

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Di Indonesia penelitian mengenai *Corporate Internet Reporting* telah dilakukan oleh Chariri dan Lestari (2005), dari tujuh faktor yang diteliti (ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, jenis industri, *leverage*, reputasi auditor dan umur *listing* perusahaan), terbukti bahwa ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage*, reputasi auditor dan umur *listing* perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Internet Reporting* (CIR). Sedangkan faktor-faktor lain yaitu jenis industri dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *Corporate Internet Reporting* (CIR).

Dalam penelitian 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. 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.

Penelitian yang dilakukan Widaryanti (2011), menganalisis 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. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ketepatan waktu CIR pada tingkat signifikansi 5%. Hal 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.

Selain itu Aditya (2012) yang meneliti tentang pengaruh dari karakteristik keuangan perusahaan dan *corporate governance* terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting* pada perusahaan non finansial yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menguji faktor-faktor ukuran perusahaan, jenis perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, penerbitan saham baru, struktur kepemilikan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*. 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.

Dwiyani (2017) dalam penelitiannya meneliti tentang struktur *good corporate governance* dan kinerja keuangan pada ketepatanwaktuan penyajian laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel bebas pada penelitian ini dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, profitabilitas dan *leverage*. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah ketepatanwaktuan penyajian dalam laporan keuangan. Kesimpulan hasil dari penelitian ini bahwa dua dari struktur *corporate governance* menunjukkan pengaruh yang dominan pada ketepatanwaktuan penyajian laporan keuangan yaitu komite audit dan kepemilikan

manajerial. Sedangkan dewan komisaris independen dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh pada ketepatan waktu penyajian laporan keuangan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah regresi logistik. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa ukuran perusahaan, jenis perusahaan, profitabilitas dan penerbitan saham berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*. Variabel lain seperti *leverage*, likuiditas, struktur kepemilikan dan jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.2. Landasan Teori

Landasan teori berisi tentang teori – teori yang menjadi landasan atau dasar yang digunakan dalam penelitian ini.

2.2.1 Teori Keagenan

Teori keagenan menjelaskan hubungan antara agent (manajemen suatu usaha) dan *principal* (pemilik usaha). Di dalam hubungan keagenan (*agency relationship*) ada suatu kontrak dimana satu orang (prinsipal) atau lebih memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama principal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi principal (Jensen dan Meckling, 1976). *Shareholder* sebagai prinsipal menggunakan informasi akuntansi untuk mengawasi kinerja manajemen yang bertindak sebagai agen, dan agen akan menggunakan pengungkapan akuntansi sebagai kesempatan untuk memberikan hasil kinerjanya kepada prinsipal. 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).

Dalam kerangka teori keagenan, terdapat tiga macam hubungan keagenan, yaitu: hubungan keagenan antara manajer dengan pemilik (*Bonus Plan Hypothesis*), hubungan keagenan antara manajer dengan kreditur (*Debt/Equity Hypothesis*) dan hubungan keagenan antara manajer dengan pemerintah (*Political Cost Hypothesis*). Hal ini berarti ada kecenderungan bagi manajer untuk melaporkan sesuatu dengan cara – cara tertentu dalam rangka memaksimalkan utilitas mereka dalam hal hubungannya dengan pemilik, kreditur maupun pemerintah. Teori keagenan juga menjelaskan mengenai ukuran dewan komisaris. Dewan komisaris berperan penting dalam mengawasi kinerja perusahaan. Dewan komisaris besar membantu dalam melakukan pemantauan lebih, membantu perusahaan dalam menyediakan sumber daya kritis, menghilangkan ketidakpastian lingkungan, dan mengurangi dominasi CEO (Chrisanty, 2010).

Teori agensi yang diungkapkan oleh (Hendriksen, 2001) dalam Sari, 2011 menjelaskan 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 kreditur 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 tentang 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 ini juga dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain. Dalam kerangka teori sinyal disebutkan bahwa dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat *asimetri* informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (Wolk *et al.*, 2000) dalam Kusumawardani, 2011.

Teori sinyal memusatkan perhatiannya kepada pengaruh informasi 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 ini juga dapat menunjukkan

jenis perusahaan dalam ketepatan waktu pelaporan perusahaan. Penyampaian informasi perusahaan di internet dimungkinkan berbeda dengan 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.

Perusahaan yang dapat mengumumkan informasi akuntansi yang tepat waktu memberikan signal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik dimasa mendatang (good news) sehingga investor tertarik untuk melakukan perdagangan saham, dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham (Sharpe;1997) dalam Widaryanti (2011).

2.2.3 Karakteristik Keuangan Perusahaan

Karakteristik 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 dan *leverage*.

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. Marston Polei (2004) dalam Chariri dan Lestari (2005) menjelaskan bahwa perusahaan besar lebih mudah diawasi kegiatannya di pasar modal dan di lingkungan sosial pada umumnya, sehingga memberi tekanan pada perusahaan untuk melakukan pelaporan keuangan lebih lengkap dan luas melalui internet.

Jenis umum kegiatan usaha dibagi menjadi dua yaitu perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa. Kusumawardani, (2011) menggunakan jenis perusahaan dalam menjelaskan hubungan dengan pengungkapan secara online. Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan manufaktur yang pada umumnya memiliki teknologi yang tinggi, akan melaporkan kondisi perusahaan secara tepat waktu.

Profitabilitas merupakan bagian penting yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan. Profitabilitas juga merupakan aspek penting yang dijadikan acuan oleh investor atau pemilik untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan (Widaryanti, 2011). Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan cenderung untuk mengungkap lebih rinci mengenai aktivitas mereka atau mengungkapkan lebih banyak informasi bagi pengguna potensial melalui CIR. 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 digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar hutang atau kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* keuangan dapat diartikan sebagai pengguna asset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud meningkatkan potensial pemegang saham (Hilmi dan Ali, 2008) dalam Chrisanty (2010). 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 hutang mereka. Demikian pula, baik pemegang saham dan kreditur akan meminta informasi lebih lanjut untuk menilai kemampuan keuangan 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*.

Menurut IICG (*Indonesian Institute of Corporate Governance*) terdapat lima prinsip utama yang penting dalam *Corporate Governance* yaitu keadilan (fairness), transparansi (transparency), kemandirian (independency), akuntabilitas (accountability), dan pertanggungjawaban (responsibility).

1. Keadilan

Keadilan dimaksudkan untuk menjamin hak – hak pemegang saham, termasuk pemegang saham minoritas dan para pemegang saham asing serta menjamin terlaksananya komitmen dengan para investor.

2. Transparansi

Transparansi adalah adanya pengungkapan yang akurat dan tepat pada waktunya serta transparansi atas hal penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta pemegang kepentingan.

3. Kemandirian

Kemandirian adalah sebagai keadaan dimana perusahaan bebas dari pengaruh ataupun tekanan pihak lain yang tidak sesuai dengan mekanisme korporasi. Prinsip ini mengharuskan perusahaan menggunakan tenaga ahli dalam setiap divisi atau bagian dalam perusahaannya sehingga pengelolaan perusahaan dapat dipercaya.

4. Akuntabilitas

Akuntabilitas dimasukkan sebagai prinsip yang mengatur peran dan tanggungjawab manajemen agar dalam mengelola perusahaan dapat

mempertanggungjawabkan pekerjaannya serta mendukung usaha untuk menjamin penyeimbangan kepentingan manajemen dan pemegang saham sebagaimana yang diawasi oleh Dewan Komisaris. Dewan Komisaris dalam hal ini memberikan pengawasan terhadap manajemen mengenai kinerja dan pencapaian target return bagi pemegang saham.

5. Pertanggungjawaban

Pertanggungjawaban berarti bahwa sebuah perusahaan harus memenuhi dan mematuhi industri dan undang-undang yang berlaku. Termasuk didalamnya pemeliharaan lingkungan hidup, hak-hak konsumen, ketenagakerjaan dan sebagainya. Sebuah perusahaan tidak hanya harus bertanggungjawab terhadap mereka yang berhubungan langsung dengan perusahaan, tetapi mereka juga tidak berhubungan secara langsung dengannya.

Dari prinsip-prinsip CG diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang menerapkan CG di dalam pengelolaannya akan selalu mengutamakan kepentingan pemegang saham, memberikan informasi yang terbuka kepada semua pihak baik internal maupun eksternal serta mematuhi hukum yang berlaku di industri tersebut.

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 citra 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 mendemokrasi 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 Komisaris Independen

Komisaris Independen merupakan sebuah badan dalam perusahaan yang biasanya beranggotakan dewan komisaris yang independen yang berasal dari luar perusahaan yang berfungsi untuk menilai kinerja perusahaan secara luas dan keseluruhan (Emirzon, 2007) dalam Savitri, 2010. Anggota Komisaris diangkat berdasarkan pertimbangan integritas, dedikasi, memahami masalah – masalah yang ada pada manajemen perusahaan yang berkaitan dengan salah satu fungsi manajemen perusahaan, memiliki pengetahuan yang memadai dibidang usaha Persero tersebut, serta dapat menyediakan waktu yang cukup untuk melaksanakan tugasnya. Komposisi Komisaris harus ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan dapat dilakukan secara efektif, tepat dan cepat, serta dapat bertindak secara independen.

Masa jabatan anggota komisaris ditetapkan lima tahun dan dapat diangkat kembali untuk satu kali masa jabatan. Dalam hal ini komisaris terdiri atas lebih

dari seorang anggota, salah satu anggota komisaris diangkat sebagai komisaris utama. Pengangkatan anggota komisaris tidak bersama waktunya dengan anggota direksi, kecuali pengangkatan untuk pertama kalinya pada waktu pendirian. Anggota komisaris sewaktu-waktu dapat diberhentikan berdasarkan keputusan RUPS dengan menyebutkan alasannya. Pengangkatan dan pemberhentian komisaris dilakukan oleh RUPS. Dalam hal ini Menteri bertindak selaku RUPS, pengangkatan dan pemberhentian komisaris ditetapkan oleh Menteri.

Komisaris independen bertujuan untuk menyeimbangkan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam rangka perlindungan terhadap pemegang saham minoritas dan pihak-pihak lain yang terkait. Dapat disimpulkan keberadaan komisaris independen pada suatu perusahaan dapat mempengaruhi *timeliness* pelaporan keuangan yang dihasilkan oleh manajemen. Jika perusahaan memiliki komisaris independen maka laporan keuangan yang disajikan oleh manajemen cenderung lebih berintegritas, karena didalam perusahaan terdapat badan yang mengawasi dan melindungi hak pihak-pihak diluar manajemen perusahaan.

2.2.6 Komite Audit

Komite audit adalah suatu komite yang berpandangan tentang masalah akuntansi, laporan keuangan dan penjelasannya, sistem pengawasan internal serta auditor independen (FCGI, 2002). Kebanyakan komite audit terdiri dari 3 sampai dengan 5 bahkan terkadang sampai 7 orang yang bukan merupakan bagian manajemen perusahaan. Pada umumnya komite audit mempunyai tanggungjawab pada tiga bidang, yaitu:

a. Laporan Keuangan

Komite Audit Komite Audit bertanggungjawab untuk memastikan bahwa laporan yang dibuat manajemen telah memberikan gambaran yang sebenarnya tentang kondisi keuangan hasil usaha, rencana dan komitmen perusahaan jangka panjang.

b. Pengawasan Perusahaan

Komite Audit bertanggungjawab untuk memastikan bahwa perusahaan telah dijalankan sesuai undang-undang dan peraturan yang berlaku dan etika, melaksanakan pengawasan secara efektif terhadap benturan kepentingan dan kecurangan yang dilakukan oleh karyawan perusahaan.

c. Pengawasan Perusahaan

Komite Audit bertanggung jawab untuk pengawas perusahaan termasuk didalamnya hal-hal yang berpotensi mengandung resiko dan sistem pengendalian intern serta memonitor proses pengawasan yang dilakukan auditor internal.

Tujuan dibentuknya komite audit adalah membantu komisaris atau dewan pengawas dalam memastikan efektifitas sistem pengendalian internal dan efektifitas pelaksanaan tugas auditor eksternal dan auditor internalnya.

2.2.7 Kualitas Audit

Laporan keuangan perusahaan wajib diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) yang telah mendapatkan wewenang dari Bapepam. De Angelo (1988) dalam Savitri (2010) mendefinisikan kualitas audit sebagai gabungan *probabilitas* pendeteksian dan pelaporan kesalahan laporan keuangan yang material. 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. Beberapa alasan perusahaan dalam menggunakan jasa Kantor Akuntan Publik *The Big Four*, antara lain:

1. Para pemegang saham menginginkan *Big Four firm*.
2. Perusahaan ingin mendapatkan kepercayaan dari para investor atau dukungan dari pasar modal.
3. *The Big Four firm* mempunyai sumber daya keuangan yang kuat untuk mempertahankan pekerjaan mereka.
4. Perusahaan publik memang dituntut untuk menggunakan *The Big Four firm* dan kualitas jasa perusahaan *The Big Four firm*.

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. 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. Prasetio, Sarwoko, dan Sanjaya bermitra dengan *Ernts & Young* (EY)
4. Siddharta dan Wijaya bermitra dengan Klynveldt Pield Marwick goerdeler (KPMG)

2.2.8 Ketepatan Waktu CIR

Ketepatan waktu pelaporan perusahaan sangat berpengaruh bagi perusahaan. Ketepatan waktu pelaporan akan menarik investor dan menunjukkan kredibilitas perusahaan. Apabila pelaporan perusahaan dilakukan tepat waktu maka penilaian terhadap perusahaan juga akan meningkat. Ketepatan waktu informasi akuntansi menurut Suwardjono (2005: 170) adalah tersedianya informasi bagi pembuat keputusan pada saat dibutuhkan sebelum informasi tersebut kehilangan kekuatan untuk mempengaruhi keputusan.

Pelaporan perusahaan berbasis *web* telah menjadi sesuatu yang sangat populer saat ini. Teknologi internet menyediakan *platform* baru dalam menyebarluaskan informasi perusahaan. Adapun keunggulan internet adalah:

- a. Akses 24 jam
- b. Kecepatan
- c. Kenyamanan
- d. Kemudahan akses

- e. Biaya relatif
- f. Interaktivitas dan fleksibilitas

Penggunaan website perusahaan untuk mengungkapkan informasi bisnis dan keuangan sudah menjadi hal yang biasa bagi kebanyakan perusahaan. Dengan menempatkan informasi keuangan di *website* perusahaan, pengguna dapat mencari, menyaring, mengambil, dan bahkan mengkonfigurasi ulang seperti informasi dengan mudah secara tepat waktu (Luciana dan Sasongko, 2008).

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.

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.

BAPEPAM mengeluarkan lampiran keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) No.80/PM/1996, yang isinya mewajibkan bagi setiap emiten dan perusahaan publik untuk menyampaikan laporan keuangan tahunan perusahaan dan laporan auditor independennya kepada BAPEPAM selambat-lambatnya 120 hari atau 4 bulan setelah tanggal laporan tahunan perusahaan. Pada tanggal 30 September 2003 BAPEPAM semakin memperketat peraturan dengan mengeluarkan kembali lampiran surat Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) Nomor: Kep-36/PM/2003 yang menyatakan bahwa laporan keuangan tahunan disertai dengan laporan akuntan dengan pendapat yang lazim harus disampaikan selambat-lambatnya 90 hari setelah tanggal laporan keuangan tahunan.

Adanya peraturan ini diharapkan perusahaan untuk bisa melaporkan kondisi keuangan perusahaan secara tepat waktu. Apabila perusahaan tersebut terlambat menyampaikan laporan keuangannya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Bapepam, maka akan dikenakan sanksi administrasi sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang tersebut. Sanksi dan denda tersebut berupa peingatan tertulis, denda yaitu kewajiban membayar sejumlah uang tertentu, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, pembuatan izin usaha, pembatalan persetujuan, dan pembatalan pendaftaran.

2.3. Perumusan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Ukuran perusahaan merupakan fungsi dari tepat waktu atau tidak tepat waktunya suatu perusahaan dalam menyampaikan laporan keuangan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa ada banyak informasi yang terdapat didalam perusahaan tersebut, selain itu perusahaan tersebut juga akan disoroti oleh banyak masyarakat umum dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Oleh karena itu, perusahaan akan cenderung lebih menjaga *image* perusahaannya didepan masyarakat, untuk menjaga image tersebut maka perusahaan-perusahaan besar akan berusaha menyampaikan laporan keuangannya secara tepat waktu Dyer dan Mc Hugh (dalam Chrisanty, 2010).

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 mengungkap informasi. Selain itu perusahaan yang besar tentunya mempunyai sistem pengendalian manajemen yang baik pula sehingga pihak manajemen akan lebih teliti dan lebih patuh pada aturan yang dibuat perusahaan dengan demikian manajemen akan menyampaikan laporan keuangan dengan tepat waktu. Beberapa studi empiris meneliti hubungan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan secara *online* seperti Chrisanty (2010), 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 ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

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

Ada dua jenis umum kegiatan usaha yaitu kegiatan manufaktur dan jasa. 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 akan semakin tinggi pula keinginan perusahaan untuk menyajikan laporan keuangannya secara lebih transparan.

Beberapa studi empiris sebelumnya yang dilakukan oleh Ezat dan El-Masry (2008) dan 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 jenis industri terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Informasi kinerja keuangan, terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan dimasa

depan (IAI, 2007). Profitabilitas juga digunakan sebagai indikator keberhasilan kinerja suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Berdasarkan teori sinyal semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka laporan keuangan yang dihasilkan perusahaan tersebut mengandung berita baik (*good news*) dan perusahaan yang mengalami berita baik akan cenderung mengungkapkan informasi keuangan perusahaan secara lebih cepat (Hilmi, 2008 dalam Widaryanti, 2011). Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aditya (2012) bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap ketepatan waktu CIR. Berdasarkan pernyataan diatas, hipotesis ketiga dapat dinyatakan sebagai berikut:

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

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

Leverage keuangan dapat diartikan sebagai penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Suatu perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan yang tinggi berarti memiliki banyak hutang pada pihak luar sedangkan perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan lebih rendah berarti lebih banyak membiayai investasinya dengan modal sendiri. Jadi tingginya *leverage* perusahaan akan memenuhi kebutuhan kreditor dengan cara menyebarkan informasi yang dapat diandalkan dalam *website* untuk membuat kreditor tersebut lebih percaya mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar hutangnya.

Terdapat perbedaan 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 Chrisanty (2010), Widaryanti (2011), dan Aditya (2012) menunjukkan hubungan yang tidak signifikan. Sesuai dengan teori agensi, bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung tidak tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya untuk menghindari reaksi yang kurang baik dari investor. 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 *leverage* terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.3.5 Pengaruh Komisaris Independen terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan. Komisaris Independen dengan proporsi yang memadai, akan memaksimalkan kinerja perusahaan. Dewan komisaris dinilai memiliki pengaruh terhadap ketepatan waktu CIR karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi pada suatu perusahaan. Dalam kutipan

Firdaus (2014), dewan yang besar menyebabkan miskinnya komunikasi dan proses informasi, karena akibat dari keragaman dari keanggotaan dewan dan keinginan mereka untuk mengungkapkan informasi lebih lanjut tentang situs web perusahaan mereka untuk menarik lebih banyak investor dan memenuhi kebutuhan pemegang saham. Hal ini sesuai dengan studi empiris yang dilakukan oleh Savitri (2010) bahwa variabel komisaris independen memiliki pengaruh positif terhadap ketepatan waktu CIR. maka untuk hipotesis kelima adalah sebagai berikut:

H5. Terdapat pengaruh positif Komisaris Independen terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.3.6 Pengaruh Komite Audit terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Salah satu parameter terlaksananya *corporate governance* yaitu meningkatkan ketepatan pelaporan keuangan perusahaan. Ketepatan waktu dalam penyampaian laporan keuangan merupakan salah satu keuangan merupakan salah satu pendukung mekanisme *Corporate Governance* perusahaan yang baik. Dimana ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan akan mengurangi insider trading, kebocoran-kebocoran dan rumor pada pasar saham. Ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan dapat dilihat dari ada atau tidaknya sanksi dari Bapepam sebagai pembina dan pengawas pasar modal. Hal ini ditegaskan dengan peraturan BAPEPAM nomer : Kep-643/BL/2012 komposisi komite audit paling kurang terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan Pihak dari luar Emiten atau Perusahaan Publik, dan diketuai oleh Komisaris

Independen. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki komite audit akan memiliki komite audit akan memiliki probabilitas yang lebih tinggi dalam menyampaikan laporan secara tepat waktu. Menurut argumen ini hipotesis keenam adalah:

H6. Terdapat pengaruh positif komite audit baru terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

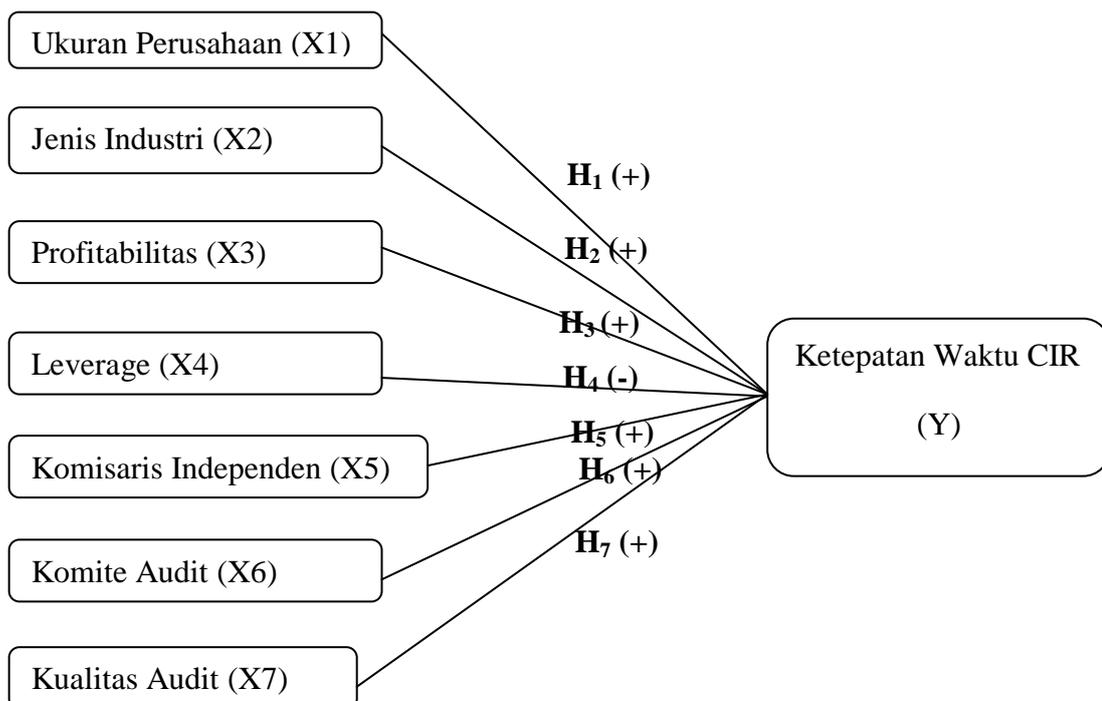
2.3.7 Pengaruh Kualitas Audit terhadap Ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*

Perusahaan dalam menyampaikan suatu laporan atau informasi akan kinerja perusahaan kepada publik agar akurat dan terpercaya diminta untuk menggunakan jasa KAP. Kualitas audit dapat digambarkan dengan kualitas kantor akuntan publik. Menurut De Angelo (1988) dalam Savitri (2010) menyatakan kualitas audit sebagai kemungkinan auditor akan mendeteksi dan melaporkan kontrak untuk menyediakan informasi akuntansi. Perusahaan yang diaudit Big 4 lebih memiliki manfaat kualitas audit dari pada non Big 4. KAP besar memiliki karyawan dalam jumlah yang besar, sehingga dapat mengaudit lebih efisien dan efektif, memiliki dorongan yang lebih kuat untuk menyelesaikan auditnya tepat waktu guna menjaga reputasinya. Berdasarkan argumen tersebut, maka dapat dinyatakan sebagai berikut:

H7. Terdapat pengaruh positif kualitas audit terhadap ketepatan waktu *Corporate Internet Reporting*.

2.4. Kerangka Konseptual

Berdasarkan analisis pada landasan teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini mencoba meneliti karakter keuangan perusahaan dan *corporate governance* yang mempengaruhi ketepatan waktu pelaporan perusahaan di internet. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini disusun untuk mempermudah pemahaman penelitian ini. Gambar 2.1 menunjukkan gambaran secara logis hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Terdapat 7 variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam hipotesis 1 adalah ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap variabel dependen CIR. Variabel independen dalam hipotesis 2 adalah jenis perusahaan yang berpengaruh positif pada variabel dependen CIR. Variabel independen dalam hipotesis 3 adalah

profitabilitas yang berpengaruh positif pada variabel dependen CIR. Variabel independen dalam hipotesis 4 adalah *leverage* yang berpengaruh negatif pada variabel dependen CIR. Variabel independen dalam hipotesis 5 adalah komisaris independen yang berpengaruh positif pada variabel dependen CIR. Variabel independen dalam hipotesis 6 adalah komite audit yang berpengaruh positif pada variabel dependen CIR. Variabel independen dalam hipotesis 7 adalah kualitas audit yang berpengaruh positif pada variabel dependen CIR.