

# **SKRIPSI**

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN KINERJA PERUSAHAAN DI *WEBSITE***

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**IKMAR MASYKUR  
A31109281**



kepada

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2013**

# **SKRIPSI**

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN KINERJA PERUSAHAAN DI *WEBSITE***

disusun dan diajukan oleh

**IKMAR MASYKUR  
A31109281**

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar,

2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Grace Theresia Pontoh, M.Si., Ak.  
NIP 196511271991032001

Drs. Abd. Rahman, Ak.  
NIP 196601101992031001

Ketua Jurusan Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin

Dr.H. Abdul Hamid Habbe, S.E., M.Si.  
NIP 196305151992031003

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Ikmar Masykur

NIM : A31109281

jurusan/program studi : Akuntansi

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN KINERJA PERUSAHAAN DI *WEBSITE***

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang ada secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar,

Yang membuat pernyataan,

Ikmar Masykur

## **PRAKATA**

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhana wa Ta'ala atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih peneliti berikan kepada Ibu Dr. Grace T. Pontoh, M.Si., Ak. dan Bapak Drs. Abdul Rahman, Ak. Sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada ayah dan ibu beserta saudara peneliti atas bantuan, nasehat, dan motivasi yang diberikan selama penelitian skripsi ini. Semoga rahmat dan karunia selalu tercurah dari-Nya.

Terakhir, ucapan terima kasih kepada sahabat-sahabat penulis yang tidak henti memberi dukungan dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Semoga semua pihak mendapat kebaikan dari-Nya atas bantuan yang diberikan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya amenjadi tanggungjawab peneliti dan bukan para pmeberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Makassar,

2013

Peneliti

# ABSTRAK

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN KINERJA PERUSAHAAN DI WEBSITE

### *Factors Affecting Disclosures Of Companies Performance In Website*

Ikmar Masykur  
Grace T. Pontoh  
Abdul Rahman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, beta saham, pengaruh media, ukuran perusahaan, dan *market to book value* terhadap tingkat pengungkapan kinerja perusahaan di *website*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui adakah perbedaan antara perusahaan yang melakukan publikasi kinerja di *website* dengan perusahaan yang tidak melakukan publikasi kinerja di *website*. Penelitian ini dibatasi hanya pada perusahaan yang tercatat pada IDX Fact 2012. Hasil penelitian ini menemukan bahwa beta saham, media, ukuran perusahaan, dan *market to book value* berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan kinerja perusahaan berbasis *website* sedangkan variabel lain yaitu profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan kinerja perusahaan berbasis *website*.

**Kata Kunci:** beta saham, pengaruh media, ukuran perusahaan, *market to book value*, tingkat pengungkapan kinerja berbasis *website*

*This study aimed to investigate the effect of profitability, leverage, beta stocks, influence of media, firm size, and market to book value to the disclosure's level of corporate performance in websites. Furthermore, this study also aimed finding out the difference between firm's performances that make publication on the website with firm's that don't publish their performance in the website. These researches limited only on firms are listed on the IDX Fact 2012. This study found that beta stocks, the influence of media, firm size, and market to book value affect the level of disclosure of firm's performance in websites while other variables such as profitability and leverage do not affect the level of disclosure of firm's performance in websites.*

**Keyword:** *beta stocks, influence of media, firm size, market to book value, disclosure's level of corporate performance in websites*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
PRAKATA .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1 Kegunaan Teoretis .....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	7
1.5 Organisasi/Sistematika .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Teori Keagenan .....	9
2.1.2 Teori Sinyal .....	10
2.1.3 Teori <i>Stakeholder</i> .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Kerangka Pemikiran .....	19
2.4 Hipotesis Penelitian .....	20
BAB III METODE PENELITIAN .....	27
3.1 Rancangan Penelitian .....	27
3.2 Tempat Penelitian .....	28
3.3 Populasi dan Sampel .....	28
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	29
3.7 Metode Analisis Data .....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	39
4.1 Deskripsi Data .....	39
4.2 Pengujian Hipotesis .....	40
4.3 Pembahasan .....	50
BAB V PENUTUP .....	56
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	56
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58

LAMPIRAN.....

61

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Nilai <i>Mean</i> .....	39
2	Koefisien Regresi .....	43
3	Tingkat Signifikansi Uji T .....	45
4	Tingkat Signifikansi Uji Levene dan Uji T Komparasi .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1	Kerangka Penelitian .....	19
2	Model Penelitian.....	26
3	Grafik Normal P-P Plot.....	41
4	Output Scatterplot .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Peta Teori .....	61
2	Item Pengukuran Tingkat Pengungkapan Informasi Perusahaan di website.....	67
3	Daftar Perusahaan.....	69
5	Hasil Statistika .....	76

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam dunia bisnis ditunjukkan dengan mulai banyaknya perusahaan yang memiliki *website* pribadi. Adopsi internet sebagai praktik umum dalam pengungkapan informasi keuangan merupakan cara umum untuk meningkatnya jumlah perusahaan publik yang terdaftar di seluruh dunia (Boubaker *et al.*, 2011). Perusahaan menggunakan *website* bukan hanya untuk menyebarkan informasi non-keuangan tetapi juga informasi keuangan.

*Website* sebagai media pengungkapan informasi mempunyai beberapa karakteristik dan keunggulan seperti mudah menyebar (*pervasiveness*), tidak mengenal batas (*borderless-ness*), *real-time*, berbiaya rendah (*low cost*), dan mempunyai interaksi yang tinggi (*high interaction*) (Ashbaugh *et al.*, 1999). *Website* juga dapat mengintegrasikan teks, gambar, gambar bergerak, dan suara-suara (Debreceeny *et al.*, 2002). Karakteristik yang lengkap tersebut membuat pemanfaatan *website* dapat dengan mudah diterima dan menjadi sangat populer di masyarakat.

Awalnya penciptaan *website* ini hanya bertujuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Seetharaman *et al.*, 2006). Namun seiring dengan berjalannya waktu, *website* tidak hanya digunakan sebagai sarana pemasaran suatu produk tetapi juga sebagai media komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan, baik dengan *shareholders*, *stakeholders*, maupun pihak lain yang berkepentingan. Salah satu bentuk

komunikasi yang dapat dilakukan melalui *website* yaitu dengan melakukan penyebaran informasi keuangan perusahaan di *website* perusahaan.

Menurut Choi (2002) bahwa internet merupakan salah satu penggerak dan pendorong terjadinya globalisasi. Untuk mendorong *cross-listing* dan *cross-investment*, terutama dibutuhkan ketersediaan informasi (keuangan maupun non keuangan), dan internet merupakan sarana dan media yang paling tepat. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang juga tidak lepas dari fenomena tersebut, perusahaan-perusahaan di Indonesia dituntut untuk dapat meningkatkan kemampuan mengkomunikasikan informasi (keuangan dan non keuangan) yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder* perusahaan, termasuk *investor*.

Di Indonesia, Bapepam mengeluarkan peraturan melalui Keputusan Ketua Bapepam No.86 Tahun 1996 mengenai keterbukaan informasi yang harus diumumkan kepada publik yang berbunyi sebagai berikut.

“Setiap Perusahaan Publik atau Emiten yang Pernyataan Pendaftarannya telah menjadi efektif, harus menyampaikan kepada Bapepam dan mengumumkan kepada masyarakat secepat mungkin, paling lambat akhir hari kerja ke-2 (kedua) setelah keputusan atau terdapatnya Informasi atau Fakta Material yang mungkin dapat mempengaruhi nilai Efek perusahaan atau keputusan investasi pemodal”.

Aturan Bapepam tersebut dapat mendorong upaya-upaya perusahaan untuk secepatnya mengumumkan kepada masyarakat mengenai informasi atau hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan yang mungkin dapat mempengaruhi suatu efek.

Internet menawarkan suatu bentuk unik pengungkapan yang menjadi media bagi perusahaan dalam menyediakan informasi kepada masyarakat luas sesegera mungkin (Abdelsalam *et al.*, 2007). Atas dasar itulah muncul suatu media tambahan dalam penyajian laporan keuangan melalui internet atau *website* yang lazim disebut *Internet Financial Reporting* (IFR).

*Internet Financial Reporting* adalah pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet atau *website* perusahaan yang bersifat sukarela (Lai

*et al.*, 2009). Perusahaan memanfaatkan *website* mereka untuk membangun komunikasi yang lebih cepat dan lebih baik dengan mengungkapkan segala informasi penting yang ditujukan pada berbagai pihak, khususnya *investor*. Perusahaan dianggap menerapkan IFR jika pada *website* perusahaan tersebut dicantumkan laporan keuangan tanpa melihat format yang digunakan.

Pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan merupakan suatu bentuk pengungkapan sukarela yang telah dipraktikkan oleh berbagai perusahaan. Survei dari Carol (1999) dalam Khan (2006) terhadap 1000 perusahaan besar di Eropa menunjukkan bahwa 67% perusahaan telah mempunyai *website* dan 80% dari perusahaan yang mempunyai *website* tersebut mengungkapkan laporan keuangan di Internet.

Perusahaan yang mempublikasi laporan keuangannya di *website* mempunyai beberapa alasan atau motif mengapa mereka menerapkan praktik IFR. Pelaksanaan IFR ini menyebabkan pelaporan keuangan menjadi lebih cepat dan mudah diakses, sehingga pengguna laporan keuangan dapat mengakses kapan pun dan di mana pun (Debreceny *et al.*, 2002; Marston dan Poley, 2004). Selain itu, penyebaran informasi keuangan melalui internet dapat menarik *investor* dan memberikan *image* yang baik bagi perusahaan (Ettredge *et al.*, 2001).

Ashbaugh *et al.* (1999) menyatakan bahwa IFR dipandang sebagai alat komunikasi yang efektif kepada pelanggan, *investor* dan pemegang saham. IFR merupakan respon dari perusahaan untuk menjalin komunikasi dengan *stakeholder*, khususnya *investor*, dengan lebih baik dan lebih cepat. Abdelsalam *et al.* (2007) berpendapat bahwa *responsiveness* merupakan salah satu hal yang penting untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan mempengaruhi kepercayaan *investor* pada pasar modal.

Pengungkapan informasi pada *website* juga merupakan suatu upaya dari perusahaan untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak luar. Pengungkapan informasi pada *website* tersebut juga merupakan suatu sinyal dari

perusahaan pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Wolk *et al.*, 2008)

Lai *et al.* (2009) menyatakan bahwa sebuah manfaat besar bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi sebanyak mungkin sehingga *investor* mampu membedakan mana perusahaan yang baik dan yang buruk. Elemen penting IFR adalah derajat atau kuantitas pengungkapan (Ashbaugh *et al.*, 1999). Semakin tinggi tingkat pengungkapan informasi, maka semakin besar dampak dari pengungkapan pada keputusan *investor*.

Menurut Malhotra dan Makkar (2012) bahwa pelaporan perusahaan berbasis *website* cukup populer pada masa kini. Pelaporan perusahaan berbasis *website* sesuai dengan kebutuhan untuk *up-to-date* informasi kepada *investor* dan kelompok pengguna lainnya. Informasi keuangan diungkapkan pada *website* perusahaan dapat diakses oleh banyak orang di mana saja di dunia.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa internet saat ini modus utama yang digunakan untuk menulis dan memperbarui informasi keuangan perusahaan secara tepat waktu (Ashbaugh *et al.*, 1999; Debreceny *et al.*, 2002; dan Marston, 2003). Berdasarkan teori agensi dan teori sinyal, telah dilakukan penelitian untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi dilakukannya *Internet Financial Reporting* (IFR) (Xiao *et al.*, 2005). Variabel-variabel yang telah diuji pada penelitian-penelitian sebelumnya yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, *listing age*, profitabilitas, tipe auditor, dan aset berwujud.

Asbaugh *et al.* (1999) menemukan bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap praktik IFR dan IFR merupakan alat yang efektif untuk menjalin komunikasi dengan konsumen dan *stakeholder*. Serupa dengan yang dilakukan oleh Asbaugh, dengan perusahaan publik di Austria sebagai sampel, Pichegger dan Wagenhofer (1999) meneliti kualitas IFR dan menyimpulkan bahwa

kualitas berhubungan positif dengan ukuran perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk kepemilikan saham atau nilai kapitalisasi perusahaan.

Debrecency *et al.* (2002) mempelajari 660 perusahaan di 22 negara yang berbeda dan menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan, teknologi informasi dan perusahaan yang terdaftar pada *NY Stock Exchange* merupakan faktor utama dalam adopsi IFR. Hasil yang serupa juga didapat dari penelitian yang dilakukan oleh Aly *et al.* (2010) dimana ukuran perusahaan adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap praktik penerapan IFR. Kemudian *leverage*, profitabilitas, kepemilikan saham oleh *investor* institusional, sektor industri muncul sebagai faktor lain yang mempengaruhi praktik IFR.

Laswad *et al.* (2005) mempelajari praktik IFR di Selandia Baru. Enam variabel dihubungkan dengan praktik IFR, yaitu ukuran, *leverage*, *municipal wealth*, *press visibility* dan tipe dari kota tempat perusahaan berada. Hasilnya, *leverage*, *municipal wealth*, *press visibility* dan tipe kota berhubungan dengan praktik IFR.

Lai *et al.* (2009) mencoba menghubungkan antara IFR dengan saham. Lai *et al.* (2009) menemukan bahwa perusahaan yang menerapkan IFR dan perusahaan dengan tingkat pengungkapan informasi yang tinggi cenderung mempunyai abnormal return yang lebih besar dan harga saham yang bergerak lebih cepat. Pada penelitian ini, Lai *et al.* (2009) menggunakan *Autorgresi* dan *Final Prediction Error* untuk mengetahui kecepatan perubahan saham atas informasi baru dalam IFR.

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh dengan penerapan praktik IFR ini, namun masih terdapat beberapa perusahaan yang tidak melakukan praktik IFR. Xiao *et al.* (2004) mengemukakan bahwa tidak semua perusahaan menyajikan laporan keuangan dalam *website* pribadi mereka. Dengan kata lain,

setiap perusahaan memiliki alasan tersendiri dalam menerapkan praktik IFR. Namun demikian, masih banyak penelitian yang menghasilkan temuan bahwa masih banyak perusahaan yang tidak melakukan praktik IFR.

Menurut Almilia (2009), perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangannya di *website* perusahaan cenderung berkinerja lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangannya. Hal ini tentu menjadi motivasi tersendiri bagi perusahaan untuk segera mempublikasikan laporan keuangannya di *website* perusahaann.

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Cormier *et.al.* (2008). Perbedaan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan laporan keuangan perusahaan di *website* dan mengetahui perbedaan kinerja antara perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangannya di *website* dengan yang tidak mempublikasikan laporan keuangannya di *website*. Ruang lingkup penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan kinerja berbasis *website*?
2. Apakah ada perbedaan kinerja antara perusahaan yang mengungkapkan kinerja perusahaan berbasis *website* dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan kinerjanya dengan *website*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui faktor–faktor yang mempengaruhi pengungkapan kinerja berbasis *website*.
2. Untuk melakukan uji beda antara perusahaan yang menggunakan *website* sebagai media pengungkapannya dengan perusahaan yang tidak menggunakan *website*.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Kegunaan Teoretis

1. Bagi pengembangan teori dan pengetahuan di bidang akuntansi, terutama berkaitan dengan penerapan pengungkapan informasi perusahaan berbasis *website* serta hal-hal yang mempengaruhinya.
2. Bagi peneliti selanjutnya sebagai sumber referensi dan informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai topik ini

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan agar dapat menerapkan dan memanfaatkan praktik pengungkapan informasi berbasis *website* dengan baik sehingga dapat membantu meningkatkan komunikasi dengan berbagai pihak, khususnya *investor*.

### 1.5 Organisasi/Sistematika

Organisasi/Sistematika penelitian ini terdiri dari 5 bagian, yaitu Bab I pendahuluan, Bab II tinjauan pustaka, Bab III metode penelitian, Bab IV hasil penelitian dan pembahasannya, serta Bab V kesimpulan penelitian. Bab I yaitu pendahuluan. Bab ini

berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta organisasi/sistematika.

Bab II yaitu tinjauan pustaka. Bab ini membahas tentang landasan teori yang merupakan penjabaran dari kerangka yang berkaitan dengan pengungkapan perusahaan berbasis *website* serta penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III yaitu metode penelitian. Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV yaitu hasil dan pembahasan. Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, hasil analisis dan perhitungan statistik, serta pembahasan.

Bab V yaitu Penutup. Bab ini berisi penjelasan mengenai kesimpulan dari hasil yang diperoleh setelah dilakukan penelitian. Selain itu disajikan keterbatasan serta saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Keagenan

Pada teori keagenan dijelaskan bahwa pada 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 manajemen orang yang diberi kewenangan oleh pemegang saham untuk menjalankan perusahaan yang disebut agen. Perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dan kepemilikan akan rentan terhadap konflik keagenan (*agency conflict*) yang disebabkan karena masing-masing pihak mempunyai 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 informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong *agent* untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Dalam kondisi yang asimetri tersebut, *agent* dapat memengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba. (Godfrey *et al.*, 2010)

Terdapat tiga macam masalah keagenan. Pertama, masalah keagenan antara manajer dengan pemegang saham. Kedua, masalah keagenan antara pemegang saham dengan kreditor. Ketiga, masalah keagenan antara perusahaan dengan konsumen (Sari dan Zuhrotun, 2006). Penelitian ini didasari dengan masalah keagenan yang pertama yaitu antara pemegang saham dan manajer.

### 2.1.2 Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar. Perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. (Wolk *et al.*, 2008)

Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar. Salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang. Teori sinyal mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Wolk *et al.*, 2008)

Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan akan memiliki insentif untuk mempertahankan minat investor terhadap perusahaan. Perusahaan yang berkinerja baik memiliki insentif yang kuat untuk melaporkan hasil operasi perusahaan. Tekanan persaingan juga akan memaksa perusahaan lain untuk melaporkan hasil bahkan jika perusahaan tidak memiliki hasil yang baik. Kegagalan untuk melaporkan akan diinterpretasikan sebagai berita buruk.

Perusahaan dengan berita netral akan termotivasi untuk melaporkan hasil perusahaannya untuk menghindari dicurigai memiliki hasil yang buruk. Situasi ini akan memaksa perusahaan yang memiliki hasil buruk untuk tetap mengungkapkan hasilnya. Hal ini dilakukan untuk menjaga kredibilitas perusahaan di pasar modal (Wolk *et. al.*, 2008).

Teori Sinyal merupakan penjelasan dari asimetri informasi yang disebabkan karena pihak manajemen mempunyai informasi lebih banyak mengenai prospek perusahaan (Alhtaybat *et al.*, 2012). Untuk menghindari asimetri informasi perusahaan harus memberikan informasi sebagai sinyal kepada pihak *investor*. Asimetri informasi perlu diminimalkan, sehingga perusahaan *go public* dapat menginformasikan keadaan perusahaan secara transparan kepada *investor*. *Investor* selalu membutuhkan informasi yang simetris sebagai pementauan dalam menanamkan dana pada suatu perusahaan. Jadi sangat penting bagi perusahaan untuk memberikan informasi setiap *account* (rekening) pada laporan keuangan yang merupakan sinyal untuk diinformasikan kepada *investor* maupun calon *investor*.

Menurut Sari dan Zuhrotun (2006) bahwa Teori Sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena manajer mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (*investor*, kreditor). Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Wolk *et al.*, 2008).

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan

memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan (Sari dan Zuhrotun, 2006). Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

### **2.1.3 Teori *Stakeholder***

Teori *Stakeholder* mengasumsikan bahwa organisasi tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham saja, akan tetapi mereka juga harus bertanggung jawab kepada berbagai kelompok dalam masyarakat yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan. Hal ini dikarenakan perilaku dan keputusan yang dibuat perusahaan akan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat (Freeman, 1984).

Setiap *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi mengenai pengaruh *stakeholder* terhadap organisasi, sekalipun *stakeholder* memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut ataupun *stakeholder* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap keberlangsungan organisasi (Deegan, 2000). Sehubungan dengan hak atas informasi itu, Gray *et al.* (1996) dalam Deegan (2000) membuat *accountability model*, yang menganggap pelaporan (*reporting*) tidak hanya sebagai pemenuhan tuntutan tetapi juga sebagai wujud pertanggungjawaban. Dengan kata lain, tiap pihak dalam lingkungan organisasi memiliki hak untuk diinformasikan mengenai operasi organisasi.

Model *stakeholder* pertama kali dikenalkan oleh Freeman (1995) yang kemudian diperbaiki oleh Fassin (2009). Menurut Fassin (2009) bahwa hubungan antar *stakeholder* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu *stakeholder* (kelompok yang memiliki hak atas perusahaan dan perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap kelompok ini), *stakewatcher* (kelompok yang

tidak memiliki hak atas perusahaan namun mereka berkepentingan membela kepentingan dari *stakeholder* langsung, seringkali dilakukan dengan cara seperti berbagai bentuk proses maupun menjadi penengah, biasanya perusahaan sulit memengaruhi mereka, misalnya *pressure group*) dan *stakekeeper* (kelompok yang meskipun tidak memiliki hak atas perusahaan namun mereka memiliki pengaruh dan kekuasaan yang kuat untuk memengaruhi perusahaan melalui peraturan-peraturan yang dibuat maupun berbagai hambatan).

Menurut Clarkson (1995) tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Namun demikian, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. Pada kenyatannya, inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka.

Berman *et al.* (1999) menjelaskan bahwa teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Oleh karena itu perusahaan akan mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* karena adanya komitmen moral dari manajemen perusahaan terhadap *stakeholder*, komitmen moral ini akan mendorong perusahaan untuk merumuskan strategi perusahaan (yang memerhatikan kepentingan *stakeholder*) di mana strategi perusahaan akan berpengaruh terhadap pencapaian kinerja keuangan perusahaan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menguraikan secara sistematis hasil-hasil penelitian yang didapat oleh peneliti terdahulu dan berhubungan dengan penelitian saat ini. Dalam bagian ini dijelaskan objek yang diteliti oleh peneliti terdahulu, tujuan serta model yang digunakan, serta hasil dari penelitian tersebut.

Ashbaugh *et al.* (1999) melakukan *survey* pada 290 perusahaan Amerika Serikat yang secara tradisional praktek pelaporan keuangannya telah dievaluasi oleh AIMR. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, ROA, peringkat pelaporan oleh AIMR, dan persentase saham yang dimiliki oleh *investor* individu. Dari pengujian didapatkan hasil bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap praktek pelaporan keuangan melalui internet.

Serupa dengan yang dilakukan oleh Asbaugh, dengan perusahaan publik di Austria sebagai sampel, Pichegger dan Wagenhofer (1999) meneliti kualitas IFR. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas IFR berhubungan positif dengan ukuran perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk kepemilikan saham atau nilai kapitalisasi perusahaan.

Debrecency *et al.* (2002) mempelajari 660 perusahaan di 22 negara yang berbeda dan menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan, teknologi informasi dan perusahaan yang terdaftar pada *NY Stock Exchange* merupakan faktor utama dalam adopsi IFR. Hasil yang sama juga didapat dari penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2002) dan Aly *et al.* (2010) dimana ukuran perusahaan adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap praktik penerapan IFR. Kemudian *leverage*, profitabilitas, kepemilikan saham oleh *investor* institusional, sektor industri muncul sebagai variabel penjelas lain mengenai adopsi IFR.

Marston (2003) melakukan penelitian terhadap praktik IFR di Jepang. Penelitian ini menguji hubungan antara ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas dan *overseas listing status* terhadap praktik IFR di Jepang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan terhadap IFR. Sedangkan tipe industri, profitabilitas dan *overseas listing status* tidak berpengaruh terhadap praktik IFR di

perusahaan-perusahaan yang ada di Jepang.

Marston dan Polei (2004) menguji penggunaan internet yang digunakan untuk pengungkapan informasi keuangan pada perusahaan Jerman pada tahun 2000 dan 2003. Penelitian ini menjelaskan perbedaan dalam praktik pelaporan keuangan pada perusahaan Jerman antara Juli 2000 (21 Juli–26 Juli 2000) dan Juni 2003 (25 Mei–3 Juni 2003). Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi variabel yang memengaruhi pengungkapan secara online, seperti: ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur kepemilikan saham, risiko sistematis, dan status listing asing perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan yang pesat dalam penggunaan internet sebagai alat komunikasi perusahaan. Skor rata-rata tingkat pengungkapan melalui *website* meningkat dari tahun 2000 sebesar 55% menjadi 68% pada tahun 2003. Hasil dari analisis yang dilakukannya menjelaskan hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah informasi yang diungkapkan. Status listing asing hanya berpengaruh secara signifikan pada tahun 2003, dan free float dalam struktur kepemilikan saham hanya berpengaruh secara signifikan untuk tahun 2000.

Cormier *et al.* (2008) melakukan penelitian yang lebih umum terkait dengan pengungkapan perusahaan. Variabel yang digunakan yaitu *capital market consideration*, *products market*, *media coverage*, *stock price*, *earning per share*, dan *equity per share*. Hasil dari penelitian ini adalah product market menjadi satu-satunya variable yang memiliki hubungan yang tidak signifikan. Selain itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan yang memfokuskan pelaporan keuangan akan terpacu untuk meningkatkan tata kelola perusahaan mereka.

Oyelere *et al.* (2003) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi pelaporan keuangan melalui internet pada perusahaan-perusahaan di Selandia Baru. Variabel-variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, internasionalisasi, penyebaran kepemilikan, jenis industri, dan *leverage*. Pengumpulan data untuk variabel yang relevan dalam penelitian ini dikumpulkan dari beberapa *website* perusahaan, bursa efek, dan beberapa edisi dari majalah bisnis "The

New Zealand”.

Oyelere *et al.* (2003) menggunakan 229 perusahaan sebagai sampel yang dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu perusahaan yang menyediakan laporan keuangan di internet (IFRC) dan perusahaan yang tidak menyediakan laporan keuangan di internet (N-IFRC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas, ukuran perusahaan, jenis industri, dan penyebaran kepemilikan merupakan penentu dan memotivasi penggunaan IFR. Namun, variabel *leverage*, profitabilitas, dan internasionalisasi tidak dapat menjelaskan pilihan untuk menggunakan internet sebagai media dalam melakukan praktik pelaporan keuangan perusahaan.

Aly *et al.* (2010) melakukan sebuah pembuktian di Mesir mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pelaporan keuangan melalui internet. Ini merupakan penelitian pertama yang dilakukan di Mesir, yang terkait dengan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pelaporan melalui internet. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konten untuk memeriksa informasi yang disajikan dalam *website* perusahaan Mesir. Profitabilitas, status listing asing, jenis industri, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran auditor digunakan sebagai variabel yang dapat memengaruhi pelaporan internet perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 56% dari total perusahaan sampel melaporkan sebagian besar informasinya di *website*. Profitabilitas, status listing asing, dan jenis industri merupakan faktor yang berpengaruh terhadap jumlah dan format penyajian informasi dalam *website* perusahaan. Namun ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan ukuran auditor tidak dapat memengaruhi isi dan format pelaporan keuangan perusahaan melalui internet.

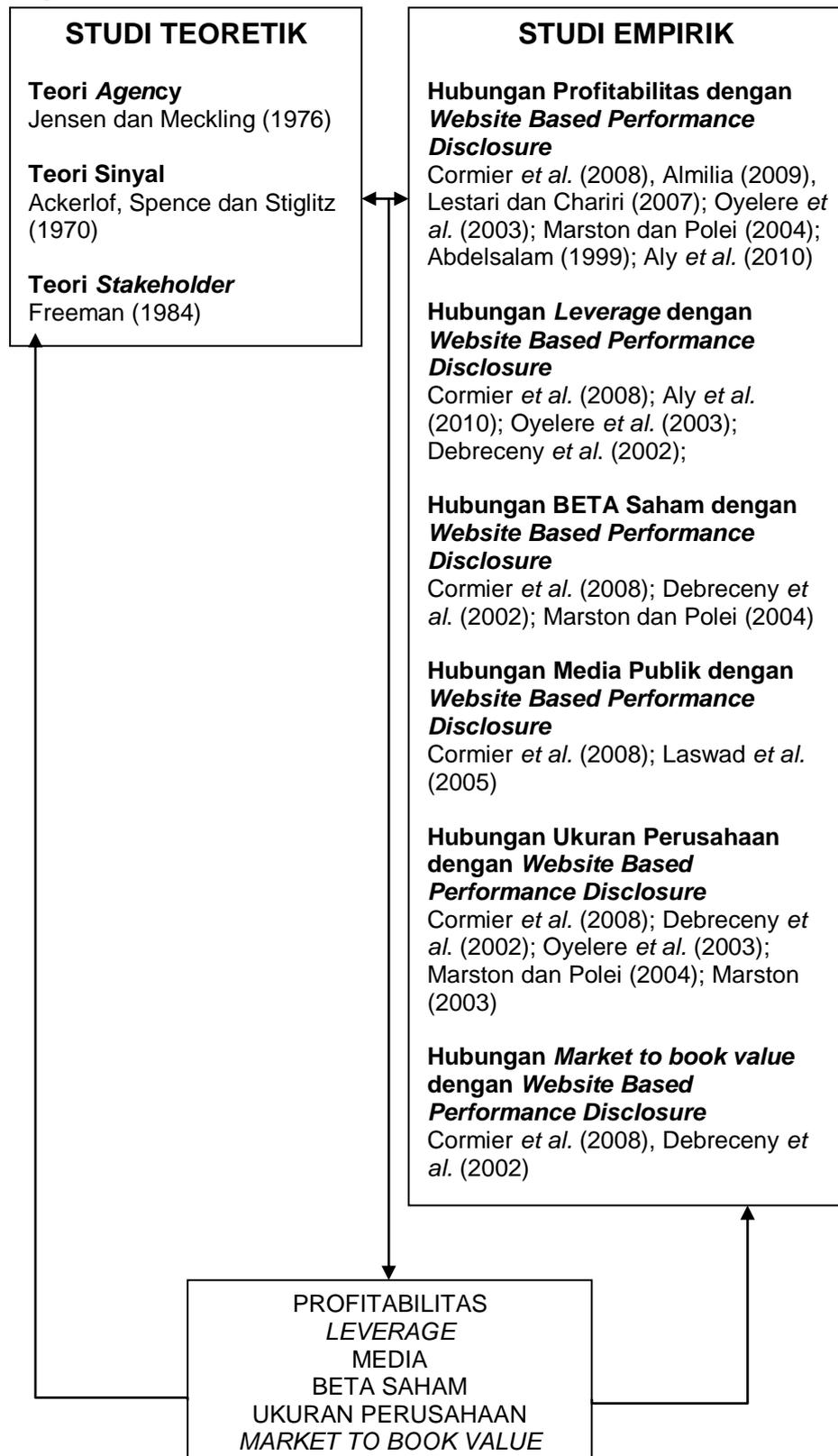
Di Indonesia penelitian mengenai *Internet Financial Reporting* telah dilakukan oleh Lestari dan Chariri (2007) yang meneliti faktor-faktor yang memengaruhi praktik pelaporan keuangan melalui internet dalam *website* perusahaan di Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta pada tahun 2005, kecuali perusahaan-perusahaan finansial.

Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, likuiditas, jenis

industri, *leverage*, reputasi auditor, dan umur listing perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah pelaporan keuangan melalui internet dalam *website* perusahaan (IFR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor–faktor seperti ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage*, reputasi auditor, dan umur listing perusahaan berpengaruh terhadap praktik IFR. Akan tetapi, faktor–faktor yang lain seperti profitabilitas dan jenis industri tidak memengaruhi pilihan perusahaan untuk menggunakan internet sebagai media pelaporan keuangan melalui *website* yang dimiliki perusahaan.

Almilia (2009) menganalisa kualitas isi *financial* dan *sustainability reporting* pada perusahaan *go public* yang berkesimpulan bahwa perusahaan di Indonesia belum secara optimal memanfaatkan *website* untuk mengungkapkan informasi.

### 2.3 Kerangka Penelitian



Gambar 1 Kerangka Penelitian

## 2.4 Hipotesis Penelitian

### 2.4.1 Profitabilitas

Teori sinyal menunjukkan bahwa perusahaan yang menguntungkan memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi lebih lanjut, untuk memberi sinyal profitabilitas perusahaan kepada *investor* untuk mendukung manajemen kelanjutan dari jabatannya dan tingkat dari kompensasi (Oyelere *et al.*, 2003), dan meningkatkan modal dengan harga termurah (Marston dan Polei, 2004). Teori keagenan juga menunjukkan bahwa manajer perusahaan yang menguntungkan memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi lebih lanjut dalam rangka untuk meningkatkan kompensasi mereka (Abdelsalam, 1999)

Salah satu penelitian menyebut profitabilitas sebagai faktor independen yang dapat memengaruhi tingkat pengungkapan (Almilia, 2009). Singhvi dan Desai (1997) dalam Almilia (2009) meneliti 500 perusahaan besar yang terdaftar Amerika Serikat, dan menemukan hubungan positif antara profitabilitas dan kualitas keterbukaan. Lebih lanjut Singhvi dan Desai (1997) dalam Almilia (2009) menjelaskan bahwa profitabilitas perusahaan dapat dianggap sebagai indikator manajemen yang baik, karena manajemen cenderung untuk mengungkapkan informasi lebih ketika profitabilitas tinggi.

Penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan, namun, hasilnya beragam (Street dan Gray, 2002 dalam Aly *et al.*, 2010). Misalnya, Pirchegger dan Wagenhofer (1999) dalam Aly *et al.* (2010) menemukan profitabilitas yang memengaruhi pelaporan internet pada perusahaan-perusahaan di Austria, tetapi tidak memengaruhi perusahaan-perusahaan di Jerman. Marston dan Polei (2004) dan Oyeler *et al.* (2003) menjelaskan bahwa profitabilitas tidak memiliki hubungan dengan pelaporan keuangan di internet.

Perusahaan dengan kinerja yang buruk cenderung menghindari penggunaan teknik pelaporan keuangan melalui internet karena mereka berusaha untuk menyembunyikan *badnews*. Berbeda dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, mereka akan lebih memilih untuk menggunakan pelaporan keuangan melalui internet untuk membantu perusahaan menyebarkan *goodnews* (Lestari dan Chariri, 2007).

Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

**H1 : Profitabilitas memengaruhi tingkat pengungkapan kinerja di *website***

#### **2.4.2 Leverage**

Teori keagenan telah digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *leverage* dan pengungkapan perusahaan (Aly *et al.*, 2010). Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa semakin tinggi *leverage* perusahaan, semakin baik transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham perusahaan (Jansen dan Meckling, 1976 dalam Oyelere *et al.*, 2003).

Jansen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa terkadang manajer cenderung menyampaikan informasi-informasi positif untuk menutupi kekurangan perusahaan. Hal ini berarti manajer dapat menyampaikan informasi-informasi positif perusahaan yang lebih lengkap untuk mengalihkan perhatian kreditur dan pemegang saham untuk tidak terlalu fokus hanya pada *leverage* perusahaan yang tinggi. Misalnya, penerbitan surat utang mendorong manajer untuk meyakinkan pihak kreditur bahwa perusahaan akan membayar utang obligasinya melalui penyampaian informasi mengenai rencana perusahaan untuk melakukan investasi yang memberikan ekspansi imbal balik yang tinggi pula sehingga dapat menutup utang perusahaan.

Debrecey *et al.* (2002) mengamati bahwa peningkatan *leverage* membuat biaya keagenan juga meningkat. Manajemen bisa secara sukarela mengungkapkan di internet untuk memungkinkan kreditur memantau terus urusan perusahaan dan membantu mereka menilai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya tepat waktu. Ismail (2002) menambahkan bahwa meskipun ada biaya tambahan yang terkait dengan penyebaran informasi perusahaan di internet, penyebaran ini mungkin menyediakan informasi yang lebih *update* yang dapat dipercaya kepada para kreditur dan akan kembali mengurangi biaya keagenan.

Penelitian lain menunjukkan tidak adanya hubungan antara *leverage* dengan pelaporan informasi keuangan di internet. Oyelere *et al.* (2003) menemukan *leverage* tidak menjelaskan keputusan untuk menggunakan internet dalam pelaporan keuangan

perusahaan.

Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

**H2 : Leverage memengaruhi tingkat pengungkapan kinerja di website**

### 2.4.3 Beta Saham

Teori sinyal menjelaskan bahwa semakin kompleks kegiatan operasi perusahaan, maka kemungkinan asimetri informasi yang terjadi semakin besar. Untuk mengurangi asimetri ini, maka manajer cenderung memberikan sinyal kepada investor berupa informasi keuangan. (Wolk *et al.*, 2008)

Beta merupakan risiko sistematis suatu perusahaan yang merupakan *proxy* untuk asimetris informasi antara manajer perusahaan dan *investor* (Cormier *et al.*, 2008). Lebih lanjut Cormier *et al.* (2008) menjelaskan bahwa semakin tinggi risiko sistematis suatu perusahaan, semakin sulit bagi *investor* untuk secara tepat menaksir nilainya. Sehubungan dengan teori sinyal, maka beta saham merupakan sinyal tentang pengungkapan informasi pada suatu perusahaan.

Menurut Botosan (1997) dan Sengupta (1998) dalam Debreceny *et al.* (2002) bahwa beta merupakan faktor penentu yang penting dari biaya modal. Salah satu cara untuk mengurangi risiko dan menurunkan biaya modal perusahaan yaitu dengan mempublikasi informasi tentang perusahaan.

Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

**H3 : Beta saham memengaruhi tingkat pengungkapan kinerja di website**

### 2.4.4 Pengaruh Media

Teori *Stakeholder* mengasumsikan bahwa organisasi tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham saja, akan tetapi mereka juga harus bertanggung jawab kepada berbagai kelompok dalam masyarakat. Masyarakat yang dimaksud adalah mereka yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan

karena perilaku dan keputusan yang dibuat perusahaan akan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat tersebut (Freeman, 1984).

Dalam menilai bagaimana pengungkapan perusahaan akan memengaruhi pemegang saham, perusahaan harus mempertimbangkan pihak luar dan pesaing peserta lainnya di pasar produk. Misalnya, jika tekanan kelompok dan konstituen sosial lainnya merasa mendapatkan pelecehan atau perilaku perusahaan yang mereka anggap tidak tepat, mereka dapat melobi regulator atau pemerintah untuk mengambil tindakan-tindakan yang akan merugikan pemegang saham perusahaan. Oleh karena itu, ada kontrak sosial yang tersirat antara organisasi dan mereka yang terkena dampak operasinya (Brown dan Deegan, 1998 dalam Cormier *et al.*, 2008).

Sebuah organisasi yang ingin melanjutkan operasinya harus memastikan bahwa kegiatan operasinya memenuhi syarat-syarat kontrak sosial, bahkan jika mereka berkembang dari waktu ke waktu (Deegan dan Rankin, 1996; Neu *et al.*, 1998 dalam Cormier *et al.*, 2008). Karena tekanan kelompok tersebut dan konstituen sosial lainnya tidak dapat secara langsung mengamati kegiatan perusahaan dan tindakan yang dilakukan perusahaan tersebut, mereka harus bergantung pada sumber-sumber tidak langsung seperti media.

Beberapa literatur menekankan 4 hal yang menjadi isu-isu krusial dalam ruang lingkup *stakeholder* salah satunya adalah media massa (Kelley, 1991; Kirby, 1988 dalam Henriques dan Sadorsky, 1999). Media massa (*Mass media*) dalam lingkungan bisnis saat ini memiliki peran yang sangat dominan dalam membentuk opini masyarakat terhadap suatu aktifitas perusahaan (Henriques dan Sadorsky, 1999).

Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

**H4 : Media Publik memengaruhi tingkat pengungkapan kinerja di *website***

#### **2.4.5 Ukuran Perusahaan**

Perusahaan besar memiliki asimetri informasi yang lebih tinggi antara manajer dan pemegang sahamnya. Hal ini mengakibatkan tingginya biaya keagenan. Untuk

menekan biaya keagenan ini, perusahaan besar seharusnya melaporkan informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan yang kecil (Firth, 1979; Chow dan Qong-Boren, 1987 dalam Debreceeny *et al.*, 2002).

Menurut Oyelere *et al.* (2003) bahwa salah satu faktor penentu yang paling sering diidentifikasi dari pengungkapan laporan keuangan adalah ukuran perusahaan. Para peneliti menyarankan bahwa mungkin ada hubungan positif antara ukuran dan pengungkapan (Marston, 2003; Marston dan Polei, 2004; Oyelere *et al.*, 2003). Peningkatan pengungkapan informasi diperkirakan akan menurunkan *agency cost* yang dapat muncul dari konflik kepentingan dari pemegang saham, manajer dan pihak yang berutang (Marston, 2003). Selain itu, pengungkapan sukarela cenderung untuk mengurangi biaya politik yang tinggi bagi perusahaan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil (Marston, 2003; Marston dan Polei, 2004).

Menurut Oyelere *et al.* (2003) bahwa *agency cost* tersebut berupa biaya penyebarluasan laporan keuangan, termasuk biaya cetak dan biaya pengiriman laporan keuangan kepada pihak-pihak yang dituju oleh perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi *agency cost* tersebut adalah dengan menerapkan praktik IFR dalam menyebarkan laporan keuangan perusahaan. Selain itu, perusahaan yang lebih besar memiliki kompleksitas yang lebih tinggi, sehingga para *investor* akan membutuhkan informasi keuangan yang lebih banyak guna pengambilan keputusan investasi yang lebih baik (Oyelere *et al.*, 2003).

Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

**H5 : Ukuran perusahaan memengaruhi tingkat pengungkapan kinerja di *website***

#### **2.4.6 Market to book value**

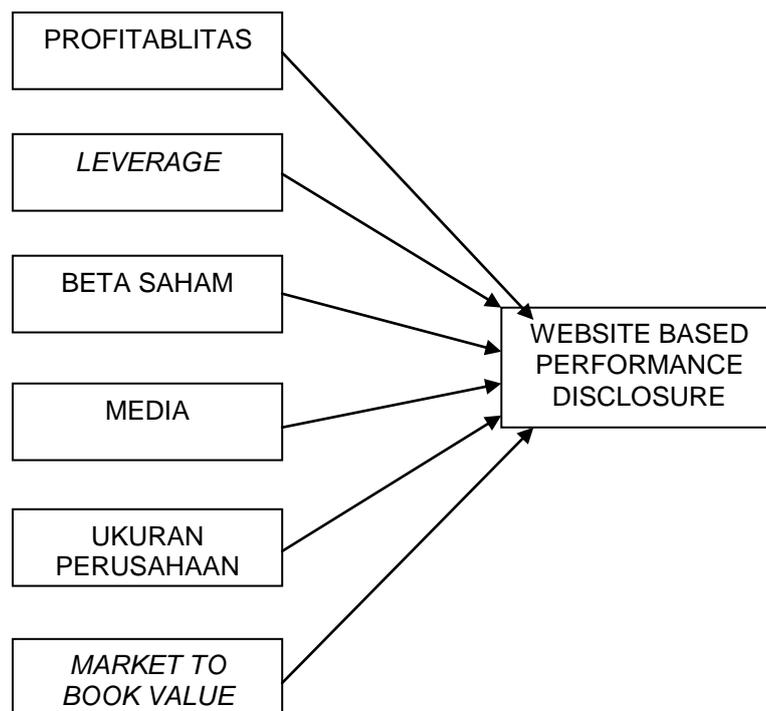
Teori sinyal dapat menjelaskan tentang hubungan antara *market to book value* dengan tingkat pengungkapan kinerja perusahaan. *Market to book value* sebagai rasio yang mencerminkan perbandingan nilai saham perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor bagaimana return yang akan diharapkan.

Perusahaan dengan prospek pertumbuhan tinggi dan aset tidak berwujud tinggi yang timbul dari faktor-faktor seperti teknologi, strategi perusahaan, dan sumber daya manusia cenderung memiliki rasio *market to book value* yang tinggi (Lev dan Sougiannis, 1999 dalam Debreceeny *et al.*, 2002). Perusahaan seperti ini akan menimbulkan informasi tertentu yang tidak efektif yang kemudian akan dilaporkan kepada *investor* melalui pengungkapan tradisional. (Debreceeny *et al.*, 2002).

Adanya asimetri informasi ini membuat manajer cenderung untuk mengungkapkan informasi yang lebih banyak sehingga dapat mengurangi asimetri informasi tersebut. Selain itu, untuk mengurangi adanya informasi yang tidak efektif ini, maka perusahaan bisa menerapkan IFR atau *conference calls* (Frankel *et al.*, 1999 dalam Debreceeny *et al.*, 2002).

Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

**H6 : *Market to book value* memengaruhi tingkat pengungkapan kinerja di *website***



**Gambar 2 Model Penelitian**