yang di peroleh investor maka akan semakin akurat analisis terhadap proyek investasi di masa depan.

Pemberian informasi-informasi pada situs web pribadi perusahaan tidak akan berjalan dengan baik jika tidak di dukung dengan kualitas web yang baik. Hal ini dikarenakan, kesulitan dalam mengakses informasi, kesulitan dalam menemukan content yang tepat maupun lambatnya akses yang diperlukan untuk menjalankan halaman pada web pribadi perusahaan membuat investor merasa kurang nyaman dan berdampak pada berkurangnya minat investor untuk mencoba melakukan proyeksi analisis investasi pada perusahaan.

Bebrapa penelitian yang pernah dilakukan berkenaan dengan kualitas web pernah dilakukan sebelumnya oleh Fadi Taher Quatataishat (2013), yang meneliti tentang pengaruh kualitas web terhadap keinginan menggunakan E-govement service di Jordan dengan hasil penemuan bahwa kualitas WEB memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pengguna E-govement service di Jordan. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Eleanor T. Loiacono, Richard T. Watson and Dale L. Goodhus yang berjudul A Measure of Web Site Quality dan berhasil membuat temuan bahwa kwalitsa websi memiliki peran yang sangat penting terhadap Manajemen Internet Sistem dan Kemampuan perusahaan dalam melakukan pemasaran.

Paper ini beruaha untuk menguraikan kualitas WEB berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan harga saham perusahaan manufaktur di Indonesia.

Kerangka Teoritis

1. Pasar Efisien

Pasar efisien di definisikan sebagai pasar yang harga sekuritas-sekuritasnya telah mencerminkan seluruh informasi yang relevan. Suatu pasar dikatakan efisien apabila tidak seorangpun, baik investor individu maupun investor institusi, akan mampu memperoleh *return* tidak normal (*abnormal return*), setelah disesuaikan dengan resiko dengan menggunakan strategi perdagangan yang ada. Dengan kata lain harga-harga yang terbentuk dipasar merupakan cerminan informasi yang ada atau *stock price reflect all available information* (Fama, 1969).

Kunci utama untuk mengukur pasar yang efisien adalah hubungan antara harga sekuritas dengan informasi. Menurut Fama (1970) menyajikan tiga macam bentuk utama dari efisiensi pasar berdasarkan jenis informasi yang digunakan yaitu:

a. Efisiensi pasar bentuk lemah (*Weak form*)

Pasar dikatakan efisien dalam bentuk lemah jika harga-harga dari sekuritas tidak secara penuh mencerminkan (*fully reflect*) informasi masa lalu. Informasi masa lalu ini merupakan informasi yang sudah terjadi. Efisiensi pasar bentuk lemah ini berkaitan dengan teori langkah acak (*random walk theory*) yang menyatakan bahwa data masa lalu tidak berhubungan dengan nilai sekarang. Jika pasar efisien bentuk lemah, maka nilai-nilai masa lalu tidak dapat digunakan untuk memprediksi harga sekarang. Ini berarti bahwa untuk pasar yang efisien bentuk lemah, investor tidak dapat menggunakan informasi masa lalu untuk mendapatkan keuntungan yang tidak normal.

b. Efisiensi pasar bentuk setengah kuat (*semistrong form*)

Pasar dikatakan efisien setengah kuat jika harga-harga sekuritas secara penuh mencerminkan (*fully reflect*) semua informasi yang dipublikasikan (*all publicly available information*) termasuk informasi yang berada di laporan keuangan perusahaan emiten

c. Efisiensi pasar bentuk kuat (*strong form*)

Pasar dikatakan efisien dalam bentuk kuat jika harga-harga sekuritas secara penuh mencerminkan (*fully reflect*) semua informasi yang tersedia termasuk informasi yang privat. Jika pasar efisien dalam bentuk ini, maka tidak ada individual investor atau group dari investor yang dapat memperoleh

keuntungan tidak normal (abnormal return) karena mempunyai informasi privat.

2. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Pada teori agensi dijelaskan bahwa dalam sebuah perusahaan terdapat dua pihak yang saling berinteraksi. Pihak-pihak tersebut adalah pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajemen perusahaan. Pemegang saham disebut sebagai prinsipal, sedangkan orang manajemen yang diberi kewenangan oleh pemegang saham untuk menjalankan perusahaan yang disebut agen. Perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dan kepemilikan akan rentan terhadap konflik agensi (*agency conflict*) yang disebabkan karena masing-masing pihak memiliki kepentingan yang saling bertentangan, yaitu berusaha mencapai kemakmurannya sendiri (Jensen dan Meckling, 1976). Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan asimetri informasi yang dimilikinya akan mendorong agen untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui prinsipal. Dalam kondisi yang asimetri tersebut, agen dapat memengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba (Godfrey *et al.*, 2010). Terdapat tiga macam masalah agensi. Pertama, masalah agensi antara manajer dengan pemegang saham. Kedua, masalah agensi antara pemegang saham dengan kreditor. Ketiga, masalah agensi antara perusahaan dengan konsumen (Sari dan Zuhrotun, 2006).

3. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Scott (2012:474) menyatakan bahwa sinyal adalah sebuah tindakan yang diambil oleh *high type manager* yang mana tidak akan rasional jika dilakukan oleh *low-type manager*. Tindakan tersebut menjadi dasar untuk membedakan kualitas dari tiap-tiap perusahaan. Tindakan tersebut juga menjadi petunjuk bagi pihak investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

Dalam *signaling theory*, Informasi merupakan elemen penting bagi investor dan bisnis. Informasi lengkap, akurat dan tepat waktu, yang diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk membuat keputusan

investasi. Teori signaling menjelaskan tentang bagaimana sebuah perusahaan harus memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berisi informasi tentang apa yang manajemen lakukan dalam memenuhi keinginan pemegang saham melalui pengungkapan di website perusahaan.

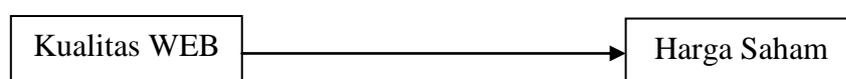
4. Teori Harga Saham

Harga saham mencerminkan nilai sebuah perusahaan dihadapan para pembelinya. Jika harga saham tinggi, berarti nilai perusahaan dianggap semakin tinggi pula, sebaliknya jika harga saham rendah, nilai dari perusahaan tersebut akan dianggap rendah oleh para investor. Ada dua unsur penting yang dipertimbangkan dalam penentuan harga saham, yaitu prospek perusahaan itu sendiri dan prospek keuntungan yang diperoleh pembeli saham. Keuntungan yang diharapkan dari pembeli saham adalah dividen dan keuntungan yang diperoleh dari selisih harga atau *capital gain* (Manurung dan Prathama, 2004).

Saham merupakan bukti kepemilikan seseorang atau badan terhadap suatu perusahaan. Saham dapat diperjual belikan pada bursa efek, yaitu tempat yang digunakan untuk memperdagangkan efek sesudah pasar perdana. Penerbitan surat berharga saham akan menerbitkan berbagai keuntungan bagi perusahaan. Nilai pasar dari sekuritas merupakan harga pasar dari sekuritas itu sendiri (Tandelilin (2001). Untuk sekuritas yang diperdagangkan dengan aktif, nilai pasar merupakan yang terakhir dilaporkan pada saat sekuritas terjual.

Kesimpulannya adalah harga saham merupakan nilai suatu saham yang mencerminkan kekayaan perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut yang perubahan atau fluktuasinya sangat ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar bursa (pasar sekunder). Semakin banyak investor yang ingin membeli atau menyimpan saham, harga saham akan semakin naik dan sebaliknya semakin banyak investor yang ingin menjual saham, harga saham akan semakin bergerak turun.

Berdasarkan latar belakang masalah serta perumusan masalah yang telah di uraikan, maka kerangka konseptual Penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan bentuk asosiatif yang bersifat kausal, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan hubungan sebab akibat antara variabel terkait (Sugiono, 2004). Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang beralamat di jalan Sudirman Kav. 52-53, Indonesia 12190. Dengan BEI sebagai pusat penjualan saham perusahaan yang *go public* di Indonesia sebagai tempat penelitian.

Populasi yang dipakai dalam penelitian ini ialah semua sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar pada *website* Bursa Efek Indonesia periode 2014 sebanyak 39 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah *pertama*, perusahaan memiliki *website*. *Kedua*, *website* perusahaan dapat diakses atau tidak dalam perbaikan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter dengan sumber data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2008). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Indeks *Internet Corporate Reporting* berdasarkan informasi yang diperoleh pada *website* perusahaan.
2. Pengukuran *website* perusahaan berdasarkan SEO
3. Harga saham perusahaan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi *website* perusahaan dengan tahap-tahap sebagai berikut.

1. Melihat alamat *website* perusahaan yang terdaftar di *website* BEI.
2. *Website* perusahaan diakses untuk menguji aksesibilitasnya dan untuk keperluan pengumpulan data.
3. Perusahaan yang memiliki *website*

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu variabel terikat dan variabel bebas, dengan

Nur Ahmadi: Analisis Pengaruh Kualitas WEB Terhadap Peningkatan Harga Saham

kualitas WEB sebagai variabel bebas dan harga saham sebagai variabel terikat. Penjelasan masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Harga Saham Y1	Nilai pasar skuritas yang diperoleh investor apabila investor menjual atau membeli saham, yang ditentukan berdasarkan harga penutupan	<i>Closing Price</i>	Ratio
Kontent X1	Segala sesuatu yang dapat dilihat di dalam website perusahaan	kelengkapan isi	Nominal
Keyword X2	Kata kunci yang digunakan dalam mesin pencari	Tingkat relevan antara kata kunci yang digunakan dengan hasil yang di dapat	Nominal
Judul X3	Nama yang digunakan pada website	Tingkat relevan judul website dengan isi website	Nominal
URL X4	Rangkaian karakter menurut format standart tertentu yang digunakan untuk menunjukan alamat dari suatu sumber	Ada atau tidaknya url yang digunakan untuk di dalam website untukmenunjukan sumber asli dari file atau gambar di peroleh	Nominal
Meta description X5	Kalimat-kalimat yang muncul dari hasil pencarian	Ada atau tidaknya perusahaan menggunakan meta descption pada websitenya	
Media gambar X6	Gambar yang digunakan untuk membuat website lebih mudah di mengerti dan membuat pengunjung website merasa tidak bosan	Ada atau tidaknya perusahaan menggunakan media gambar pada websitenya serta tingkat relevansi antara gambar yang digunakan dengan content yang ada	Nominal

Outboud link X7	Referensi dari alamat web lain yang merujuk pada website perusahaan	Ada atau tidaknya weblain yang mencantumkan referensi yang mengarah pada website perusahaan
Internal Link X8	Sebuah link antar halaman yang di gunakan pemilik web untuk menghindari terjadinya bounce ketika sedang mengakses di web pemilik	Ada atau tidaknya perusahaan menggunakan internal link pada websitenya
Social sharing X9	Menyebarkan keberadaan website melalui media social seperti facebook, tweeter dan media sosial lainnya	Ada atau tidaknya perusahaan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memberitahuakan keberadaan websitenya
Kecepatan website X10	Waktu yang dibutuhkan server website sampai user pada 1 byte pertama	Waktu yang dibutuhkan untuk mengakses dan membuka konten-konten yang ada pada website dengan menggunakan google speed test dengan kriteria jika skor 75> dikatakan kecepatan yang baik

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2008). Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, median, deviasi standar, nilai minimum, dan nilai maksimum. Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah pemahaman variabel-

variabel yang digunakan dalam penelitian.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi berganda bertujuan untuk memprediksi berapa besar kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Dekripsi Variabel

Hasil analisis deskriptif variabel kualitas WEB perusahaan manufaktur tahun 2013 ditunjukkan oleh tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif kualitas WEB manufaktur pada tahun 2013

	Konten	keyword	Judul	URL	meta description	media gambar	outbond link	internal link	social sharing	kecepatan website
Valid	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	,7949	,8974	,7959	,8205	,7909	,7940	,6923	,7692	,9744	,9644
Median	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000
Std. Deviation	,40907	,30735	,41907	,38878	,40007	,40007	,46757	,42683	,16013	,15113

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan data deskripsi kualitas WEB perusahaan manufaktur pada tahun 2013 dengan perolehan bahwa berdasarkan sebanyak 79,4 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *keyword* 89,7 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan judul 79,5 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan URL 82,0 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *meta description* 79,0 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan media gambar 79,4 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *outbond link* 76,9 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *internal link* 76,9 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas

yang baik dan sesuai, berdasarkan *social sharing* 97,4 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan kecepatan *website* 96,4 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai.

Hasil analisis deskriptif variabel kualitas WEB perusahaan manufaktur tahun 2014 ditunjukkan oleh tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif kualitas WEB manufaktur pada tahun 2014

	Kontent	keyword	Judul	URL	meta descrip tion	media gamba r	outbon d link	intern al link	social sharing	kecepa tan websit e
Valid	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	,8974	,8718	,9487	,9587	,9087	,9480	,9231	,8964	,9731	,8164
Median	1,0000	1,0000	1,000	1,000	1,0000	1,0000	1,0000	1,000	1,0000	1,0000
Std. Deviation	,30735	,33869	0 ,2234 6	0 ,2344 6	,20046	,22331	,26995	0 ,3060 5	,37995	,28605

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan data deskripsi kualitas WEB perusahaan manufaktur pada tahun 2013 dengan perolehan bahwa berdasarkan sebanyak 89,7 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *keyword* 87,1 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik baik dan sesuai, berdasarkan judul 94,8 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan URL 90,8 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *meta description* 94,8 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan media gambar 92,3 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *outbond link* 76,9 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *internal link* 89,6 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan *social sharing* 97,3 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai, berdasarkan kecepatan *website* 81,6 persen kualitas WEB perusahaan manufaktur memiliki kualitas yang baik dan sesuai.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,613	,610	3,07648

a. Predictors: (Constant), kecepatan website, URL, keyword, internal link, media gambar, Kontent, meta description, outbond link, shocial sharing, judul

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa nilai R^2 adalah 0,613. Hal ini berarti 6,13% Harga Saham dapat dijelaskan oleh kualitas website yang terdiri dari kecepatan *website*, URL, *keyword*, *internal link*, media gambar, *content*, *meta description*, *outbond link*, *social sharing*, judul . Sedangkan sisanya 3,97% di jelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model.

Tabel 5. Hasil ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,727E10	9	1,919E9	,553	,831 ^a
	Residual	2,362E11	68	3,473E9		
	Total	2,534E11	77			

a. Predictors: (Constant), kecepatan website, URL, keyword, internal link, media gambar, Kontent, meta description, outbond link, shocial sharing, judul

b. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan tabel 5 di atas menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan Variabel kecepatan website, URL, keyword, internal link, media gambar, *content*, *meta description*, sosial *sharing*, *outbond link*, sosial *sharing*, judul berpengaruh positif terhadap harga saham.

Berdasarkan tabel 6. dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil analisis terhadap seluruh komponen variabel kualitas WEB maka dapat diketahui bahwa hanya kecepata website saja yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham, sementara kompoen variabel yang lain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.

Tabel 6. Hasil Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,945	7,453		,612	,543
Kontent	,217	,047	,153	1,131	,262
Keyword	-,133	,014	-,089	-,664	,509

Judul	,505	,817	,098	,636	,527
URL	-,371	,288	-,137	-,984	,329
meta description	1,545	,606	,032	,228	,821
media gambar	,560	,637	,109	,755	,453
outbond link	-2,365	,399	-,223	-1,533	,130
internal link	-2,711	,211	-,142	-1,066	,290
social sharing	1,444	,513	,021	,211	,701
kecepatan website	,058	,838	,110	1,101	,001

a. Dependent Variable: Y1

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan *pertama*, nilai R^2 adalah 0,613. Hal ini berarti 6,13% harga saham dapat dijelaskan oleh kualitas website yang terdiri dari kecepatan website, URL, keyword, internal link, media gambar, Kontent, meta description, outbond link, judul . Sedangkan sisanya 3,97% di jelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. *Kedua*, secara bersama-sama atau simultan variabel kecepatan *website*, URL, *keyword*, *internal link*, media gambar, *content*, *meta description*, *outbond link*, sosial *sharing*, judul berpengaruh positif terhadap harga saham. *Ketiga*, seluruh komponen variabel kualitas WEB dapat diketahui bahwa hanya kecepatan *website* saja yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham, sementara kompoen variabel yang lain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.

Daftar Pustaka

- Abdelsalam, Omneya and A. El-Masry. 2008. The Impact of Board Independence and Ownership Structure on the Timeliness of Corporate Internet Reporting of Irish-listed Company. *Managerial Finance, Emerald Group Publishing Limited*, 34: 907-919.
- Ajinkya, Bipin, Bhojraj s. dan Sengupta, P. 2005. The Association between Outside Directors, Institutional Investors and the Properties of Management Earnings Forecasts. *Journal of Accounting Research*, 43: 343-376.
- Almia, Luciana Spica. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela Internet Financial and Sustainability Reporting. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 12: 117-131.
- Almilia, Luciana Spica dan Sasongko, B. 2008. Corporate Internet Reporting of

Nur Ahmadi: Analisis Pengaruh Kualitas WEB Terhadap Peningkatan Harga Saham

Banking Industry and LQ45 Firms: An Indonesia Example. *Proceeding The 1st Parahyangan International Accounting & Business Conference*.

Ashbaugh, J., Johnstone, K. M. dan Warfield, T. D. 1999. Corporate Reporting on the Internet. *Accounting Horizons*, 13 (3): 241-257.

Craven, B. dan Marston, C. 1999. Financial Reporting on the Internet by Leading UK Companies. *The European Accounting Review*, 8: 335-350.

Debreceeny, R., Gray, R. G. L. dan Rahman, A. 2002. The Determinants of Internet Financial Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 21: 371-394.

Ettredge, M., Richardson, V. J. dan Scholz, S. 2002. Dissemination of Information for Investors at Corporate Websites. *Journal of Accounting and Public Policy*, 21: 357-369.

Ezat. Amr and A. El-Masry. 2008. The Impact of Corporate Governance on the Timeliness of Corporate Internet Reporting by Egyptian Listed Company. *Managerial Finance, Emerald Group Publishing Limited*, 34: 848-867.

Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 19.0*. Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ho, Simon dan Wong, K. S. 2001. A Study of the Relationship between Corporate Governance Structure and the Extent of Voluntary Disclosure. *Journal of International Accounting, Auditing, and Taxation*, 10: 139-156.

Jensen, Michael C. dan Meckling, W. H. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3: 305-360.

Kaihatu, T. S. 2006. Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8 (1): 1-9.

Kelton, Andrea S. dan Yang, Y. W. 2008. The impact of Corporate Governance on Internet Financial Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 27: 62-87.

Khan, Tehmina. 2006. *Financial Reporting Disclosure On The Internet: An International Perspective*. Disertasi. Victoria University, Footscray Park, Victoria, Australia, 39-43.

Lai, Syou-Ching C. Lin, Hung-Chih L. dan Frederick H. Wu. 2009. An Empirical Study of the Impact of Internet Financial Reporting on Stock Prices. *International journal of digital accounting research*, 10 (16).

- Oyelere, P., Laswad F. dan Fisher, R. 2003. Determinants of Internet Financial Reporting by New Zealand Companies. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 14 (1): 26-63.
- Puspitaningrum, Sari Atmini Dara. 2012. Corporate Governance Mechanism and the Level of Internet Financial Reporting: Evidence from Indonesian Companies. *Procedia Economics and Finance*, 2: 157-166.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2010. *Metodologi Penelitian Model Praktisi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Trijayanti, Vita. 2009. *Hubungan Antara Internet Financial Reporting Index dengan Rasio Keuangan di Bank Umum Persero dan Bank Swasta*. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Xiao, J. Z., Yang, H. dan Chow, C. W. 2004. The Determinants and Characteristics of Voluntary Internet-based Disclosures by listed Chinese Companies. *Journal of Accounting and Public Policy*, 23: 191-225.
- Yap, Kiew-Heong, Saleh, Z. dan Abessi, M. 2011. Internet Financial Reporting and Corporate Governance in Malaysia. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5: 1273-1289