

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu banyak yang menyelidiki dampak potensial dari penggunaan internet dalam pengungkapan informasi di situs web perusahaan. Beberapa studi bersifat deskriptif, memeriksa sejauh mana situs web dan jenis informasi yang diungkapkan baik dalam satu negara atau lebih.

Di Indonesia penelitian mengenai *Corporate Internet Reporting* telah dilakukan oleh Chrisanty (2010) meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ketepatan waktu dalam pelaporan keuangan internet pada perusahaan manufaktur. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, reputasi kantor akuntan publik, dan opini auditor. Sesuai dengan Teori keagenan yang menjelaskan mengenai adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (pemegang saham) sebagai prinsipal. Asimetri informasi terjadi karena pihak manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Penyampaian laporan keuangan kepada *stakeholder* nantinya dapat meminimalkan asimetri informasi yang terjadi antara pihak manajer dan *stakeholder* karena laporan keuangan merupakan sarana pengkomunikasian informasi keuangan kepada pihak-pihak di luar perusahaan.

Selain teori keagenan penelitian ini juga didukung oleh teori sinyal, perusahaan yang berkualitas baik nantinya akan memberikan sinyal dengan cara menyampaikan laporan keuangannya dengan tepat waktu, hal ini tidak bisa ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk karena perusahaan berkualitas buruk akan cenderung tidak tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik.

Hasil riset peneliti, variabel profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Namun pada variabel *leverage*, kepemilikan publik, reputasi kantor akuntan publik, dan opini auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

Widaryanti (2011) melakukan penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting* (CIR) pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Faktor-faktor yang mempengaruhi ketepatan waktu CIR adalah ukuran perusahaan, tipe bisnis, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, penerbitan saham, kepemilikan publik, proporsi dewan komisaris independen dan ukuran dewan komisaris. Teori yang berkaitan dengan penelitian ini adalah teori signal, membahas bagaimana seharusnya signal-signal keberhasilan atau kegagalan manajemen (*agent*) disampaikan kepada pemilik modal (*principles*) (Jogiyanto, 2000). Pengumuman informasi akuntansi yang tepat waktu memberikan signal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa mendatang (*good news*). Teori berikutnya adalah Teori Agensi yang menggambarkan hubungan *agency* sebagai suatu

kontrak dibawah satu atau lebih (*prinsipal*) yang melibatkan orang lain (*agent*) untuk melaksanakan beberapa layanan bagi mereka dengan melibatkan pendelegasian wewenang pengambilan keputusan kepada agen.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Hasil riset menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ketepatan waktu CIR pada tingkat signifikansi 5%. Temuan ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang mampu mempengaruhi ketepatan waktu CIR.

Namun pada variabel tipe bisnis, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, penerbitan saham, kepemilikan publik, proporsi komisaris independen, ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu CIR dengan tingkat signifikansi diatas 5%. Hal ini berarti bahwa tidak ada kecenderungan perusahaan yang mengalami masalah terhadap delapan variabel tersebut untuk melakukan ketepatan waktu pelaporan keuangan melalui internet dan sebaliknya perusahaan yang mengalami bad news terhadap hasil laporan keuangan akan tidak tepat waktu dalam memperbaharui informasi perusahaan melalui internet.

Selain itu Aditya (2012) memeriksa faktor kunci yang mempengaruhi ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting* pada perusahaan non finansial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menguji faktor-faktor seperti : ukuran perusahaan, jenis perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, penerbitan saham, struktur kepemilikan, dan jumlah dewan direksi sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah ketepatan

waktu *Corporate Internet Reporting*. Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori keagenan, karena dalam kaitannya dengan pelaporan keuangan, manajemen (Agen) bertindak sebagai pembuat laporan keuangan yang nantinya akan dipertanggung jawabkan oleh principal (pemilik perusahaan). Apabila pihak manajemen melaporkan secara tepat waktu kepada pemilik perusahaan, maka pemilik perusahaan juga akan melaporkan di websitenya secara tepat waktu.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik. Hasilnya terdapat hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan, jenis, profitabilitas, dan penerbitan saham terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting (CIR)*. Hal ini menunjukkan semakin besar perusahaan maka semakin besar probabilitas perusahaan dalam menerapkan ketepatan waktu CIR. Selain itu, semakin profit perusahaan maka semakin besar probabilitas perusahaan dalam menerapkan ketepatan waktu CIR. Begitu pula dengan variabel penelitian penerbitan saham memiliki signifikansi kurang dari 0.05 maka hasil dari penelitian ini menerima logika bahwa penerbitan saham baru merupakan salah satu faktor yang akan dipertimbangkan perusahaan dalam menerapkan praktik CIR secara tepat waktu.

Variabel lain seperti *leverage*, likuiditas, struktur kepemilikan dan jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting* dengan tingkat signifikansi lebih dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kewajiban perusahaan, tingkat likuiditas perusahaan yang rendah, struktur kepemilikan yang belum optimal mengontrol manajemen, dan jumlah dewan komisaris perusahaan yang besar menjadi faktor

yang akan dipertimbangkan perusahaan dalam menerapkan praktik CIR secara tepat waktu.

Penelitian terbaru dilakukan oleh Harianto (2013) menguji pengaruh mekanisme corporate governance terhadap tingkat pengungkapan informasi dalam laporan tahunan pada perusahaan perbankan, variabel yang digunakan Proporsi Dewan Komisaris Independen, Ukuran Dewan Direksi, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Publik, Kepemilikan Institusional, Komite Audit, Kualitas Audit sebagai Variabel Independen dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol. Penelitian ini menggunakan Teori Agency sebagai penghubung antara agen dan prinsipal. Agen adalah pihak yang mengelola perusahaan seperti: manajer perusahaan atau dewan direksi yang bertindak sebagai pembuat keputusan dalam menjalankan perusahaan. Prinsipal adalah pihak yang mengevaluasi informasi, yaitu pemegang saham. Di dalam hubungan keagenan terdapat perjanjian bahwa agen setuju untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi prinsipal, dan prinsipal memberi imbalan pada agen.

Hasil dari penelitian ini adalah semua variabel Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi dalam laporan tahunan karena hasil uji F atau uji ANOVA memiliki nilai yang lebih tinggi dari pada 0,05. Hasil penelitian ini menunjukkan kurang ditegakkannya mekanisme *corporate governance* dalam perusahaan perbankan, hal ini dikarenakan kompleksitas operasional pada perusahaan perbankan, sehingga dibutuhkan kinerja manajemen yang efektif dan efisien lagi supaya dapat mengarahkan semakin terbukanya perusahaan dalam mengungkapkan informasi. Sedangkan

pada variabel kontrol yaitu variabel ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak pula butir-butir item pengungkapan informasi dalam laporan keuangan yang relevan sesuai kebutuhan stakeholder dalam mengetahui kondisi perusahaan.

Guna melengkapi penelitian yang sudah ada mengenai ketepatan waktu laporan keuangan di Indonesia, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mendukung penelitian tersebut. Penelitian kali ini memisahkan antara karakteristik perusahaan dan mekanisme perusahaan yang sebenarnya memiliki variabel yang berbeda. Selain itu, dalam penelitian ini menggunakan periode waktu yang belum pernah diteliti sehingga penelitian ini akan memberikan temuan empiris yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Agensi

Teori agensi mulai berkembang sejak penelitian Jensen dan Meckling (1976). Teori agensi mengungkapkan hubungan antara agen dan prinsipal. Agen adalah pihak yang mengelola perusahaan seperti: manajer perusahaan atau dewan direksi yang bertindak sebagai pembuat keputusan dalam menjalankan perusahaan. Prinsipal adalah pihak yang mengevaluasi informasi, yaitu pemegang saham. Penelitian ini menggunakan teori keagenan karena dalam kaitannya dengan pelaporan keuangan, manajemen (agen) bertindak sebagai pembuat laporan keuangan yang nantinya akan dipertanggung jawabkan kepada prinsipal (pemilik perusahaan). Apabila pihak manajemen melaporkan secara tepat waktu kepada

pemilik perusahaan, maka pemilik perusahaan juga akan melaporkan di websitenya secara tepat waktu (Sari, 2011).

Sari, 2011 menjelaskan teori agensi yang diungkapkan oleh Hendriksen 2001 bahwa terdapat masalah asimetri informasi dalam teori keagenan yang ditimbulkan oleh informasi yang tidak lengkap, yaitu ketika tidak semua keadaan diketahui oleh kedua belah pihak (agen dan prinsipal) dan sebagai akibat konsekuensi-konsekuensi tertentu tidak dipertimbangkan oleh pihak-pihak tersebut. Contohnya adalah ketika kreditor dan pemegang saham minoritas memiliki informasi yang lebih sedikit dibandingkan dengan manajer dan pemegang saham mayoritas.

Berdasarkan teori keagenan, laporan perusahaan dibuat oleh pihak manajemen sebagai bentuk pertanggung jawaban mereka kepada pemilik perusahaan yang bertindak sebagai prinsipal. Dalam kedudukannya sebagai pihak yang memiliki informasi dan terlibat secara langsung dalam aktivitas perusahaan di dalamnya, manajemen memiliki intensif untuk melaporkan segala sesuatu yang dapat memaksimalkan utilitas dirinya.

2.2.2. Teori Sinyal

Teori Sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan yang berkualitas tinggi pada pihak eksternal. Informasi laporan keuangan bagi perusahaan yang berkualitas baik memiliki sinyal yang baik pula terhadap perubahan perilaku pemakai informasi. Perusahaan yang optimis memiliki prospek yang positif akan cenderung

menyampaikan berita itu kepada investor. Sinyal yang diberikan dapat pula menjelaskan kelebihan perusahaan tersebut dibanding dengan perusahaan lain.

Teori sinyal juga dapat menunjukkan jenis perusahaan dalam ketepatan waktu pelaporan perusahaan. Penyampaian informasi perusahaan di internet dimungkinkan berbeda antar perusahaan bergantung tingkat teknologi yang digunakan. Pada penelitian ini perusahaan yang berkualitas baik nantinya akan memberi sinyal dengan cara menyampaikan pelaporan perusahaan dengan tepat waktu kepada publik.

Berdasarkan teori sinyal perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan kabar baik (good news) bagi perusahaan, hal ini nantinya akan mempengaruhi perusahaan untuk menyampaikan laporan dengan tepat waktu karena akan membuat reaksi pasar menjadi positif terhadap perusahaan (Sharpe;1997) dalam Widaryanti (2011).

Laporan keuangan seharusnya memberikan informasi yang berguna bagi investor dan kreditor untuk membuat keputusan investasi, kredit dan keputusan sejenis. Sebagai contoh, laba merupakan bagian dari laporan keuangan sehingga laba seharusnya juga berguna untuk keputusan kredit. Laba dapat digunakan untuk menilai prospek perusahaan misalnya untuk (a) mengevaluasi *performance* manajemen, (b) memperkirakan *earning power*, (c) memprediksikan laba yang akan datang atau (d) menilai risiko investasi atau pinjaman pada perusahaan (SFAC no.1, 1978).

2.2.3 Karakteristik Keuangan Perusahaan

Karakteristik keuangan perusahaan merupakan ciri khas atau sifat yang melekat dalam suatu entitas usaha yang dapat dilihat dari beberapa segi, diantaranya jenis usaha, struktur kepemilikan, tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan (Chariri dan Lestari; 2005). Dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang digunakan meliputi: ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas, *leverage*, likuiditas.

Ukuran Perusahaan merupakan salah satu variabel yang paling umum dalam menentukan tingkat pengungkapan. Menurut teori agensi pengaruh ukuran perusahaan dan ketepatan waktu CIR dapat diinterpretasikan sesuai dengan tekanan pasar saham yang memaksa perusahaan-perusahaan besar untuk mengungkapkan informasi lebih lanjut pada situs web mereka untuk membantu mereka dalam pemasaran surat berharga dan untuk mencapai tujuan mereka.

Menurut Suripto (2006) perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok besar yaitu :

1. Perusahaan manufaktur
2. Perusahaan non manufaktur selain usaha bank dan lembaga keuangan lainnya
3. Kelompok usaha bank dan lembaga keuangan

Ezat dan El-Masry (2008) mengelompokkan tipe industri menjadi dua yaitu perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa, dan menyimpulkan bahwa variabel tipe bisnis berpengaruh terhadap ketepatan waktu CIR. Perusahaan yang bergerak dalam industri tertentu secara politik lebih rentan dikritik masyarakat. Perusahaan tersebut menggunakan pengungkapan informasi yang lebih banyak dan tepat

waktu untuk meminimalkan atau mengurangi kemungkinan *political cost* seperti regulasi atau tuntutan tertentu dari masyarakat (Craven dan Marston, 2003) dalam Widaryanti (2011). Ketepatan waktu pengungkapan informasi keuangan dalam internet dapat diduga berbeda antar industri karena perusahaan dengan kandungan teknologi tinggi ingin unjuk kemampuan di bidang teknologi (Suripto, 2006).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu (Mamduh dan Halim, 2009). Profitabilitas juga merupakan aspek penting yang dijadikan acuan oleh investor atau pemilik untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan (Widaryanti, 2011). Profitabilitas dapat mempengaruhi keputusan investor untuk membeli atau menjual sahamnya dan dapat juga mempengaruhi keputusan pemilik untuk memberi bonus atau menaikkan nilai kontrak kepada manajer. Di samping itu, profitabilitas juga dapat digunakan oleh kreditor untuk memutuskan pinjaman mereka kepada suatu perusahaan. Menurut teori keagenan dan teori sinyal, manajer dari perusahaan yang memiliki laba besar cenderung untuk menyebarkan informasi lebih banyak pada situs web perusahaan untuk mencapai keuntungan.

Leverage adalah hutang sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai asetnya diluar sumber dana modal atau ekuitas (Husnan dan Pudjiastuti, 2002) dalam Widaryanti (2011). Jadi, perusahaan yang memiliki *leverage* akan bertanggung jawab untuk memuaskan kebutuhan kreditor dengan menyebarkan informasi yang dapat dipercaya di situs web untuk membuat kreditor lebih percaya diri tentang kemampuan perusahaan untuk membayar

hutang mereka. Demikian pula, baik pemegang saham dan kreditur akan meminta informasi lebih lanjut untuk menilai kemampuan keuangan perusahaan.

Likuiditas mengukur kemampuan kewajiban jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap utang lancarnya (utang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan) (Mamduh dan Halim, 2009). Wallace dan Nasser (1995) menyatakan, “Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek tanpa harus melikuidasi aset jangka panjang perusahaan atau menghentikan operasi merupakan factor penting dalam evaluasi perusahaan oleh pihak yang berkepentingan seperti investor, kreditur dan pihak berwenang”. Hal ini memotivasi perusahaan yang sangat likuid untuk mengungkapkan likuiditasnya dalam internet. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang tinggi dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hal ini merupakan berita baik (*good news*) sehingga perusahaan dengan kondisi seperti ini cenderung untuk lebih cepat dalam mengungkapkan informasi perusahaan.

2.2.4 Corporate Governance

Corporate governance atau tata kelola perusahaan adalah rangkaian proses, kebiasaan, kebijakan, aturan, dan institusi yang mempengaruhi kondisi suatu perusahaan. Isu mengenai *corporate governance* mulai mengemuka di Indonesia sejak tahun 1998 ketika Indonesia mengalami krisis ekonomi yang panjang. *Corporate Governance* juga mencakup hubungan antara para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terlibat serta tujuan pengelolaan perusahaan. Pihak-pihak utama dalam *corporate governance* adalah pemegang saham,

manajemen, dan dewan direksi. Pemangku kepentingan lainnya termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, bank dan kreditor lain, regulator, lingkungan, serta masyarakat luas. Dalam penelitian ini variabel kualitas audit menjadi bagian dari *Corporate Governance*.

Riset *The Indonesian Institute of Corporate Governance* (2002) menemukan bahwa alasan utama perusahaan menerapkan *corporate governance* adalah kepatuhan pada aturan. Perusahaan yakin bahwa implementasi *corporate governance* merupakan bentuk lain etika penegakan etika bisnis dan etika kerja yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan, dan berhubungan dengan peningkatan cita perusahaan. Perusahaan yang mempraktikkan *corporate governance* akan mengalami perbaikan citra dan peningkatan nilai perusahaan.

Perkembangan teknologi begitu pesat demikian pula *website* perusahaan juga dikembangkan dan digunakan untuk mengungkapkan *corporate governance*. Penerapan dan pengembangan pengungkapan *corporate governance* berbasis internet mempunyai beberapa manfaat (Gandia, 2008 dalam Sari 2011). Manfaat dari pengungkapan *corporate governance* berbasis internet antara lain :

- a. Menjadi penghubung komunikasi antara perusahaan dan pemegang saham.
- b. *Website* perusahaan merupakan alternatif bagi *shareholders* dan pihak-pihaklain yang berkepentingan dalam menyediakan berbagai macam informasi.
- c. Dapat menurunkan biaya distribusi dan meningkatkan ketepatan waktu informasi perusahaan.

Website perusahaan adalah media yang ideal untuk membuat informasi dapat diakses oleh para pemegang saham dengan cepat dan murah.

Website memberi fasilitas bagi perusahaan membuat jadwal kegiatan agar rencana dapat berjalan tepat waktu.

- d. Dapat mendorong keterlibatan pemegang saham dalam kehidupan perusahaan.

Adanya internet membantu perusahaan untuk melakukan rapat pemegang saham secara *online*, yang dapat meningkatkan efektivitas menghapuskan berbagai hambatan geografis yang dapat menghambat partisipasi.

- e. Dapat mendemokratisasikan akses ke informasi perusahaan. Penerapan dan pengungkapan *corporate governance* berbasis internet membawa risiko yang jelas dan berkelanjutan. Sistem informasi digital memberikan keuntungan yang jelas jika arus informasi kepada investor ditingkatkan dan difasilitasi.
- f. Dapat menambah kredibilitas praktik *corporate governance*. Komunikasi yang cepat, sistematis, dan jujur dari implementasi praktik *corporate governance* yang baik akan meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan kredibilitas pengambilan keputusan.

2.2.5 Kualitas Audit

Laporan keuangan perusahaan wajib diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) yang telah mendapatkan wewenang dari Bapepam. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan akuntabilitas dan transparansi dalam implementasi *good*

governance. Akuntan publik ini disebut juga auditor eksternal dimana auditor ini memberikan opini mengenai laporan keuangan perusahaan.

The Big Four adalah suatu kelompok kantor akuntan internasional yang sebagian besar mengaudit perusahaan-perusahaan publik. Kantor akuntan ini memiliki penghasilan terbesar dan sumber daya manusia yang besar, diantaranya adalah *Pricewaterhouse Coopers, Deloitte, Ernts & Young*, dan KPMG. DeAngelo (dalam Harianto, 2013) menyimpulkan bahwa KAP yang besar termasuk KAP Big Four yang bertaraf Internasional akan menghasilkan kualitas audit yang lebih baik dibandingkan kantor akuntan publik kecil. Maka dari itu perusahaan yang menggunakan jasa KAP besar seperti KAP Big Four akan cenderung lebih tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya karena kualitas auditnya baik dan reputasi KAP yang digunakan baik. Kantor akuntan publik Indonesia yang bermitra dengan *the Big Four* adalah :

1. Haryanto Sahari dan rekan bermitra dengan *Pricewaterhouse Coopers* (PWC)
2. Osman, Ramli, Satrio, dan rekan bermitra dengan *Deloitte Touche Tohmatsu* (DTT)
3. Prasetyo, Sarwoko, dan Sanjaya bermitra dengan *Ernts & Young* (EY)
4. Siddharta dan Wijaya bermitra dengan *Klynveldt Pield Marwick goerdeler* (KPMG)

Perusahaan yang diaudit KAP *the Big Four* diharapkan memiliki transparansi yang lebih tinggi dalam laporan keuangan daripada KAP Non Big 4. Adanya akuntan publik telah ditetapkan dalam peraturan Bapepam Nomor Kep

20/PM/2002 per tanggal 12 November 2002 dan SK Menteri Keuangan No. 423/KMK-06/2002. Pada lampiran Keputusan Ketua Bapepam Nomor Kep-20/PM/2002 terdapat Peraturan nomor VIII.A.2 yang berisikan tentang independensi akuntan yang memberikan jasa audit di pasar modal.

2.2.6 Ketepatan Waktu *Corporate Internet Reporting*

Salah satu cara untuk mengukur transparansi dan kualitas pelaporan keuangan adalah ketepatan waktu. Rentang waktu antara tanggal laporan keuangan perusahaan dan tanggal ketika informasi keuangan diumumkan ke publik berhubungan dengan kualitas informasi keuangan yang dilaporkan (McGee, 2007). Ketepatan waktu pelaporan perusahaan sangat berpengaruh bagi perusahaan. Ketepatan waktu pelaporan akan menarik investor dan menunjukkan kepada publik mengenai kredibilitas perusahaan. Apabila pelaporan perusahaan dilakukan tepat waktu maka penilaian publik terhadap perusahaan juga akan meningkat.

Dyer dan Mc Hugh (1975) dalam Widaryanti (2011) menggunakan tiga kriteria keterlambatan untuk melihat ketepatan waktu dalam penelitiannya: (1) preliminary lag: interval jumlah hari antara tanggal laporan keuangan sampai penerimaan laporan akhir preliminary oleh bursa (2) auditor's report lag: interval jumlah hari antara tanggal laporan keuangan sampai tanggal laporan auditor ditandatangani, (3) total lag: interval jumlah hari antara tanggal laporan keuangan sampai tanggal penerimaan laporan dipublikasikan oleh bursa.

Ketepatan waktu dalam penyampaian laporan keuangan dapat berpengaruh bagi kualitas laporan keuangan, hal ini dikarenakan ketepatan waktu menunjukkan

bahwa informasi yang diberikan bersifat baru dan tidak *out of date*. Informasi yang baru tersebut menunjukkan bahwa kualitas dari laporan tersebut baik. Relevansi sebuah laporan dapat diperoleh apabila laporan tersebut dapat disajikan dengan tepat waktu. Ketepatan waktu tidak menjamin relevansi, tetapi relevansi tidak mungkin tanpa ketepatan waktu. Oleh karena itu, ketepatan waktu adalah batasan yang penting pada publikasi pelaporan perusahaan.

Pelaporan perusahaan di internet disebut proses komunikasi antara informasi keuangan dan non-keuangan terkait dengan sumber daya dan kinerja perusahaan melalui internet. Saat ini pelaporan perusahaan menggunakan *website* sangat marak, karena didukung pesatnya perkembangan teknologi. Teknologi internet memberikan inovasi baru dalam penyebaran informasi perusahaan. (Luciana dan Sasongko, 2008 dalam Sari 2011) menjelaskan ada beberapa keunggulan internet yang mendukung pelaporan perusahaan antara lain :

- a. Akses 24 jam
- b. Kecepatan
- c. Kenyamanan
- d. Kemudahan akses
- e. Biaya murah
- f. Interaktivitas dan fleksibilitas

The Steering committee of The Business Reporting Research Project (FASB,2000) menyebutkan beberapa motif perusahaan menyajikan informasi melalui internet, yaitu:

- a. mengurangi biaya cetak dan posting laporan tahunan (*annual report*),

- b. akses yang lebih luas daripada praktik tradisional,
- c. memberikan informasi yang terkini,
- d. mempercepat waktu dalam distribusi informasi,
- e. menjalin komunikasi dengan konsumen yang tidak teridentifikasi sebelumnya,
- f. menambah praktik pengungkapan tradisional,
- g. menambah jumlah dan data yang diungkapkan,
- h. memperbaiki akses pada investor potensial untuk perusahaan kecil.

Dari motif perusahaan menyajikan informasi melalui internet dapat diketahui bahwa hal ini juga mendukung ketepatan waktu pelaporan perusahaan. Ketepatan waktu informasi akuntansi menurut Hendriksen (1992) mengenai karakteristik kualitatif informasi akuntansi, dikatakan bahwa informasi akuntansi harus tersedia bagi pengambil keputusan sebelum kehilangan kapasitasnya untuk mempengaruhi keputusan.

2.3. Perumusan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Ketepatan waktu *Corporate*

Internet Reporting

Ukuran merupakan salah satu variabel yang paling umum dalam menentukan tingkat pengungkapan. Menurut teori agensi pengaruh ukuran perusahaan dan ketepatan waktu CIR dapat diinterpretasikan sesuai dengan desakan kuat dari analis dan investor selaku prinsipal yang memaksa perusahaan-perusahaan besar untuk mengungkapkan informasi. Perusahaan besar cenderung menyediakan informasi keuangan yang lebih cepat, baik dalam media tradisional maupun media

online daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar banyak disorot oleh masyarakat dibandingkan perusahaan kecil, oleh karena itu perusahaan besar cenderung menjaga *image* perusahaan dimata masyarakat (Widaryanti, 2011).

Beberapa studi empiris menginvestigasi hubungan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan secara *online* seperti Ezat dan El-Masry (2008), Sari (2011), Widaryanti (2011), dan Aditya (2012). Mereka menemukan bahwa ukuran memiliki pengaruh positif dengan pengungkapan secara *online*. Oleh karena itu, berdasarkan argumen tersebut, maka hipotesis pertama adalah :

H1. Terdapat pengaruh positif antara ukuran perusahaan dengan ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.3.2. Pengaruh Jenis Industri terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Ezat dan El-Masry (2008) mengelompokkan jenis industri menjadi dua yaitu industri manufaktur dan jasa, serta menyimpulkan bahwa variabel jenis industri berpengaruh terhadap ketepatan waktu *CIR*. Menurut teori sinyal, pada umumnya industri dengan kompleksitas yang tinggi cenderung akan mengikuti perkembangan jaman dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknologi yang sedang berkembang saat ini yaitu internet sebagai media pelaporan perusahaan. Semakin kompleks industri tersebut maka semakin tinggi pula keinginan perusahaan untuk menyajikan laporan keuangan secara lebih transparan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aditya (2012) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara

pengungkapan online dengan jenis perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut hipotesis kedua dapat dinyatakan sebagai berikut:

H2. Terdapat pengaruh positif antara jenis industri dengan ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.3.3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Menurut Hanafi dan Halim (dalam Aditya, 2012) profitabilitas merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan. Ada banyak alasan untuk pentingnya mempelajari hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan secara online. Menurut teori keagenan dan teori sinyal, manajer dari perusahaan yang memiliki laba besar cenderung untuk menyebarkan informasi lebih banyak pada situs web perusahaan untuk mencapai keuntungan pribadi. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aditya (2012) bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap ketepatan waktu CIR. Berdasarkan pernyataan di atas, hipotesis ketiga dapat dinyatakan sebagai berikut:

H3. Terdapat pengaruh positif antara profitabilitas dengan ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.3.4. Pengaruh *Leverage* terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Leverage mengacu pada kemampuan perusahaan untuk melunasi hutang jangka panjang. Jadi, perusahaan yang memiliki *leverage* akan bertanggung jawab untuk memuaskan kebutuhan kreditur dengan menyebarkan informasi yang dapat dipercaya di situs web untuk membuat kreditur lebih percaya diri tentang

kemampuan perusahaan untuk membayar utang mereka. Demikian pula, baik pemegang saham dan kreditur akan meminta informasi lebih lanjut untuk menilai kemampuan keuangan perusahaan (Chariri, 2005). Terdapat kontradiksi mengenai studi empiris yang menginvestigasi hubungan antara *leverage* dengan pengungkapan melalui internet.

Penelitian yang dilakukan oleh Chariri dan Lestari (2005) menunjukkan ada hubungan signifikan, sedangkan pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ezat dan El-Masry (2008), Widaryanti (2011), dan Aditya (2012) menunjukkan hubungan yang tidak signifikan. Sesuai dengan teori agensi, maka perusahaan yang memiliki kewajiban yang makin besar akan berusaha mengurangi pelaporan kepada publik agar mendapat penilaian positif. Berdasarkan beberapa argumen tersebut, penelitian ini mencoba menguji kembali hubungan antara *leverage* dan pengungkapan di internet, maka untuk hipotesis keempat adalah sebagai berikut:

H4. Terdapat pengaruh negatif antara *leverage* dengan ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.3.5. Pengaruh Likuiditas terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek. Tingkat likuiditas yang tinggi pada suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kemampuan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Hal ini merupakan berita yang baik bagi pemakai laporan keuangan sehingga perusahaan akan lebih tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya. Sedangkan perusahaan yang

mempunyai tingkat likuiditas rendah menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kemampuan yang rendah untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan ini merupakan berita buruk. Ezat dan El-Masry (2008) menemukan adanya hubungan signifikan antara likuiditas dan ketepatan waktu CIR. Berdasarkan pernyataan ini, hipotesis kelima dinyatakan sebagai berikut:

H5. Terdapat pengaruh positif antara likuiditas dengan ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.3.6. Pengaruh Kualitas Audit terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

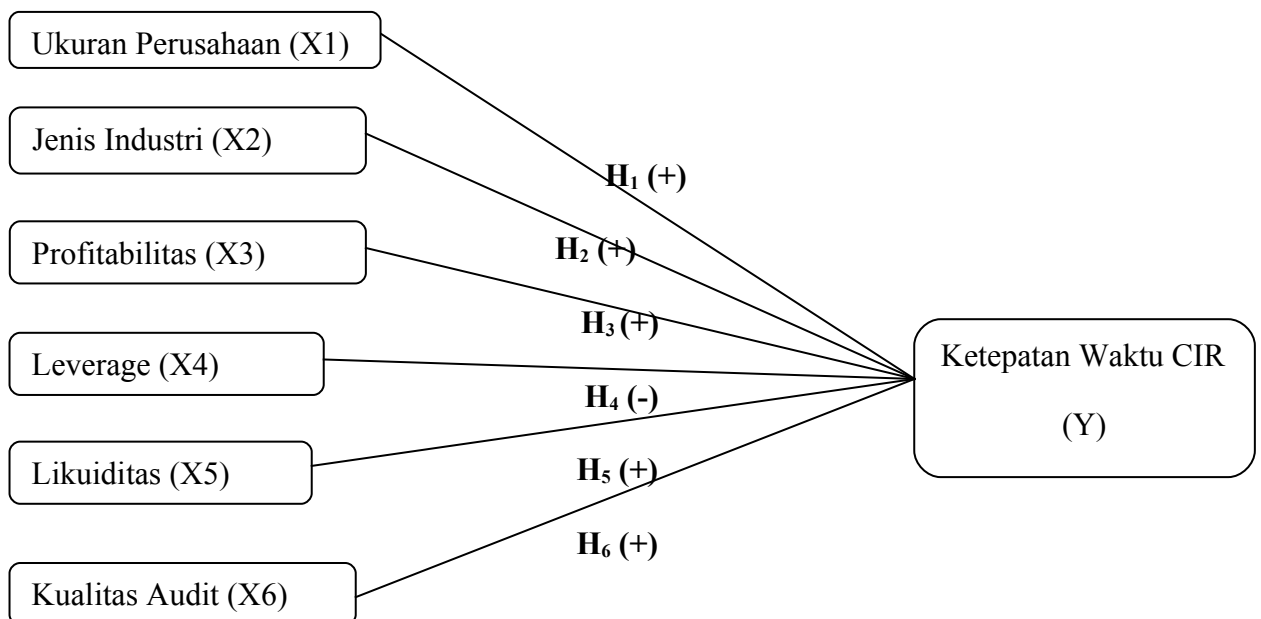
Kualitas audit dapat digambarkan dengan kualitas kantor akuntan publik. KAP *Big Four* merupakan kelompok kantor akuntan internasional yang sebagian besar mengaudit perusahaan-perusahaan publik. Kantor akuntan ini memiliki penghasilan terbesar dan sumber daya manusia yang besar, diantaranya adalah *Pricewaterhouse Coopers, Deloitte, Ernts & Young*, dan KPMG. Perusahaan yang diaudit KAP Big 4 diharapkan memiliki transparansi dalam laporan keuangan lebih tinggi daripada KAP Non Big 4 sehingga semakin banyak item-item pengungkapan yang diungkapkan. DeAngelo (dalam Hariyanto, 2013) menyimpulkan bahwa KAP yang besar termasuk KAP Big Four yang bertaraf Internasional akan menghasilkan kualitas audit yang lebih baik dibandingkan kantor akuntan publik kecil. Maka dari itu perusahaan yang menggunakan jasa KAP besar seperti KAP Big Four akan cenderung lebih tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya karena kualitas auditnya baik dan reputasi

KAP yang digunakan baik. Berdasarkan argumen tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis ketujuh adalah :

H6. Terdapat pengaruh positif antara kualitas audit dan ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.4. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mencoba meneliti karakter keuangan perusahaan dan mekanisme *corporate governance* yang mempengaruhi ketepatan waktu pelaporan perusahaan di internet. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Dari kerangka pemikiran tersebut dapat diketahui bahwa ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting* dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan kualitas audit.