

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pelaporan Keuangan

Pelaporan keuangan bukan merupakan satu-satunya sumber informasi yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan bisnis. Pelaporan keuangan tidak hanya terdiri dari laporan keuangan, tetapi semua informasi yang berhubungan baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan sistem akuntansi. Pelaporan keuangan sesuai dengan SFAC (*Statement of Financial Accounting Concepts*)

No.1 terdiri dari:

1. Laporan keuangan dasar (*Basic Financial Statement*) yang terdiri dari laporan keuangan (*Financial Statement*) dan catatan atas laporan keuangan (*Notes of Financial Statements*)
2. Informasi-informasi tambahan (*Supplementary informations*)
3. Laporan-laporan selain laporan keuangan (*Other means of financial reporting*).

FASB dan SFAC no.1 secara tegas menjelaskan bahwa tujuan pelaporan keuangan adalah bukan sesuatu yang tidak terpengaruh (*immutabel*). Tujuan pelaporan dengan dipengaruhi oleh lingkungan ekonomi, politik dan sosial dimana keuangan berasal. Adapun tujuan pelaporan keuangan dalam SFAC no.1 adalah

1. Menyediakan informasi yang bermanfaat bagi investor, potensial investor, kreditur dan pengguna lainnya untuk melakukan investasi, pemberian kredit dan keputusan secara rasional.
2. Menyediakan informasi untuk membantu investor dan potensial investor, kreditur dan pengguna lainnya untuk menilai jumlah, waktu dan ketidakpastian prospek perolehan kas dan deviden bunga dan penerimaan, penjualan, penebusan atau pinjaman
3. Menyediakan informasi tentang sumber daya perusahaan, klaim terhadap sumber daya tersebut dan pengaruh transaksi kejadian dan lingkungan serta klaim yang dapat berpengaruh terhadap sumber daya tersebut.

2.2. Internet Financial Reporting

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dewasa ini maka perkembangan *Internet Financial Reporting* pun berbanding lurus dengannya. *Internet Financial Reporting* mengacu pada pengguna situs *web* untuk menyebarkan informasi keuangan perusahaan. Dalam pendekatan baru ini, perusahaan menggunakan internet untuk memasarkan perusahaan kepada investor dan pemegang saham. Dalam perusahaan yang menerapkan *Internet Financial Reporting*, kegiatan pemasaran tidak lagi sebatas produk saja dan situs *web* perusahaan tidak hanya diperlukan untuk konsumen semata tetapi juga diperuntukkan untuk para calon investor.

Literatur *Internet Financial Reporting*, semakin banyak dan beragam *Internet Financial Reporting* adalah fenomena yang berkembang sangat pesat. Sejumlah

penelitian membahas keuntungan *internet financial reporting*, spekulasi keberadaan *internet financial reporting* dimasa yang akan datang, dan mengenai isu dan perhatian dalam hubungannya dengan penggunaan penyampaian informasi perusahaan melalui media tersebut. Beberapa perusahaan di penjuru dunia mempublikasikan informasi keuangan perusahaan mereka di internet. Partisipasi perusahaan dalam *internet financial reporting* dipandang sebagai suatu dokumen atas praktik pengungkapan sukarela mereka. manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan *website* bagi organisasi yaitu (M. Suyanto. 2003 dalam Almilia.2009)

- Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan dan pendistribusian serta penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
- Akses informasi lebih cepat.

Selain bermanfaat bagi perusahaan, menurut. M. Suyarito (2003) dalam. Almilia (2009) penggunaan *website* perusahaan juga bermanfaat untuk konsumen yaitu sebagai berikut:

- Memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan investasi sepanjang hari karena aksesnya yang tidak dibatasi waktu.
- Memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan.
- Pengiriman informasi menjadi sangat cepat.
- Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail.

Manfaat yang dirasakan perusahaan khususnya untuk kepentingan pelanggan bahwa *website* dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- Mendapatkan pelanggan baru. Dengan adanya *website*, memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru baik itu domestik ataupun dalam cakupan yang lebih luas lagi.

- Menarik konsumen untuk tetap bertahan. misalnya layanan banking membuat nasabah tidak akan berpindah ke bank lain.
- Dengan adanya *website*. perusahaan dapat meningkatkan layanan dengan melakukan interaksi yang lebih personal sehingga informasi tersampaikan dengan baik dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Di lain pihak, kebanyakan instrumen tradisional yang menghubungkan perusahaan dengan investor adalah laporan perusahaan, laporan interim, rapat umum tahunan dan lain sebagainya. Internet dapat dilihat sebagai suatu jaringan distribusi alternatif bagi informasi perusahaan dengan kualitas atas penggabungan pengurangan biaya untuk pelaporan perusahaan dengan keuntungan tambahan bagi kelompok target.

Di sisi lain, bentuk baru komunikasi yang melekat pada teknologi internet menjadi mungkin. Aplikasi teknologi internet yang mungkin dilakukan di beberapa wilayah seperti : (1) distribusi laporan perusahaan melalui internet, dengan cara memanfaatkan keunggulan kehadiran teknologi yang menggunakan kapasitas penyimpanan yang tidak terbatas ; (2) identifikasi dan menuntun pengguna laporan keuangan dengan bantuan teknologi ; (3) ketetapan atas keterangan pers dan jasa informasi lainnya ; (4) komunikasi langsung antar investor menghubungkan departemen dan kelompok target menggunakan fitur seperti suara elektronik individu atau *mailing lists*, partisipasi *online* dalam rapat umum perusahaan, pengaturan *chat* internet atau konferensi.

Karakteristik utama internet sebagai media yang menghubungkan perusahaan dengan investor yang hampir setiap elemen atas penghubung investor dapat digabungkan dengan media ini. Hal ini tidaklah mengejutkan bahwa perusahaan menggunakan teknologi internet dalam aktivitas hubungan mereka dengan investor semakin luas. Internet menawarkan fasilitas untuk menyediakan semua kelompok yang tertarik dengan informasi untuk membuat informasi yang baik, keputusan investasi yang tepat waktu yang demikian mengurangi keunggulan informasi atas institusional investor dan perantara informasi.

Dengan perkembangan internet dan perluasan penggunaannya bagi pelaporan keuangan, telah terjadi suatu peningkatan jumlah investigasi akademik yang berhubungan dengan masalah ini. Penelitian yang tersedia dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori berikut : penelitian praktik aplikasi pelaporan keuangan di internet pada suatu negara, perbandingan penelitian yang melibatkan beberapa negara, penelitian dalam faktor yang mempengaruhi pelaporan keuangan di internet. Jenis penelitian pertama adalah bersifat deskriptif yang mana analisis dibuat atas penggunaan pelaporan keuangan di internet di suatu negara. investigasi seperti itu biasanya menyediakan data tentang presentasi perusahaan yang menggunakan pelaporan keuangan internet, jangkauan informasi keuangan yang dipublikasikan dan format laporan yang dipublikasikan.

Fisher *et.al* (2000) juga menguji adopsi sukarela internet sebagai media untuk menyalurkan laporan keuangan dan determinan atas praktik sukarela tersebut dengan perusahaan di Selandia Baru. Hasilnya mengindikasikan bahwa beberapa

determinan atas pelaporan keuangan tradisional seperti ukuran perusahaan, likuiditas, sektor industri, sebaran pemegang saham. adalah determinan atas adopsi sukarela pelaporan keuangan internet. Temuan lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan lainnya seperti leverage, profitabilitas dan internasionalisasi tidak menjelaskan pilihan untuk menggunakan internet sebagai media untuk pelaporan keuangan perusahaan .

Sejak tahun 1995, terdapat perkembangan penelitian empiris terkait dengan *Internet Financial Reporting* yang merefleksikan perkembangan bentuk pengungkapan informasi perusahaan. Beberapa penelitian menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan dalam *website* perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Almilia dan Sasongko (2008). beberapa penelitian menguji sifat dan perluasan pelaporan keuangan pada *website* perusahaan yang merupakan instrumen komunikasi yang menghubungkan perusahaan dengan *stakeholder*.

Penelitian terkait dengan *Internet Financial Reporting* di Indonesia dilakukan oleh Almilia dan Sasongko (2008) menguji kualitas pengungkapan informasi pada *website* industri perbankan yang go public di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan indeks yang dikembangkan oleh Cheng, Lawrence dan Coy (2000), dan Almilia dan Sasongko (2008) terdapat sampel 19 industri perbankan yang membuktikan bahwa adanya keberagaman pengungkapan informasi pada *website* industri perbankan di Indonesia. Temuan lain dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak banyak *website* industri perbankan yang mengoptimalkan

pemanfaatan teknologi informasi khususnya internet sebagai sarana pengungkapan informasi perusahaan dan hanya menampilkan informasi produk-produk mereka saja.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Almilia dan Sasongko (2008) menguji kualitas pengungkapan informasi pada *website* 19 industri perbankan dan 35 perusahaan yang tergolong dalam kelompok LQ 45. Penelitian ini memberikan bukti bahwa industri perbankan memiliki kualitas pengungkapan informasi pada *website* untuk komponen teknologi dan *user support* lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tergolong dalam kelompok LQ-45.

Manfaat potensial yang membedakan *Internet Financial Reporting* dari jenis-jenis pengungkapan sukarela lainnya adalah sebagai berikut:

1. *Internet financial reporting* dapat mengurangi biaya penyebarluasan informasi perusahaan. Jika para pembuat keputusan menggunakan *website* perusahaan untuk memperoleh informasi keuangan, perusahaan dapat menghindari biaya percetakan dan pendistribusian yang berhubungan dengan pengiriman laporan tahunan dan kuartalan untuk memberikan informasi kepada konsumen
2. *Internet financial reporting* adalah kendaraan, dimana perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen yang tidak teridentifikasi sebelumnya. Pelaporan tradisional dengan menggunakan kertas dibatasi hanya untuk kelompok yang meminta dan atau yang membutuhkan untuk menerima informasi keuangan. Ketika suatu perusahaan membuat *website* dan melaksanakan *Internet Financial Reporting*, informasi keuangan menjadi

barang publik yang aksesnya global dan tidak terbatas. Perusahaan dapat memperluas pengungkapan mereka dengan melaksanakan *reporting*.

3. *Internet financial reporting* dapat memfasilitasi penyebaran pengungkapan keuangan perusahaan melalui internet. yang memfasilitasi keistimewaan pencarian keterangan informasi dan analisis dari berbagai macam pembuat keputusan.

Internet financial reporting dapat meningkatkan pengungkapan keuangan perusahaan dengan tambahan praktik penyebaran informasi keuangan yang tradisional.

2.3. Kinerja Perusahaan yang Mempengaruhi Perusahaan Dalam Menerapkan *Internet Financial Reporting*

Ada beberapa alat ukur kinerja keuangan perusahaan yang membuat perusahaan melaporkan pelaporan keuangannya ke publik melalui situs mereka masing-masing. Dari banyaknya Alat ukur kinerja keuangan perusahaan yang mempengaruhi hal tersebut, penulis ingin mengangkat 4 diantaranya. yaitu *Leverage*, *Return Saham*, *Likuiditas* dan *Earning per Share* (Profitabilitas)

2.3.1 *Leverage*

Tingkat leverage suatu perusahaan menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*). Hubungannya dengan IFR adalah, Jansen dan Meckling (1976, dalam Rizal, 2001) menyatakan bahwa terkadang manajer

cenderung menyampaikan informasi-informasi positif untuk menutupi kekurangan perusahaan. Seiring dengan meningkatnya *leverage* manajer dapat menggunakan IFR untuk membantu menyebarluaskan informasi-informasi positif perusahaan dalam rangka “mengaburkan” perhatian kreditur dan pemegang saham untuk tidak terlalu fokus hanya pada leverage perusahaan yang tinggi.

2.3.2 Return Saham

Tingkat keuntungan (*return*) merupakan antara pendapatan investasi selama beberapa periode dengan jumlah dana yang diinvestasikan. Hubungannya dengan IFR adalah Pada umumnya investor mengharapkan return yang tinggi dengan resiko kerugian yang sekecil mungkin, perusahaan dengan tingkat keuntungan (*return*) yang tinggi akan cenderung menggunakan IFR sebagai pelaporan keuangannya, hal ini dikarenakan perusahaan dengan return yang tinggi cenderung akan menyebarkan pelaporan keuangannya selengkap mungkin agar diketahui oleh investor-investor dan calon-calon investor. Konsep ini penting karena tingkat harapan *return* dapat diukur. biasanya *return* saham dihitung dengan mengurangkan harga saham periode tertentu dengan harga saham periode sebelumnya dibagi dengan harga saham sebelumnya

2.3.3 Likuiditas (*Current Ratio*)

Rasio Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Hubungannya dengan IFR adalah bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan berhubungan dengan pelaporan keuangan selengkap mungkin, hal ini agar

informasi mengenai tingginya likuiditas perusahaan diketahui oleh banyak pihak, salah satu cara pelaporan keuangan yang efektif agar diketahui banyak orang adalah dengan IFR. Rasio ini dapat dihitung melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan hutang lancar. Pada penelitian ini digunakan *Current Ratio* sebagai alat ukur likuiditas.

2.3.4 *Earning per Share* (Profitabilitas)

Earning per share adalah jumlah laba yang menjadi hak untuk setiap pemegang saham satu lembar saham biasa. Hubungannya dengan IFR adalah bahwa semakin profit sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut akan semakin gencar menyebarkan pelaporan keuangannya ke semua pihak, dengan kata lain perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung akan menggunakan IFR untuk membantu perusahaan menyebarkan *good news*. *Earning per share* hanya dihitung untuk saham biasa. Tergantung dari struktur modal perusahaan (Prastowo dan Yulianty, 2002:93). *Earning per Share* yang dibagi dengan jumlah saham yang beredar. sehingga rasio tersebut dapat menunjukkan kinerja perusahaan dalam mencetak laba. *Earning per Share* merupakan indikator dari apa yang dipikirkan investor tentang kinerja perusahaan pada masa lalu dan di masa yang akan datang. *Earning per Share* dihitung dengan membagi laba bersih dengan jumlah saham yang beredar pada masa itu.

2.4. Landasan Teori

2.4.1. Teori Agensi

Praktik IFR tidak dapat dipisahkan dari teori keagenan (*agency theory*). Dalam kerangka teori keagenan, terdapat tiga macam hubungan keagenan, yaitu hubungan keagenan antara manajer dengan pemilik, hubungan keagenan antara manajer dengan kreditur, dan hubungan keagenan antara manajer dengan pemerintah.

Hubungan *agency* muncul ketika satu pihak (*principal*) membayar pihak lain (*agent*) untuk melakukan beberapa jasa dan mendelegasikan otoritas wewenang pengambil keputusan kepada *agent*. Dalam konteks perusahaan, pemilik perusahaan adalah *principal* dan manajemen perusahaan sebagai *agent*. Pemilik membayar manajemen dan mengharapkan manajemen untuk bertindak sesuai dengan kepentingan para pemilik perusahaan. Teori keagenan (*agency theory*) berkaitan dengan usaha-usaha untuk memecahkan masalah yang timbul dalam hubungan keagenan. Masalah keagenan muncul jika:

- a. Terdapat perbedaan tujuan (*goals*) antara *agent* dan *principal*.
- b. Terdapat kesulitan atau membutuhkan biaya yang mahal bagi *principal* untuk senantiasa memantau tindakan-tindakan yang diambil oleh *agent*.

Selain itu, masalah keagenan juga akan terjadi jika antara *agent* dan *principal* mempunyai sikap atau pandangan yang berbeda terhadap risiko (Syahriana N.; 2006). Pemisahan kepemilikan dan kontrol yang diberikan meningkatkan asimetri informasi antara manajer dan prinsipal dimana manajer harus memberikan informasi yang lebih baik pada kinerja perusahaan saat ini dan masa depan daripada yang dilakukan prinsipal.

2.4.2. Teori Sinyal

Dalam kerangka teori sinyal disebutkan bahwa dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antar manajer perusahaan dan pihak luar karena manajer perusahaan mengetahui lebih banyak tentang perusahaan dan prospek yang akan datang dari pihak luar (Wolk et al., 2000) Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya adalah berupa informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya yang akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang sehingga dapat meningkatkan kredibilitasnya dan kesuksesan perusahaan.

Pada penelitian Hanny Sri Lestari dan Anis Chariri diungkapkan bahwa IFR membantu perusahaan dalam menyebarluaskan informasi mengenai keunggulan - keunggulan perusahaan yang merupakan sinyal positif perusahaan untuk menarik investor. Hal ini berarti, IFR merupakan sarana untuk mengkomunikasikan sinyal positif perusahaan kepada publik, terutama investor.

Praktik IFR berkembang pesat dari waktu ke waktu, Delier et' al. (1999, dalam Jones et al., 2003) menyatakan bahwa perusahaan besar di Eropa, Amerika dan Australia menggunakan internet sebagai media alternatif untuk pelaporan keuangan perusahaan. Praktek IFR juga berkembang di Austria dan Jerman (Pirchegger dan Wagnhofer, 1999 dalam Ovelere et al, 2003), (hussey et al. 1999 dalam Marston dan Polei, 2004) yang melakukan studi *time series* menyatakan

dari 100 perusahaan terdapat peningkatan jumlah dari 54 menjadi 63 perusahaan yang melakukan IFR antara Agustus 1997 dan Maret 1998. Peneliti lain (Gray dan Debrecey 1997, dalam Marston San Polei, 2004) menemukan bahwa 68% dari 50 perusahaan yang dijadikan sample telah melakukan praktik IFR

2.5. Hipotesis

2.5.1. *Leverage dan Internet Financial Reporting*

Teori *agency* dapat menjelaskan hubungan antara *leverage* dan pengungkapan informasi keuangan di internet. Berdasarkan teori ini, perusahaan yang memiliki hutang yang tinggi memiliki suatu insentif secara sukarela meningkatkan tingkat pengungkapan pelaporan keuangan perusahaan kepada pemegang saham melalui laporan keuangan tradisional dan media lainnya seperti pelaporan keuangan internet. Namun, penelitian mengenai hubungan ini menghasilkan hasil yang beragam. Penelitian Almilia (2009) menemukan pengaruh positif signifikan antara *internet financial reporting* dan tingkat *leverage* di struktur modal perusahaan didukung dengan penelitian Hanifa (2005) serta Chariri (2005) tetapi dilain pihak penelitian Oyelere et.al (2000) dan Silva et. al (2004) tidak mendukung temuan ini. Penjelasan ini mengarahkan penulis pada hipotesis pertama penelitian ini:

H₁: Tingkat *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *Internet Financial Reporting*.

2.5.2. *Retum Saham dan Internet Financial Reporting*

Secara umum, investor merasa kekurangan pengungkapan informasi secara sukarela di internet sebagai suatu indikator atas “tambahan berita” mengenai

perusahaan tersebut. Perusahaan yang kinerjanya berupa saham tahunan lebih baik mempunyai insentif tambahan untuk pengungkapan informasi keuangan secara sukarela di internet. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Christensen dan Silva (2004) menyatakan bahwa *return* saham tahunan berpengaruh positif terhadap pengungkapun *internet financial reporting*. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Return* saham tahunan berpengaruh positif signifikan terhadap *Internet Financial Reporting*.

2.5.3. Likuiditas dan *Internet financial Reporting*

Harnanto (1984, dalam Prayogi, 2003) menyatakan bahwa likuiditas merupakan tingkat kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek. Keadaan yang kurang/tidak likuid kemungkinan akan menyebabkan perusahaan tidak dapat melunasi utang jangka pendek pada tanggal jatuh temponya. Dalam posisi demikian, kadang-kadang perusahaan terpaksa menarik pinjaman baru dengan tingkat bunga yang relatif tinggi, menjual investasi jangka panjang atau aktiva tetapnya untuk melunasi utang jangka pendek tersebut. Jika keadaan perusahaan tidak likuid, ada kecenderungan perusahaan mengalami kebangkrutan. (Belkoui 1979, dalam Prayogi, 2003) berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan berhubungan dengan pelaporan keuangan selengkap mungkin.

Hal ini didasarkan pada harapan bahwa perusahaan dengan finansial yang kuat akan cenderung melaporkan keuangan selengkap dan seluas mungkin daripada

perusahaan yang memiliki kondisi finansial yang lemah. Selain itu, perhatian para regulator dan investor terhadap status *going concern* perusahaan akan memotivasi perusahaan dengan likuiditas tinggi untuk melakukan IFR agar informasi mengenai tingginya likuiditas perusahaan diketahui banyak pihak (Owusu Ansah, 1998 dalam Oyelere et al., 2003). Hasil penelitian Oyelere et al. (2003) menunjukkan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap IFR. Lebih lanjut Oyelere et al (2003) menjelaskan, penggunaan internet untuk menyediakan informasi keuangan merupakan ekspresi *management's confidence* terhadap prospek masa depan. Atas penjelasan ini maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah:

H₃: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap *internet Financial Reporting*.

2.5.4. Earning per Share (profitabilitas) dan Internet Financial Reporting

Teori sinyal menyatakan bahwa ketika perusahaan menunjukkan kinerja yang bagus maka manajemen memiliki dorongan yang kuat untuk menyebarluaskan informasi perusahaan terutama informasi keuangan dalam rangka meningkatkan kepercayaan investor (Fisher et.al. 2000). perusahaan dengan kinerja yang buruk menghindari penggunaan teknik pelaporan seperti *Internet Financial Reporting* karena mereka berusaha untuk menyembunyikan *bad news*. Lain halnya dengan perusahaan yang kinerjanya tinggi, mereka menggunakan *internet financial reporting* untuk membantu mereka menyampaikan sinyal *good news* pada investor ataupun calon investor (Luciana Spica Almilia 2009). Atas penjelasan ini maka hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah:

H₄ : *Earning per Share* berpengaruh positif signifikan terhadap *internet Financial Reporting*.

2.6. Model Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya sebagai dasar yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, berikut ini merupakan model penelitian yang tersaji dalam gambar 1.

Gambar 1.

