

BAB I

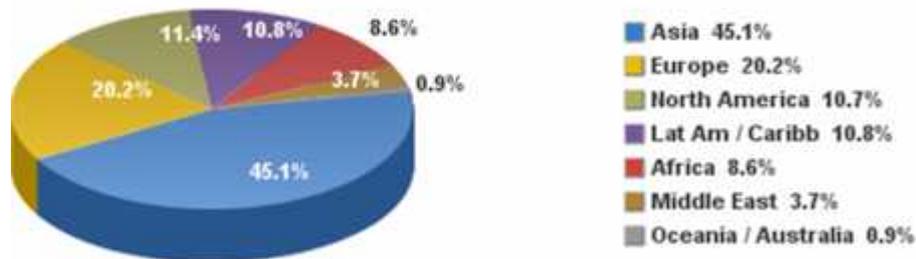
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi terus meningkat dari tahun ke tahun semakin berkembangnya teknologi maka semakin besar juga kebutuhan masyarakat atas sebuah informasi dan komunikasi maka media internet telah menjadi pilihan di saat ini. Zaman modern ini semua kegiatan dari aktivitas-aktivitas dilakukan di dalam media internet mulai dari hal kecil baik itu bersifat mencari profit atau hanya memberikan hiburan, informasi yang diberikan kepada pemakai kepentingan melalui sebuah situs yang di buat oleh individu, organisasi, pemerintah, ataupun pihak swasta dan lain-lain dalam media internet.

perkembang internet didunia yang terus meningkat membuat suatu lembaga organisasi yaitu *internet world stats* melakukan riset rutin mengenai jumlah pengguna internet yang di umumkan dalam sebuah situs resminya <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, 31 Desember 2013. asia adalah pengguna media internet tertinggi dengan jumlah 45,1% sedangkan eropa pada posisi kedua dengan jumla 20,2%, Posisi ke tiga north America dengan jumlah 10,7% dan amerika latin posisi ke empat dengan jumlah 10,8%, afrika pada posisi ke 5 dengan jumlah 8,6%, timur tengah dengan 3,7% dan paling rendah adalah Australia dengan 0,9%.

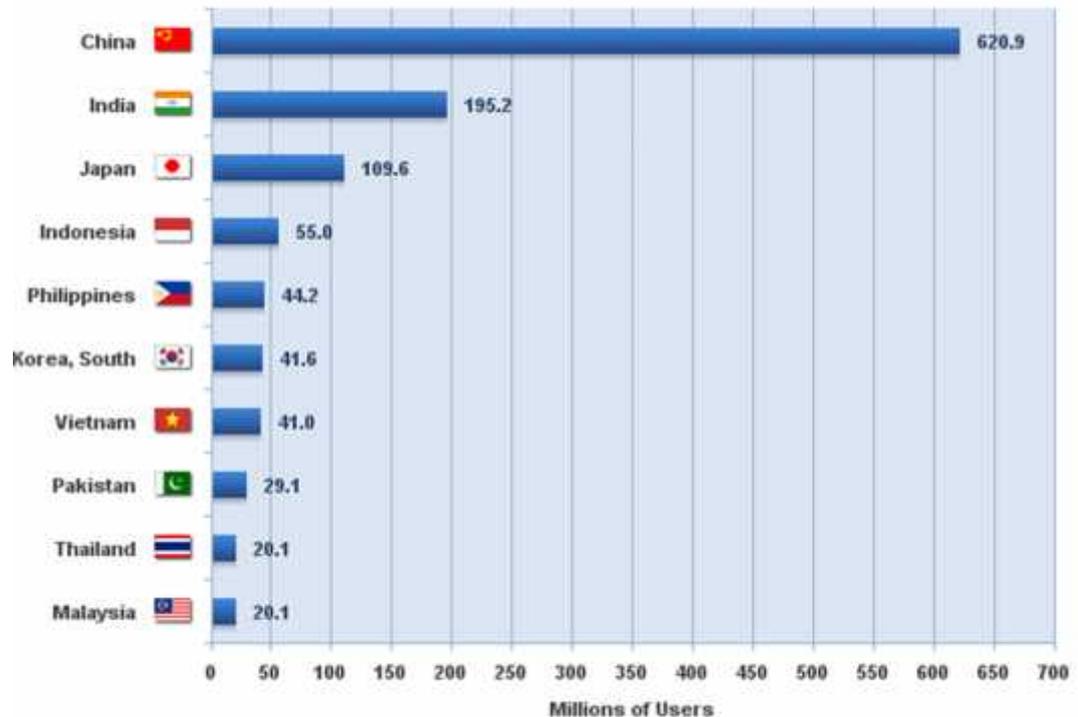
Internet Users in the World Distribution by World Regions - 2013 Q4



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
Basis: 2,802,478,934 Internet users on Dec 31, 2013
Copyright © 2014, Miniwatts Marketing Group

Berdasarkan internet world stats pada tahun 2013 indonesia berada pada posisi ke empat setelah posisi pertama adalah China dan kedua adalah India dan ke tiga adalah Jepang sebagai pengguna internet terbesar di asia dengan jumlah populasi 3.996.408.007 atau dengan persentase 31,7% pengguna di dunia. Indonesia sebagai pengguna internet terbesar urutan ke 4 dengan jumlah persentase 4,3% dengan jumlah populasi pengguna internet 253.609.643 sedangkan China dengan jumlah persentase 49,1% dengan jumlah populasi pengguna internet 1.355.692.576 tertinggi di asia, India dengan persentase 15,4% dengan jumlah populasi pengguna internet 1.236.344.631 dan Japan dengan persentase 8,7% dengan populasi pengguna internet 127.103.338, Indonesia pada posisi ke empat dengan 4,3% dengan jumlah populasi pengguna internet 253.609.643 sisa di ikuti oleh negara philippines 3,5%, Korea selatan 3,3%, Vietnam 3,2%, Pakistan 2,3%, Thailand 1,6%, Malaysia 1,6%.

Asia Top Internet Countries December 31, 2013



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats3.htm
2,802,478,934 Internet users in the World estimated for Dec 31, 2013
Copyright © 2014, Miniwatts Marketing Group

Bagas (2012), menyatakan Pengguna Internet di Indonesia telah meningkat dari tahun ke tahun, berdasarkan *public data explorer* dalam situs google 2012 menyatakan adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 1994 sampai dengan tahun 2010 yang mencapai 9,1% dari jumlah penduduk. Meningkatnya pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun mengakibatkan adanya perubahan dalam penyebaran informasi. Perusahaan semakin banyak menggunakan internet sebagai media penyebarluasan informasi.

Semakin tinggi pengguna internet menjadi alasan utama perusahaan untuk memaksimalkan internet dengan cara membuat *website* perusahaan tersendiri

dalam menyampaikan informasi yang bersifat keuangan dan non keuangan yang berguna oleh pengguna informasi perusahaan atau dengan kata lain pihak eksternal perusahaan memaksimalkan informasi lebih bertujuan untuk memanjakan pengguna informasi dan sekaligus menekan biaya-biaya pada pembuatan laporan keuangan perusahaan yang bersifat manual menjadi berbasis internet.

Handoko (2013), *Website* merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari jaringan internet. Jaringan ini menghubungkan antara pengguna dengan *website*, sehingga pengguna dapat mengakses *website* tersebut. Pengertian *website* itu sendiri yaitu kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*).

Informasi memiliki peran yang sangat penting dengan adanya informasi yang dapat di pahami oleh pengguna kebutuhan dalam mengambil keputusan maka informasi tersebut sangat penting. Dalam memaksimalkan aktivitas perusahaan maka perusahaan memberikan informasi dapat dipahami, lengkap, akurat, tepat waktu dan terpercaya yang di sediakan dalam annual report perusahaan dalam suatu media internet yang sangat membantu para investor untuk mengambil keputusan secara rasional, sehingga memperoleh hasil yang diharapkan. Internet 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.*, dalam Indah 2011)

Perkembangan tersebut telah mempengaruhi perusahaan untuk lebih selektif dalam menyajikan informasi laporan keuangan perusahaan dengan merubah pola informasi berbasis manual menjadi menjadi informasi berbasis internet yang sering kita kenal yaitu Internet Financial Reporting yang merupakan laporan baik itu bersifat financial yang berupa penyajian laporan keuangan tahunan ataupun pertriwulan dari perusahaan sedangkan informasi bersifat non financial yaitu sebuah informasi berupa kebijakan perusahaan atau tentang langkah-langkah perusahaan itu sendiri sebagai bentuk peran perusahaan untuk memanjakan pengguna informasi dalam mengambil keputusan.

Menurut Jones dan Xiao dalam Bagus (2012), internet merupakan alternatif baru dalam pelaporan keuangan yang biasa dikenal dengan istilah *Internet Financial Reporting (IFR)*. Penggunaan internet membuat pelaporan keuangan menjadi lebih cepat dan mudah, serta memberikan *image* yang lebih baik bagi perusahaan. Dengan semakin majunya media internet keterbatasan karena perbedaan wilaya, geografis tidak menjadi masalah bagi perusahaan dalam menyampaikan laporan keuangan bahkan cenderung frekuensi pelaporan keuangan kepada publik semakin meningkat mengingat kebutuhan laporan keuangan dalam pengamabilan keputusan itu diperlukan dengan cepat.

Healy dan Palepu dalam widaryanti (2008), menemukan bahwa strategi pengungkapan merupakan sarana atau media potensial yang sangat penting bagi para manajer perusahaan emiten untuk dapat mempengaruhi atau memberi dampak terhadap keputusan-keputusan investasi para investor sebagai pihak luar perusahaan.

Meskipun banyak perusahaan sudah banyak menggunakan website sebagai media sarana komunikasi tetapi tidak berarti bahwa keberadaan website memiliki kualitas dan kuantitas yang tersandarisasi antar perusahaan. Pengembangan pelaporan keuangan berbasis internet dewasa ini dianggap sebagai perkembangan praktik akuntansi pengungkapan yang ada meskipun perkembangan praktik ini tidak didasari dengan standarisasi pengungkapan informasi keuangan dengan media internet. Informasi keuangan yang disajikan dalam IFR mencakup laporan keuangan komprehensif, termasuk di dalamnya *footnotes*, bagian laporan keuangan, *financial highlights* dan ringkasan laporan keuangan (Ettredge *et al.*, dalam Hanny, 2007)

Smith dalam Hermana (2013), menyatakan bahwa dinamikan dalam dunia bisnis menyebabkan laporan keuangan bebrbasis kertas yang tradisional menjadi kurang teapat waktu dan kurang bermanfaat bagi para pengambil keputusan. Para pengguna informasi tersebut bisa berupa pengguna informasi dalam pengambilan kuptusan yaitu investor atau para pemegang saham, para kreditur, masyarakat, ataupun akademis, atau pihak eksternal lainnya. Selarasnya dengan berbagai macam invasi dalam teknologi internet yang semakin murah namun tetap ampuh sebagai alat komunikasi keuangan maupun

non keuangan yang yang seharusnya digunakan perusahaan untuk memberikan informasi kepada para pengguna informasi.

Lai *et al.*, dalam Herditha (2011), menyatakan bahwa eksistensi dan kelengkapan informasi keuangan yang dipublikasikan di *website* perusahaan akan menyebabkan investor mengevaluasi kembali keputusan investasi yang diambil oleh investor tersebut yang berdampak pada reaksi pasar. Menurut Hartono dalam Herditha (2011), suatu pengumuman atau informasi memiliki kandungan informasi jika pasar bereaksi pada waktu pengumuman tersebut dipublikasikan. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan *abnormal return* dari sekuritas yang bersangkutan. Rohman dalam Herditha (2011) menjelaskan bahwa suatu informasi akan memiliki nilai jika keberadaan informasi tersebut menyebabkan investor melakukan transaksi di pasar modal. Transaksi ini tercermin melalui perubahan *abnormal return* saham yang terjadi dengan perubahan saham secara signifikan.

Smith dalam Hermana (2013), kerangka kerja pengelolaan mengenai laporan keuangan berbasis internet kurang mendapatkan perhatian dari manajemen perusahaan. Ketidak konsistenan tersebut berlawanan dengan fungsi dari perusahaan sebagai penyedia informasi kepada pengguna informasi dalam perusahaan tersebut. Informasi perusahaan yang diberikan melalui media website merupakan pengungkapan sukarela dan tidak diregulasi oleh badan tertentu pada beberapa negara berkembang, seperti juga di Indonesia.

Menurut Hunter dalam Hermana (2013), nilai website perusahaan di India, Indonesia, dan Afrika Selatan semakin tinggi karena peningkatan investasi

dibidang teknologi web. Perusahaan yang memiliki website pun semakin meningkat. Lembaga keuangan di Indonesia, khususnya perusahaan di manufaktur Indonesia dalam berbagai sektor yang mulai mengembangkan dan menerapkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), termasuk penyediaan website resmi yang dikelola perusahaan. Transparansi atau keterbukaan informasi menjadi latar belakang berbagai penyempurnaan kebijakan atau regulasi pemerintah mengenai pelaporan keuangan di perusahaan. Pasal 43 peraturan menteri keuangan Nomor 53/PMK/010/2012 disebutkan pada ayat 1 bahwa perusahaan wajib mengumumkan ringkasan atas laporan keuangan tahunan pada website perusahaan paling lambat tanggal 30 april tahun berikutnya. Ayat 2 dijelaskan juga bahwa perusahaan wajib mengumumkan laporan keuangan pertriwulan pada website perusahaan paling lama 1 (satu) bulan setelah berakhirnya triwulan yang bersangkutan.

Menurut Almia (2008), perusahaan yang bersaing dalam kompetisis bisnis adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi dalam perusahaannya. Hanny (2007), penggunaan internet menyebabkan laporan keuangan lebih cepat dan muda, sehinga mudah di akses oleh siapapun dan kapanpun, dimanapun. Laporan berbasis internet tersebut seharusnya menjadi prioritas perusahaan dalam bentuk tanggung jawab atas kegiatan dan aktivitas perusahaan dalam memasimalkan keuangan dalam perusahaan.

Lodhia dalam Hermana (2013), menyatakan bahwa banyak perusahaan tidak peduli dengan manfaat pontesial yang di tawarkan oleh website perusahaan untuk tujuan komunikasi. Hal tersebut dapat merugikan karena IFR

saat ini sangat berkembang karena laporan keuangan berbasis internet merupakan hal yang paling efektif dan efisien dalam aktivitas perusahaan di bandingkan informasi keuangan perusahaan berbasis tradisional yang menggunakan biaya-biaya yang besar dalam aktivitas dan membutuhkan waktu yang relatif lama dalam pendistribusiannya kepada para pengambil keputusan.

Xlao dan kawan-kawan dalam Hanny (2007), mengemukakan bahwa tidak semua perusahaan menyajikan laporan keuangan dalam *website* pribadi mereka. Perusahaan cenderung tidak melakukan IFR karena tidak ada keamanan yang menjamin internet bebas dari penyalahgunaan. Dengan kata lain terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pilihan perusahaan untuk menerapkan IFR atau tidak.

Debreceeny dan Gray dalam Herditha (2011), dalam penelitian tersebut dengan sampel 660 perusahaan dari 22 negara yang termasuk ke dalam 30 perusahaan terbesar pada Dow Jones Global Index menunjukkan bahwa hanya 14% perusahaan yang tidak memiliki website dan 25% memiliki website tetapi tidak digunakan untuk melaporkan informasi keuangan.

Hasil penelitian IFR masih menghasilkan temuan yang tidak konsisten dari penelitian Almilia (2008), dan Prasteya (2012), profitabilitas berpengaruh positif karena perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak mengenai informasi kepada publik dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki tingkat *profitabilitas* yang

tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama, sehingga para *stakeholders* dapat menilai posisi persaingan perusahaan.

Hanny (2007), dan Mitha (2012), mendapatkan hasil yang berbeda profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap IFR dengan alasan Banyak perusahaan yang profitabilitasnya menurun sehingga informasi mengenai profitabilitas kurang diperhatikan oleh perusahaan dalam pelaporan keuangannya. Profitabilitas yang rendah tidak menghambat perusahaan untuk melakukan IFR. Baik perusahaan dengan *profitabilitas* tinggi maupun perusahaan dengan profitabilitas rendah akan tetap melakukan IFR dengan tujuan untuk menunjukkan keterbukaan manajemen perusahaan dalam melaporkan informasi keuangan perusahaan.

Ketidak konsistenan juga terdapat pada leverage penelitian Almia (2008), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif pada perusahaan namun Hanny (2007), leverage berpengaruh positif. Pengujian lebih lanjut untuk mengetahui temuan empiris yang di harapkan dapat mampu memberikan kontribusi bagi pembaca dan pihak yang ingin mengetahui hasil penelitian terbaru. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh *ukuran perusahaan, profitabilitas, umur listing, reputasi audit* diperusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) terhadap Internet Financial Reporting (IFR).

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian Almia (2008), penelitian ini menggunakan objek yang berbeda dan tahun yang tidak sama karena jarak waktu yang relatif berjangka waktu yang lama yaitu 6 tahun dengan

perkembangan teknologi di setiap tahun sehingga di harapkan menghasilkan waktu kontribusi yang lebih baik dari penelitian sebelumnya, dari penelitian ini menggunakan sample dari BEI dari tahun 2011-2013.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, leverage, umur listing, reputasi auditor berpengaruh positif terhadap internet financial reporting (IFR) dalam situs resmi webs perusahaan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk memberikan temuan empiris apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, leverage, umur listing, reputasi auditor berpengaruh positif terhadap internet financial reporting (IFR) dalam situs resmi webs perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoristis

Berdasarkan penelitian yang teoristis di harapkan dapat memberikan kontribusi bagi para pembaca dalam semua bidang yang ingin mengetahui mengenai *Internet Financial reporting* serta mengenai pengungkapan pelaporan keuangan di perusahaan berbasis internet.

2. Manfaat Praktis

a. Berdasarkan kegunaan praktis, penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam memaksimalkan *Internet Financial Reporting (IFR)* dalam memberikan kontribusi bagi pengguna informasi dan semakin baik informasi yang diberikan perusahaan maka semakin baik bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan kepada investor ataupun dapat menarik investor sebagai pengguna informasi.

b. Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi atau memberikan refrensi, bahan informasi kepada penelitian selanjutnya mengenai *Internet Financial Reporting (IFR)* perusahaan.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini tersusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang terkait dengan pengaruh karakteristik dan tata kelola perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi financial maupun non financial yang di ungkapkan melalui situs resmi *website* perusahaan di Indonesia.

Bab II : Telaah Pustaka

Bab ini berisi telaah pustaka yang digunakan untuk membahas masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Mencakup teori-teori dan penelitian terdahulu, yang mendukung perumusan hipotesis serta analisis hasil-hasil penelitian lainnya, kerangka pemikiran dan hipotesis yang berhubungan dengan tingkat pengungkapan informasi perusahaan.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang pengujian atas hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan dasar teoritisnya.

Bab V : Penutup

Bab ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis, keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian selanjutnya dan pihak yang berkepentingan lainnya.