

PENGARUH BESARAN, PROFITABILITAS, PEMILIKAN SAHAM OLEH PUBLIK, DAN KELOMPOK INDUSTRI TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN INFORMASI KEUANGAN DALAM WEBSITE PERUSAHAAN

Bambang Suropto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Financial reporting on the internet is an activity that has increased in recent years. This paper reports the results of a survey of internet reporting by the top 58 Indonesian companies in 2005. It is found that the majority of these companies (93 percent) had a website and part of them (71 percent) reports some financial information. Company size and industry grouping (financial-nonfinancial) are significantly associated with the extent of financial disclosures on the website. There is no significant association between profitability, industry grouping (manufactur-nonmanufactur), and the percentage of shares held by public with the extent of financial disclosures on the website.

Keywords: internet, financial information, disclosure, Indonesian companies

PENDAHULUAN

Revolusi di bidang teknologi informasi dan komunikasi meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menyediakan informasi dan pemakai dalam menggunakan informasi (Wallman, 1995). Perubahan tersebut mendorong berbagai pihak untuk mengkaji ulang model pelaporan keuangan yang berlaku dan mereka menemukan banyak kelemahan. Kelemahan pelaporan keuangan yang sekarang berlaku diidentifikasi sebagai salah satu penyebab inefisiensi pasar modal, kendala diversifikasi risiko, dan masalah likuiditas investasi yang pada akhirnya

berpengaruh terhadap tingkat pertumbuhan dan daya saing ekonomi suatu negara (Jenkin, 1994). Oleh karena itu perlu dikembangkan model pelaporan keuangan yang baru.

Aplikasi teknologi jejaring global, khususnya internet, oleh perusahaan dalam berbagai bidang usaha tumbuh dengan cepat. Penelitian menunjukkan sebagian besar perusahaan yang terdaftar di bursa negara maju mengungkapkan informasi keuangan dalam *website* dan tingkat pengungkapannya semakin meningkat dan inovatif. Pemakaian internet untuk pelaporan keuangan dapat memperbaiki berbagai aspek pelaporan keuangan. Internet dapat menjadi sumber utama bagi pemakai untuk mencari informasi keuangan perusahaan (Lymer *at al.*, 1999). Penelitian sebelumnya di bidang pelaporan keuangan internet dilakukan terutama di negara-negara maju. Marston dan Straker (2001) menyatakan penelitian pelaporan keuangan internet masih relatif jarang, terutama di negara berkembang.

Pada bagian berikutnya akan dijelaskan tujuan dan manfaat penelitian. Setelah itu secara berturut-turut akan dibahas metode penelitian, perumusan hipotesis dan hasil pengujian hipotesis. Pada bagian terakhir akan disajikan kesimpulan yang dapat ditarik dan saran untuk penelitian di masa yang akan datang.

Pelaporan keuangan internet merupakan bidang yang baru. Penggunaan internet untuk pelaporan keuangan juga masih bersifat sukarela sehingga memungkinkan perusahaan untuk bereksperimen. Penelitian mengenai bidang tersebut masih jarang dilakukan dan oleh karenanya penting untuk dilakukan. Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan berikut ini:

1. Menginvestigasi apakah perbedaan tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan Indonesia bersifat sistematis, dalam arti perbedaan tingkat pengungkapan tersebut merupakan cerminan faktor-faktor tertentu perusahaan;
2. Menguji apakah besaran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan;
3. Menguji apakah tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan;
4. Menguji apakah proporsi kepemilikan saham perusahaan oleh publik berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan;

5. Menguji apakah kelompok industri perusahaan manufaktur-nonmanufaktur berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan;
6. Menguji apakah kelompok industri perusahaan keuangan-nonkeuangan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan.

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan mengenai praktik pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan Indonesia. Pengetahuan mengenai hal tersebut penting bagi perusahaan, investor dan calon investor, dan badan pengambil kebijakan yang terkait dengan pelaporan keuangan perusahaan. Penelitian ini juga bermanfaat bagi akademisi yang menekuni bidang pelaporan keuangan perusahaan.

Perusahaan harus berupaya paling tidak menyamai pesaing dalam jenis dan jumlah informasi yang diungkap untuk berhasil dalam persaingan perolehan dana di pasar modal global. Pengetahuan mengenai pengungkapan juga berguna bagi analis keuangan dalam menentukan ekspektasi mengenai jenis dan jumlah informasi yang diberikan oleh perusahaan dalam *website*. Pengetahuan tersebut juga bermanfaat bagi badan-badan pengambil kebijakan dalam mengevaluasi peraturan pengungkapan informasi keuangan yang berlaku.

TELAAH LITERATUR

Segera setelah para peneliti menyadari meluasnya praktik pelaporan keuangan dalam internet, sejumlah artikel menyajikan hasil survei praktik tersebut dalam berbagai kesempatan seminar (Marston, 2003). Survei-survei tersebut mengambil sejumlah sampel dari berbagai negara dan menghitung perusahaan yang sudah membuat *website* dan menentukan jenis-jenis informasi keuangan yang disajikan dalam *website* tersebut. Hasilnya memberikan indikasi mengenai praktik pengungkapan informasi keuangan dalam *website* pada saat penelitian dilakukan. Marston dan Leow (1998) seperti yang dikutip Marston (2003) melakukan survei perusahaan FTSE100 dan menguji hubungan antara besaran perusahaan dan kelompok industri dengan tingkat pengungkapan dalam internet. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan lebih mungkin untuk mengungkap informasi dalam internet.

Semakin banyaknya artikel-artikel yang dimuat dalam media-media bisnis (Gowthorpe dan Flynn, 1997; Wildstrom, 1997; Ashbaugh *et al.*, 1999; Marston, 2003; Khadaroo, 2005 dan lainnya) mencerminkan tumbuhnya kesadaran arti penting internet sebagai media komunikasi informasi keuangan. Proses hubungan investor dapat ditingkatkan, lebih

transparan dan inklusif, dengan media pelaporan internet (Marston, 2003). Sebagai contoh, rekaman presentasi analisis dapat ditayangkan dalam *website* perusahaan. Reilly (1997) mengulas implikasi hubungan investor atas pelaporan keuangan internet.

Pada tahun 1999 edisi khusus *European Accounting Review*, "The Internet and Corporate Reporting in Europe", dipublikasikan. Lymer (1999) membahas pelaporan keuangan internet dengan menelaah literatur secara terinci. Dia juga membahas berbagai masalah yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan, regulator, dan badan penyusun standar dalam menentukan bagaimana bentuk pelaporan ini harus dikembangkan ke depan. Craven dan Marston (1999) menyajikan hasil survei pelaporan internet oleh 200 perusahaan besar di UK. Mereka menemukan semakin besar perusahaan semakin mungkin menyajikan informasi dalam *website* dan kelompok industri tidak berpengaruh signifikan. Debreceny dan Gray (1999) mensurvei *website* perusahaan Perancis, Jerman, dan UK untuk mengetahui apakah laporan auditor dimasukkan dalam *website*. Deller *et al.* (1999) mensurvei aktivitas hubungan investor dalam internet oleh perusahaan AS, UK, dan Jerman. Mereka menemukan hubungan investor melalui internet perusahaan AS lebih umum dan memberikan lebih banyak fitur dibanding dua negara lainnya.

Gowthorpe dan Amat (1999) meneliti *website* perusahaan yang terdaftar di *Madrid Stock Exchange*. Hedlin (1999) mensurvei *website* perusahaan Swedia. Pirchegger dan Wagenhofer (1999) menganalisis *website* perusahaan Austria dua kali pada waktu yang berbeda dan membandingkan skor pengungkapan dengan perusahaan Jerman. Mereka menemukan perusahaan besar Austria mengungkap lebih banyak dan perusahaan yang sahamnya lebih banyak dimiliki oleh publik mengungkap lebih banyak. Ashbaugh *et al.* (1999) mensurvei 290 perusahaan US yang secara tradisional praktik pelaporan keuangannya sudah dievaluasi oleh AIMR. Mereka menghipotesakan ada hubungan antara pelaporan keuangan internet (diukur sebagai variabel 0/1) dengan ukuran perusahaan, ROA, peringkat pelaporan oleh AIMR, dan persentase saham yang dimiliki oleh investor individu. Dengan analisis logit mereka menemukan hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan.

Marston (2003) melakukan penelitian perusahaan besar Jepang dan menemukan mayoritas perusahaan mempunyai *website* berbahasa Inggris dan ukuran perusahaan berhubungan positif dengan keberadaan *website* tetapi tidak berhubungan dengan tingkat pengungkapan. Zakimi dan Hamid (2005) mensurvei *website* 100 perusahaan terbesar Malaysia

dengan instrumen indeks pengungkapan. Mereka menemukan 70 persen perusahaan menyediakan materi hubungan investor dalam *website* perusahaan dan materi yang paling banyak disajikan adalah profil perusahaan. Khadaroo (2005) mensurvei *website* perusahaan Malaysia dan Singapura dan menemukan perusahaan Singapura lebih banyak menggunakan *website* dan lebih baik dalam memanfaatkan potensi internet dibanding perusahaan Malaysia.

Pertumbuhan pelaporan keuangan internet tidak lepas dari pengamatan regulator akuntansi. IASC (Lymer *et al.*, 1999) telah mempublikasikan paper *Business Reporting on the Internet* yang mengusulkan beberapa standar untuk pelaporan usaha dalam *website*. Paper tersebut juga memuat hasil survei pelaporan internet yang mencakup 30 perusahaan terbesar di 22 negara. FASB di USA juga telah mempublikasikan *Electronic Distribution of Business Reporting Information* (2000) sebagai bagian dari *Business Reporting Research Project*. Paper tersebut memasukkan hasil survei terinci perusahaan *Fortune* 100. Kedua laporan tersebut memuat telaah literatur yang ekstensif. Di Perancis, COB (1999) telah menerbitkan beberapa aturan mengenai penggunaan internet oleh perusahaan yang terdaftar di bursa.

METODE PENELITIAN

• Sampel Penelitian

Sampel penelitian ini terdiri atas 58 perusahaan publik terbesar Indonesia menurut jumlah kapitalisasi pasar. Jumlah kapitalisasi pasar perusahaan ditentukan berdasar data ICMD 2003. Pemilihan perusahaan besar dalam penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya. Oleh karena pelaporan keuangan internet merupakan bidang yang baru, maka perusahaan besar diduga lebih mungkin untuk merintis praktik tersebut.

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi alamat *website* perusahaan sampel. Untuk mengidentifikasi *website* perusahaan, peneliti menggunakan *search engine* yang umum digunakan, yaitu *Yahoo* dan *Google*. Cara yang sama sudah digunakan dalam penelitian sebelumnya. Apabila dengan cara tersebut *website* perusahaan tidak ditemukan, maka dianggap perusahaan tersebut tidak memiliki *website*.

Hasil identifikasi terhadap keberadaan *website* perusahaan sampel disajikan dalam Tabel 1. Tabel tersebut menunjukkan 54 perusahaan (93 persen) mempunyai *website*. Dari jumlah tersebut, *website* 3 perusahaan gabung dengan perusahaan induk (asing) sehingga tidak dimasukkan ke dalam analisis karena pertimbangan keterbandingan. *Website* perusahaan sisanya, dua di antaranya tidak dapat diakses isinya karena yang satu

masih dalam tahap rekonstruksi dan yang lain karena *error*. Oleh karena itu maka *website* perusahaan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 49.

Tabel 1. Data Perusahaan Sampel

Keterangan	Jumlah	Persentase
▪ Perusahaan sampel	58	100%
▪ Perusahaan tidak punya <i>website</i>	4	7%
▪ Perusahaan punya <i>website</i>	54	93%
▪ <i>Website</i> perusahaan gabung dengan perusahaan induk (asing)	3	5%
▪ <i>Website</i> perusahaan dalam rekonstruksi	1	2%
▪ <i>Website</i> perusahaan tidak dapat diakses (<i>error</i>)	1	2%
Jumlah <i>website</i> perusahaan yang diteliti	49	84%

• *Content Analysis*

Setelah *website* perusahaan diidentifikasi, *website* tersebut dikunjungi dan dilakukan *content analysis*. Krippendorff (1980) seperti yang dikutip oleh Zakimi dan Hamid (2005) mendefinisikan *content analysis* sebagai “sebuah teknik penelitian untuk mengambil kesimpulan yang valid dari data menurut isinya.” *Content analysis* terdiri atas tiga tahap. Tahap pertama adalah memutuskan dokumen yang akan dianalisis. Dalam penelitian ini yang dianalisis isinya adalah *website* perusahaan. Peneliti mengunjungi *website* perusahaan sampel dan menganalisis isinya dalam waktu enam hari (27 Oktober 2005 sampai dengan 1 Nopember 2005). Analisis dilakukan dalam waktu yang singkat karena sifat internet yang sangat dinamis dan cepat berubah.

Tahap kedua *content analysis* adalah menentukan cara mengukur tingkat pengungkapan informasi keuangan. Telaah terhadap literatur menunjukkan untuk mengukur tingkat pengungkapan secara kuantitatif adalah dengan menggunakan indeks pengungkapan. Prosedur dikotomi digunakan untuk mengukur skor pengungkapan. Skor satu diberikan apabila suatu atribut informasi ditemukan dan skor nol apabila suatu atribut tidak ditemukan. Pemilihan atribut informasi yang digunakan dalam penelitian ini dikembangkan berdasar pada penelitian-penelitian sebelumnya dan semua atribut dipandang mempunyai bobot yang sama.

Tahap ketiga *content analysis* adalah mengembangkan sebuah instrumen daftar pengecekan (*checklist*). Atribut dalam daftar pengecekan dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu atribut umum dan atribut informasi keuangan. Unsur-unsur dalam atribut umum berkaitan dengan bagaimana perusahaan menyajikan informasi keuangan dalam *website*. Unsur-unsur dalam atribut informasi keuangan berkaitan dengan jenis informasi keuangan yang disajikan dalam *website*. Instrumen daftar

pengecekan *website* yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam Lampiran I.

- **Atribut Umum**

Untuk mengetahui isi laporan cetakan akan mudah apabila ada daftar isinya. Sama dengan laporan cetakan, terdapat beberapa cara yang dapat disediakan oleh perusahaan untuk memudahkan investor mengetahui isi *website* dan menemukan informasi tertentu yang ada di dalamnya. *Sitemap* dan *search box* adalah dua cara yang dapat disediakan oleh perusahaan untuk memudahkan investor menemukan informasi tertentu di dalam *website*.

Hubungan investor (HI) adalah pengelolaan hubungan antara perusahaan yang sekuritasnya diperdagangkan di bursa dengan pemegang dan calon pemegang sekuritas perusahaan. Marston (1996) menyatakan tujuan HI adalah menyediakan informasi kepada masyarakat keuangan dan masyarakat investor sedemikian rupa sehingga mereka dapat mengevaluasi perusahaan. Ryder dan Register (1989) seperti yang dikutip Marston (1996) menyatakan HI mempunyai arti penting strategik dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan investor. Mereka menyarankan aktivitas HI dipusatkan pada tiga prinsip. Pertama adalah mencapai dan mempertahankan harga saham tertinggi yang dimungkinkan. Kedua adalah untuk menumbuhkan kepercayaan investor sehingga dengan cara tersebut biaya pembelanjaan perusahaan dapat ditekan. Ketiga adalah untuk melindungi kebutuhan pemegang saham utama dan menarik investasi institusional dan asing.

Informasi penting bagi investor yang dapat dimuat dalam bagian hubungan investor adalah laporan tahunan. Secara tradisional laporan tahunan disampaikan kepada pihak yang memerlukan dalam bentuk cetakan. Laporan tahunan cetakan tersebut oleh perusahaan disampaikan kepada pihak yang membutuhkan atau dikirimkan kepada pihak yang minta. Pencantuman laporan tahunan dalam *website* dapat menekan biaya cetak dan pengiriman serta dapat menjangkau pihak yang membutuhkan laporan tahunan yang sebelumnya tidak dikenal oleh perusahaan. Arti penting laporan tahunan dari sudut pandang perusahaan dapat tercermin pada apakah ada *direct link* ke/dari laporan tahunan yang jelas dalam *website* (Lymer *et al.* 1999).

Format yang paling populer digunakan untuk membangun *website* adalah HTML (*Hyper Text Markup Language*). Namun demikian, menurut penelitian sebelumnya, format yang populer untuk menyajikan informasi keuangan dan laporan tahunan dalam *website* adalah HTML dan PDF. Generasi terbaru HTML yang cocok digunakan untuk pelaporan keuangan internet sehingga dapat mencapai manfaat tertinggi

pada saat ini adalah XML. Format PDF mudah dibuat, kalau dicetak akan sama dengan laporan cetakan, dan isinya tidak mudah untuk diubah. Kelemahan terutama format tersebut adalah merupakan *file* yang memerlukan memori besar sehingga memperlambat proses *download*, tidak dapat *di-link*, dan data tidak dapat langsung digunakan tanpa *entry* ulang. Format penyajian laporan keuangan yang memungkinkan pemakai untuk langsung menggunakan data laporan keuangan tanpa *entry* ulang adalah Excel/Lotus dan XML.

Informasi yang disajikan dalam laporan tahunan lebih dapat diandalkan apabila diaudit oleh auditor. Laporan tahunan cetakan, sebagai paket informasi keuangan auditan, merupakan sumber yang dapat diandalkan bagi para pemakai. Kemungkinan hal tersebut tidak terjadi pada laporan tahunan yang dimuat dalam *website*. Dalam internet, perusahaan dapat membuat *hyperlinks* antara informasi yang diaudit dengan informasi yang tidak diaudit. Hal itu dapat menyesatkan para pemakai. Situasi yang lebih berbahaya adalah jika *link* semacam itu dibuat dan beberapa waktu kemudian ditiadakan. Apabila itu terjadi maka akan merusak reliabilitas laporan tahunan. Penelitian mendukung bahwa *hyperlinking* laporan keuangan auditan ke informasi yang tidak diaudit berpengaruh pada pertimbangan investor (Hodge, 2001).

Ada berbagai teknik yang dapat digunakan supaya pemakai mengetahui secara jelas apakah mereka berada di dalam atau di luar laporan keuangan auditan. Perusahaan dapat menggunakan teknik laporan tahunan dibuka dalam layar baru atau menggunakan teknik laporan tahunan disajikan dalam *sub-window* tersendiri. Di samping teknik-teknik tersebut, ada teknik lain untuk membedakan informasi auditan dengan informasi yang tidak diaudit, misalnya dengan memunculkan judul laporan tahunan ketika pemakai masuk ke wilayah laporan tahunan atau dengan menggunakan desain dan pewarnaan yang unik untuk laporan tahunan.

Salah satu keunggulan pelaporan keuangan internet adalah fasilitas yang memungkinkan pemakai berinteraksi dengan perusahaan untuk bertanya atau memesan informasi tertentu dengan cara yang jauh lebih mudah dan murah dibanding mengirim surat atau telepon ke perusahaan. Fasilitas yang dapat disediakan supaya investor dapat berinteraksi dengan perusahaan adalah tersedianya alamat *email* hubungan investor atau fasilitas yang memungkinkan investor mengirim *email* ke perusahaan tanpa mengetahui alamat *email* hubungan investor perusahaan. Cara pertama lebih memudahkan investor karena alamat *email* hubungan investor perusahaan dapat dimasukkan ke dalam *mailing list* pribadi sehingga investor dapat mengirim pesan tanpa harus

mengunjungi *website* perusahaan. Namun demikian cara tersebut dapat mengakibatkan perusahaan kebanjiran kiriman *email* baik yang relevan maupun tidak relevan. Dengan cara kedua, apabila investor ingin berkiriman pesan maka harus mengunjungi *website* perusahaan. Cara tersebut dapat mengurangi kiriman *email* ke perusahaan tetapi relatif mempersulit investor untuk berinteraksi dengan perusahaan.

Di samping fasilitas di atas, fasilitas lain yang memungkinkan pemakai berinteraksi dengan perusahaan adalah fasilitas *feedback* dan *email alert*. Melalui fasilitas *feedback* pemakai dapat memberikan masukan kepada perusahaan untuk perbaikan *website* secara umum. *Email alert* merupakan teknologi “*push*” yang memungkinkan investor memesan untuk dikirim melalui *email* apabila perusahaan memasukkan informasi baru tertentu ke dalam *website* perusahaan. Dengan teknologi tersebut, investor akan selalu mendapatkan informasi terkini yang relevan baginya tanpa harus selalu mengunjungi *website* perusahaan.

Website perusahaan dapat menyediakan fasilitas *download* bagi laporan keuangan dan/atau laporan tahunannya. Fasilitas *download* memungkinkan pemakai untuk mencetak sendiri laporan tahunan yang ada di dalam *website*. Apabila perusahaan menggunakan format PDF untuk laporan tahunan, maka hasil cetakannya akan sama dengan laporan tahunan cetakan tradisional.

Perusahaan dapat memberikan informasi kepada pengunjung *website* dengan cara menyediakan informasi tersebut langsung di dalam *website* perusahaan atau membuat *link* ke informasi yang tersedia di *website* pihak lain. Misalnya untuk menyediakan informasi saham terkini, di dalam *website* perusahaan dapat dibuat *link* ke *website* pasar modal. *Link* ke informasi yang disediakan pihak ketiga dapat mengakibatkan kualitas informasi yang bervariasi dan informasi tersebut diluar pengendalian perusahaan. Masalah kewajiban juga dapat timbul apabila perusahaan membuat *link* ke *website* pihak ketiga. *Hyperlinks* informasi pihak lain ke dalam *website* perusahaan merupakan sumber peningkatan risiko (Etrredge, Richardson, dan Scholz, 2001).

Webcasting events melalui internet merupakan teknologi relatif baru yang memungkinkan analis dan investor menyaksikan siaran langsung suatu peristiwa seperti *conference call* di manapun lokasinya sepanjang mereka mempunyai koneksi dengan internet. Ulangan terhadap peristiwa tersebut juga dapat disediakan bagi mereka yang tidak dapat melihat siaran langsung peristiwa tersebut. Pemakaian *webcast* di USA dipicu oleh diberlakukannya regulasi “*Fair Disclosure*” pada bulan Oktober 2000. Dalam regulasi FD:

“apabila penerbit, atau pihak yang bertindak untuk kepentingannya, mengungkap informasi nonpublik material kepada pihak tertentu (pada umumnya profesional pasar modal dan pemegang sekuritas penerbit sehingga dapat memperdagangkan dengan baik sekuritas berdasarkan informasi tersebut), maka mereka harus mengungkap informasi tersebut kepada publik (SEC, 2000).”

Melalui internet informasi dapat mencapai publik dengan biaya yang wajar baik dari sisi penerbit maupun pemakai. Oleh karena itu maka *webcast* merupakan teknik yang populer di USA untuk memenuhi aturan tersebut. Hasil *content analysis* atribut umum *website* perusahaan sampel disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Atribut Umum

Atribut	Jumlah	Persentase
▪ Indeks isi situs (<i>sitemap</i>)	45	92%
▪ Kotak pencari (<i>search box</i>)	26	53%
▪ Hubungan investor/informasi keuangan/pemegang saham	35	71%
▪ Link ke laporan tahunan dalam <i>home page</i>	32	65%
▪ Link ke <i>home page</i> dari laporan tahunan	3	6%
▪ Laporan tahunan dibuka dalam layar baru	13	27%
▪ Laporan tahunan dalam <i>sub-window</i> tersendiri	20	41%
▪ Laporan tahunan dalam format HTML	6	12%
▪ Laporan tahunan dalam format PDF	33	67%
▪ Alamat <i>email</i>	22	45%
▪ Investor dapat mengirim <i>email</i> dari situs	20	41%
▪ Data dapat di- <i>download</i>	25	51%
▪ Umpan balik (<i>feedback</i>)	4	8%
▪ Link ke situs terkait	8	16%
▪ <i>Email Alert</i>	3	6%
▪ <i>Webcasting</i> (<i>audio/video/slide</i>)	1	2%

• Atribut Informasi Keuangan

Atribut informasi keuangan yang dimasukkan ke dalam instrumen daftar pengecekan secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam (1) informasi yang sudah biasa dimasukkan ke dalam laporan tahunan cetakan dan (2) informasi materi hubungan investor lainnya yang dapat disajikan dalam *website* perusahaan. Informasi dalam laporan tahunan lebih lanjut dapat dikelompokkan ke dalam informasi latar belakang dan elemen-elemen pokok laporan keuangan tahunan. Informasi latar belakang meliputi profil perusahaan, pernyataan misi dan visi, sambutan

direktur, profil dewan komisaris dan direktur, profil karyawan, profil pelanggan, dan aktivitas sosial perusahaan. Informasi latar belakang tersebut penting dalam rangka membangun kepercayaan investor karena informasi tersebut menunjukkan kekuatan perusahaan dan arah strategis yang akan dicapai perusahaan di masa yang akan datang (Zakimi dan Hamid, 2005).

Informasi laporan keuangan tahunan terdiri atas pernyataan manajemen sebagai penanggung jawab atas kewajaran laporan keuangan, laporan auditor, tanda tangan auditor, neraca, laporan rugi-laba, laporan perubahan modal pemegang saham, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Surat pernyataan mengenai tanggung-jawab manajemen atas kewajaran laporan keuangan dapat mengurangi masalah apabila di kemudian hari timbul tuntutan hukum dari pihak yang dirugikan karena disesatkan oleh informasi keuangan yang ada dalam *website* perusahaan. Laporan auditor merupakan sumber penting bagi kredibilitas dan reliabilitas laporan keuangan. Laporan auditor formal harus ditandatangani dan ditanggali oleh auditor. Meskipun semua perusahaan kemungkinan memenuhi peraturan tersebut dalam laporan keuangan cetakan, hal tersebut mungkin tidak terjadi dalam konteks pelaporan keuangan internet. Hasil *content analysis* atribut informasi keuangan dalam laporan tahunan terhadap *website* perusahaan sampel disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Atribut Informasi Keuangan dalam Laporan Tahunan

Atribut	Jumlah	Persentase
▪ Laporan tahunan	29	59%
▪ Pernyataan misi dan visi	33	67%
▪ Profil perusahaan	46	94%
▪ Sambutan direktur	33	67%
▪ Profil dewan komisaris dan direktur	35	71%
▪ Profil pelanggan	1	2%
▪ Profil karyawan	20	41%
▪ Aktivitas sosial perusahaan	19	39%
▪ Pernyataan tanggung jawab manajemen atas laporan keuangan	16	33%
▪ Laporan auditor	29	59%
▪ Tanda tangan auditor	16	33%
▪ Analisis dan pembahasan manajemen (MDA)	25	51%
▪ Neraca	33	67%
▪ Laporan rugi-laba	32	65%
▪ Laporan arus kas	30	61%
▪ Laporan perubahan modal pemegang saham	30	61%
▪ Catatan atas laporan keuangan	27	55%

Kaplan (1996) menyatakan bahwa salah satu keunggulan *website* sebagai media penyebaran informasi adalah dapat menyajikan informasi yang lebih terinci dibanding yang dimungkinkan oleh laporan tahunan tradisional. Pelaporan keuangan internet memungkinkan perusahaan meningkatkan pengungkapan keuangan dengan mengungkap data keuangan yang tidak ringkas dan data keuangan tambahan (misalnya penjualan mingguan atau kuartalan) dalam *website* (Ashbaugh *et al.* 1999). Oleh karena kendala teknologi, perusahaan pada masa lalu melaporkan data keuangan ringkas ke pasar (Wallman, 1995). Dengan kemampuan internet, ada kemungkinan perusahaan sudah mulai mengungkap informasi keuangan rinci yang lebih relevan bagi investor.

Atribut informasi materi hubungan investor lain yang dimasukkan ke dalam instrumen daftar pengecekan, beberapa di antaranya berupa data rinci. Informasi tersebut meliputi laporan keuangan kuartalan, laporan rincian penjualan, laporan rincian segmen, estimasi kinerja masa datang, dan statistik atau data industri. Selain informasi rinci, informasi materi hubungan investor lain yang dimasukkan ke dalam instrumen daftar pengecekan adalah ringkasan data keuangan penting, rasio keuangan, *press release*, kalender kegiatan, dan informasi mengenai saham perusahaan. Atribut informasi saham perusahaan lebih lanjut dirinci menjadi informasi saham terkini, kinerja saham, peringkat sekuritas perusahaan, dan pemilikan saham perusahaan. Hasil *content analysis* atribut informasi keuangan lainnya terhadap *website* perusahaan sampel disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Atribut Informasi Keuangan Lainnya

Atribut	Jumlah	Persentase
▪ Ringkasan data keuangan penting	38	78%
▪ Rasio keuangan dalam konteks	2	4%
▪ Rasio keuangan dalam tabel	33	67%
▪ Laporan kuartalan	31	63%
▪ <i>Press release</i>	34	69%
▪ Laporan rincian penjualan	4	8%
▪ Laporan rincian segmen	2	4%
▪ Estimasi kinerja masa yang akan datang	3	6%
▪ Harga saham terkini	20	41%
▪ Kinerja saham perusahaan	26	53%
▪ Peringkat surat berharga perusahaan	4	8%
▪ Informasi pemilikan saham	26	53%
▪ Statistik atau data industri	3	6%
▪ Agenda kegiatan	8	16%

Hasil *content analysis* atribut *website* kemudian digunakan untuk menghitung indeks tingkat pengungkapan informasi oleh masing-masing perusahaan sampel. Indeks tingkat pengungkapan setiap perusahaan dihitung dengan cara membagi jumlah atribut yang ada dalam *website* perusahaan dengan jumlah seluruh atribut dalam instrumen daftar pengecekan (45 atribut). Indeks tingkat pengungkapan perusahaan sampel kemudian digunakan untuk menguji hipotesis sebagai variabel dependen.

HIPOTESIS PENELITIAN

Pelaporan internet merupakan bentuk pengungkapan informasi yang bersifat sukarela. Oleh karena itu maka teori yang sudah dikembangkan dalam penelitian pengungkapan informasi sukarela akan digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan hipotesis dalam penelitian ini. Beberapa penelitian empiris mengenai pengungkapan informasi sukarela menjelaskan perbedaan tingkat pengungkapan sukarela antar perusahaan berdasar variabel-variabel tertentu perusahaan. Ada lima buah hipotesis yang dikembangkan dan diuji dalam penelitian ini.

• **Besaran Perusahaan**

Penelitian mengenai pengungkapan (sebagai contoh Chow dan Wong-Boren 1987; Coke, 1991, 1992; Ahmed dan Nicholls, 1994, Suripto, 2000) menemukan hubungan yang signifikan antara besaran perusahaan dengan tingkat pengungkapan sukarela. Ahmed dan Curtis (1999) melakukan meta-analisis 28 penelitian dan menemukan bahwa terdapat hubungan yang berarti antara besaran perusahaan dan tingkat pengungkapan. Marston dan Shrivies (1996) seperti yang dikutip Marston (2003) mereview sejumlah penelitian pengungkapan dan mencapai kesimpulan yang sama.

Teori keagenan, teori *signaling*, dan analisis biaya-manfaat semuanya dapat digunakan untuk menjelaskan kemungkinan adanya hubungan positif antara besaran perusahaan dengan pengungkapan. Semakin besar perusahaan akan meningkatkan kebutuhan perusahaan terhadap dana dari pihak luar. Biaya keagenan dapat meningkat karena perbedaan kepentingan pemegang saham, manajer, dan kreditur. Peningkatan pengungkapan dapat mengurangi biaya keagenan dan kesenjangan informasi. Semakin besar perusahaan mempunyai insentif yang lebih besar untuk memberi sinyal mengenai kualitasnya melalui pengungkapan yang lebih baik. Semakin besar perusahaan semakin kompleks, sehingga memerlukan pengungkapan yang lebih luas dibanding perusahaan yang kurang kompleks. Lebih besar perusahaan lebih mungkin disoroti oleh masyarakat dan biaya politik dapat ditekan

dengan perbaikan pengungkapan. Biaya pengumpulan dan penyebaran informasi mungkin relatif lebih rendah untuk perusahaan yang lebih besar sehingga akan meningkatkan insentif bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi. Marston dan Leow (1998) seperti yang dikutip Marston (2003) dan Craven dan Marston (1999) menemukan bahwa perusahaan UK yang mengungkapkan informasi dalam internet secara berarti berhubungan positif dengan besaran perusahaan.

Besaran sebuah perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, misalnya modal yang digunakan, tingkat perputaran, jumlah aktiva, nilai pasar perusahaan dan lain-lain. Tidak ada teori yang mendukung salah satu ukuran lebih baik dari yang lain. Sebagai contoh, Firth (1979) menggunakan jumlah pemegang saham, jumlah aktiva, dan tingkat perputaran untuk mengukur besaran perusahaan dan memperoleh hasil yang sama. Ukuran besaran perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah aktiva perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis nol yang pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: Besaran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan.

• **Tingkat Profitabilitas**

Beberapa penelitian menunjukkan kemungkinan terdapat hubungan antara profitabilitas dengan tingkat pengungkapan. Sebagai contoh, penelitian oleh Ng dan Koh (1994) menunjukkan bahwa lebih tinggi profitabilitas perusahaan lebih besar kemungkinan disoroti oleh masyarakat dan oleh karenanya lebih mungkin untuk menerapkan mekanisme pengaturan sendiri untuk menghindari pengaturan dari luar. Perusahaan yang *profitable* lebih mempunyai sumberdaya keuangan untuk melakukan pengungkapan tambahan. Ahmed dan Curtis (1999) mengidentifikasi 12 penelitian yang meneliti hubungan antara profitabilitas dengan tingkat pengungkapan dan hasilnya tidak konsisten. Meta-analisis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berhubungan secara signifikan dengan tingkat pengungkapan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan ukuran profitabilitas *return on assets* (ROA) untuk menguji pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis nol yang kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: Tingkat profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan.

• **Pemilikan Saham oleh Publik**

Pelaporan keuangan internet merupakan sebuah cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan pemakai laporan keuangan yang sebelumnya tidak dikenal (Ashbaugh *at al.*, 1999). Laporan keuangan cetakan tradisional hanya terbatas untuk pihak-pihak yang meminta dan/atau wajib menerima informasi keuangan. Setelah perusahaan membuat *website* dan melakukan pelaporan keuangan internet, informasi keuangan akan menjadi barang publik dengan akses global yang tidak terbatas. Perusahaan dapat memperluas audien pengungkapannya (berarti memenuhi kebutuhan informasi keuangan) dengan melakukan pelaporan keuangan internet.

Lebih banyak proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh publik maka lebih banyak pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan perusahaan yang sebelumnya tidak dikenal oleh perusahaan. Salah satu potensi manfaat pelaporan keuangan internet adalah memungkinkan perusahaan untuk menyebarkan informasi keuangan kepada audien yang lebih luas dibanding yang dapat dicapai melalui metode pelaporan tradisional. Oleh karena itu dapat diperkirakan bahwa semakin besar proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh masyarakat (publik) kemungkinan lebih luas mengungkap informasi keuangan melalui internet. Dalam penelitian ini proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh publik diukur dengan persentase saham yang dimiliki oleh publik dibanding seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan. Hipotesis nol yang ketiga dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3: Proporsi pemilikan saham perusahaan oleh publik tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam website perusahaan.

• **Jenis Industri**

Cooke (1991) menyatakan bahwa faktor-faktor historis kemungkinan penting dalam menjelaskan perbedaan tingkat pengungkapan. Keberadaan sebuah perusahaan dominan dengan tingkat pengungkapan yang tinggi dalam industri tertentu kemungkinan mempunyai pengaruh ikutan terhadap tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan lain dalam industri yang sama. Sehubungan dengan hal tersebut, pengungkapan informasi keuangan dalam internet dapat diduga berbeda antar industri karena perusahaan dengan kandungan teknologi tinggi ingin unjuk kemampuan di bidang teknologi.

Marston dan Leow (1998) seperti yang dikutip Marston (2003) menemukan tidak ada hubungan yang berarti antara tingkat pengungkapan informasi keuangan dengan kelompok industri. Namun

demikian, apabila perusahaan dikelompokkan ke dalam perusahaan yang mengungkap ikhtisar keuangan atau seluruh laporan keuangan maka hasilnya berhubungan secara signifikan. Dalam penelitian ini, untuk menguji pengaruh kelompok industri, perusahaan dikelompokkan ke dalam perusahaan manufaktur-nonmanufaktur dan perusahaan keuangan-nonkeuangan. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis nol keempat dan kelima dirumuskan sebagai berikut:

- H4: Kelompok industri perusahaan manufaktur-nonmanufaktur tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam website perusahaan.
- H5: Kelompok industri perusahaan keuangan-nonkeuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan.

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

• Karakteristik Perusahaan Sampel

Statistik deskriptif perusahaan sampel yang digunakan untuk menguji hipotesis disajikan dalam Tabel 5. Jumlah aktiva perusahaan sampel berkisar dari jumlah minimum Rp475.039 juta sampai dengan jumlah maksimum Rp136.481.584 juta dengan jumlah rata-rata Rp15.608.487 juta dan deviasi standar Rp27.292.635 juta. Profitabilitas perusahaan sampel yang diukur dengan ROA rata-rata 0,07, jumlah minimum -0,16, jumlah maksimum 0,42, dan deviasi standar 0,08. Jumlah rata-rata pemilikan saham oleh publik adalah 0,29, jumlah minimum 0,01, jumlah maksimum 0,83, dan deviasi standar 0,17. Indeks pengungkapan rata-rata perusahaan sampel adalah 0,46, jumlah minimum 0,04, jumlah maksimum 0,83, dan deviasi standar 0,23. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa variabel-variabel yang akan digunakan untuk menguji hipotesis cukup bervariasi antar perusahaan.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Seluruh Perusahaan Sampel

Statistik	Jumlah Aktiva	ROA	Saham Milik Publik	Indeks Pengungkapan
Maksimum	136.481.584	0,42	0,83	0,83
Minimum	475.039	-0,16	0,01	0,04
Rata-rata	15.608.847	0,07	0,29	0,46
Deviasi standar	27.292.635	0,08	0,17	0,23

Salah satu faktor yang akan diuji hubungannya dengan tingkat pengungkapan adalah kelompok industri. Dalam penelitian ini perusahaan dikelompokkan ke dalam perusahaan manufaktur-nonmanufaktur dan perusahaan keuangan-nonkeuangan. Statistik deskriptif kelompok perusahaan manufaktur dan nonmanufaktur disajikan dalam Tabel 6. Sampel perusahaan manufaktur terdiri atas 25 perusahaan yang mempunyai jumlah aktiva rata-rata Rp.5.730.455 juta, minimum Rp.475.039 juta, maksimum Rp.39.145.053 juta, dan deviasi standar Rp.8.291.869 juta; tingkat profitabilitas rata-rata 0,09, minimum -0,16, maksimum 0,42, dan deviasi standar 0,10; pemilikan saham oleh publik rata-rata 0,27, minimum 0,04, maksimum 0,57, dan deviasi standar 0,16; dan indeks pengungkapan rata-rata 0,42, minimum 0,04, maksimum 0,83, dan deviasi standar 0,25. Sampel perusahaan nonmanufaktur terdiri atas 24 perusahaan yang mempunyai jumlah aktiva rata-rata Rp25.898.838 juta, minimum Rp.1.018.053 juta, maksimum Rp.136.481.584 juta, dan deviasi standar Rp.35.584.388 juta; tingkat profitabilitas rata-rata 0,05, minimum 0,01, maksimum 0,18, dan deviasi standar 0,05; pemilikan saham oleh publik rata-rata 0,32, minimum 0,01, maksimum 0,83, dan deviasi standar 0,19; dan indeks pengungkapan rata-rata 0,49, minimum 0,04, maksimum 0,78, dan deviasi standar 0,21. Berdasar data tersebut nampak terdapat cukup variasi variabel yang akan diuji antara kelompok perusahaan manufaktur dengan kelompok perusahaan nonmanufaktur.

Tabel 6. Statistik Deskriptif Menurut Kelompok Industri Manufaktur-Nonmanufaktur

Industri	Jumlah Sampel	Statistik	Jumlah Aktiva	ROA	Saham Milik Publik	Indeks Pengungkapan
Manufaktur	25	Maksimum	39.145.053	0,42	0,57	0,83
		Minimum	475.039	-0,16	0,04	0,04
		Rata-rata	5.730.455	0,09	0,27	0,42
		Deviasi standar	8.291.869	0,10	0,16	0,25
Non-manufaktur	24	Maksimum	136.481.584	0,18	0,83	0,78
		Minimum	1.018.053	0,01	0,01	0,04
		Rata-rata	25.898.838	0,05	0,32	0,49
		Deviasi standar	35.584.388	0,05	0,19	0,21

Statistik deskriptif kelompok perusahaan keuangan dan nonkeuangan disajikan dalam Tabel 7. Sampel perusahaan keuangan terdiri atas 15 perusahaan yang mempunyai jumlah aktiva rata-rata Rp34.563.447 juta, minimum Rp1.018.053 juta, maksimum Rp136.481.584 juta, dan deviasi standar Rp40.787.726 juta; tingkat profitabilitas rata-rata 0,03, minimum 0,01, maksimum 0,13, dan deviasi standar 0,03; pemilikan saham oleh publik rata-rata 0,30, minimum 0,01, maksimum 0,83, dan deviasi standar 0,21; dan indeks pengungkapan rata-rata 0,59, minimum 0,28, maksimum 0,78, dan deviasi standar 0,11. Sampel perusahaan nonkeuangan terdiri atas 34 perusahaan yang mempunyai jumlah aktiva rata-rata Rp7.246.523 juta, minimum Rp475.039 juta, maksimum Rp56.269.092 juta, dan deviasi standar Rp11.930.303 juta; tingkat profitabilitas rata-rata 0,09, minimum -0,16, maksimum 0,42, dan deviasi standar 0,09; pemilikan saham oleh publik rata-rata 0,29, minimum 0,04, maksimum 0,57, dan deviasi standar 0,16; dan indeks pengungkapan rata-rata 0,40, minimum 0,04, maksimum 0,83, dan deviasi standar 0,24. Berdasar data tersebut diketahui bahwa terdapat cukup variasi variabel yang akan diuji antara kelompok perusahaan keuangan dengan kelompok perusahaan nonkeuangan.

Tabel 7. Statistik Deskriptif Menurut Kelompok Industri Keuangan-Nonkeuangan

Industri	Jumlah Sampel	Statistik	Jumlah Aktiva	ROA	Saham Milik Publik	Indeks Pengungkapan
Keuangan	15	Maksimum	136.481.584	0,13	0,83	0,78
		Minimum	1.018.053	0,01	0,01	0,28
		Rata-rata	34.563.447	0,03	0,30	0,59
		Deviasi standar	40.787.726	0,03	0,21	0,11
Nonkeuangan	34	Maksimum	56.269.092	0,42	0,57	0,83
		Minimum	475.039	-0,16	0,04	0,04
		Rata-rata	7.246.523	0,09	0,29	0,40
		Deviasi standar	11.930.303	0,09	0,16	0,24

• Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan regresi linear untuk menguji hubungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\%Atttotal = \beta_0 + \beta_1 ASET + \beta_2 ROA + \beta_3 PUBLIK + \beta_4 M/N + \beta_5 K/N + \epsilon$$

dengan keterangan:

%Atttotal	=	indeks skor pengungkapan
ASET	=	jumlah aktiva
RETURN	=	return on assets (ROA)
PUBLIK	=	persentase saham perusahaan yang dimiliki publik
M/N	=	dummy perusahaan manufaktur-nonmanufaktur
K/N	=	dummy perusahaan keuangan-nonkeuangan
β	=	konstanta atau parameter
ϵ	=	error

Ringkasan hasil model regresi disajikan dalam Tabel 8. Meskipun R^2 model regresi yang disajikan dalam tabel tersebut dipertimbangkan cukup rendah ($R^2 = 0,248$), namun model tersebut, menggunakan tingkat alpha 0,05, secara statistik signifikan ($p\text{-value} = 0.027$). Rendahnya nilai R^2 menunjukkan bahwa masih terdapat variabel-variabel lain yang mempengaruhi indeks pengungkapan yang tidak dicakup dalam model ini. Untuk menentukan ketepatan model, beberapa asumsi yang mendasari model regresi klasik diuji. Asumsi model regresi linear klasik yang diuji meliputi *multicollinearity*, *homoscedasticity*, dan *autocorrelation*. Hasil pengujian (tidak dicantumkan) menunjukkan bahwa tidak terdapat pelanggaran terhadap asumsi-asumsi yang dapat mengganggu hasil penelitian ini.

Tabel 8. Ringkasan Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,498 ^a	,248	,160	,20908736426398

^a Predictors: (Constant), K/N, PUBLIK, RETURN, AKTIVA, M/N

Hasil hitungan F disajikan dalam Tabel 9. Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai F sebesar 2,833 dengan *p-value* 0,027. Dengan demikian, menggunakan tingkat alpha 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel besaran perusahaan, tingkat profitabilitas, pemilikan saham oleh publik, kelompok industri manufaktur-nonmanufaktur, dan kelompok industri keuangan-nonkeuangan secara bersama-sama mempunyai kemampuan untuk menjelaskan variasi tingkat pengungkapan informasi dalam *website* perusahaan.

Tabel 9. ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,619	5	,124	2,833	,027 ^a
Residual	1,880	43	4,372E-02		
Total	2,499	48			

^a Predictors: (Constant), K/N, PUBLIK, RETURN, AKTIVA, M/N

^b Dependent Variable: %Atttotal

Untuk menentukan variabel independen yang dapat menjelaskan variasi tingkat pengungkapan diperlukan pengujian variabel independen secara individual. Kesimpulan mengenai kemampuan variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi tingkat pengungkapan ditentukan berdasarkan arah (positif/negatif) dan signifikansi koefisien regresi variabel yang bersangkutan. Arah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen didasarkan pada landasan teori yang telah dibahas. Hasil hitungan koefisien variabel yang dimasukkan ke dalam model regresi disajikan dalam Tabel 10.

Tabel 10: Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,286	,110		2,604	,013
AKTIVA	2,663E-09	,000	,319	2,104	,041
RETURN	-1,408E-02	,399	-,005	-,035	,972
PUBLIK	3,709E-02	,184	,028	,202	,841
M/N	,114	,083	,251	1,362	,180
K/N	,197	,096	,402	2,047	,047

^a Dependent Variable: %Atttotal

Hasil hitungan menunjukkan bahwa tanda koefisien AKTIVA (ukuran perusahaan) positif seperti yang prediksikan dengan *p-value* 0,041. Dengan demikian, menggunakan tingkat alpha 0,05; dapat disimpulkan bahwa H1 dapat ditolak. Hal itu berarti tingkat pengungkapan dalam *website* perusahaan secara signifikan berhubungan dengan besaran perusahaan. Untuk variabel tingkat profitabilitas perusahaan, hasil hitungan menunjukkan bahwa koefisien RETURN negatif tidak seperti yang diprediksikan dan tidak signifikan sehingga H2 tidak dapat ditolak. Untuk variabel pemilikan saham oleh publik, hasil hitungan menunjukkan koefisien PUBLIK positif seperti yang diperkirakan tetapi tidak signifikan sehingga H3 tidak dapat ditolak. Untuk variabel kelompok industri manufaktur-nonmanufaktur, hasil hitungan menunjukkan bahwa koefisien M/N positif dan tidak signifikan sehingga H4 tidak dapat ditolak. Untuk variabel kelompok industri perusahaan keuangan-non keuangan, hasil hitungan menunjukkan bahwa koefisien K/N positif dengan *p-value* 0,047. Berdasar hasil hitungan tersebut, menggunakan tingkat alpha 0,05, dapat disimpulkan bahwa H5 dapat ditolak. Hal itu berarti tingkat pengungkapan dalam *website* perusahaan secara signifikan berhubungan dengan kelompok industri keuangan-nonkeuangan.

Berdasar hasil pengujian hipotesis penelitian dan koefisien regresi setiap variabel independen diperoleh temuan-temuan sebagai berikut:

- a) Hasil penelitian menunjukkan bahwa besaran perusahaan, tingkat profitabilitas, jumlah saham yang dimiliki publik, kelompok industri perusahaan manufaktur-nonmanufaktur, dan kelompok industri perusahaan keuangan-nonkeuangan secara bersama-sama mempunyai kemampuan untuk menjelaskan variasi tingkat pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan,

- b) Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan mengungkap informasi keuangan lebih luas dalam *website* perusahaan,
- c) Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang bergerak dalam usaha keuangan mengungkap informasi keuangan lebih luas dalam *website* perusahaan dibanding perusahaan yang bergerak dalam usaha nonkeuangan,
- d) Penelitian tidak berhasil membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan mengungkap informasi keuangan lebih luas dalam *website* perusahaan,
- e) Penelitian tidak berhasil membuktikan bahwa semakin banyak saham perusahaan dimiliki oleh publik mengungkap informasi keuangan lebih luas dalam *website* perusahaan.
- f) Penelitian tidak berhasil membuktikan bahwa perusahaan manufaktur mengungkap informasi keuangan lebih luas dalam *website* perusahaan dibanding perusahaan nonmanufaktur.

Dalam penelitian sebelumnya, variabel besaran perusahaan ditemukan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan dalam *website* perusahaan (Marston, 2003). Penelitian ini menemukan hal yang sama. Penelitian ini juga menemukan bahwa perusahaan keuangan mengungkap informasi keuangan dalam *website* lebih luas dibanding perusahaan nonkeuangan. Hal tersebut kemungkinan terjadi karena lembaga keuangan, terutama bank, merupakan industri yang mempunyai kandungan teknologi tinggi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini menemukan bahwa perbedaan tingkat pengungkapan informasi dalam *website* perusahaan bersifat sistematis. Dengan demikian, pengungkapan informasi dalam *website* perusahaan adalah hasil keputusan rasional manajemen setelah mempertimbangkan manfaat dan biaya pengungkapan dalam internet. Pengungkapan informasi dalam *website* yang secara rata-rata relatif rendah (46 persen) kemungkinan terjadi karena pelaporan keuangan internet masih merupakan bidang yang baru dan/atau belum semua perusahaan menyadari manfaat yang dapat diperoleh dari pengungkapan informasi keuangan dalam *website*.

Penelitian ini mendukung bahwa tingkat pengungkapan informasi dalam *website* perusahaan dipengaruhi oleh besaran perusahaan. Di samping itu, penelitian ini juga mendukung bahwa pengungkapan informasi keuangan dalam *website* lebih luas perusahaan yang bergerak dalam industri keuangan dibanding perusahaan yang bergerak dalam

industri lainnya. Hal tersebut dapat terjadi karena perusahaan keuangan, khususnya bank, dikenal mempunyai kandungan teknologi tinggi.

Dalam penelitian ini, indeks pengungkapan digunakan sebagai ukuran tingkat pengungkapan dalam *website* perusahaan. Indeks pengungkapan tersebut ditentukan atas dasar interpretasi peneliti setelah menganalisis informasi yang dimuat dalam *website* perusahaan. Dengan demikian penelitian ini mempunyai keterbatasan karena didasarkan pada interpretasi subyektif peneliti terhadap isi *website* perusahaan. Penelitian ini juga menggunakan daftar atribut informasi tanpa pembobotan. Masing-masing atribut informasi diperlakukan sama, tanpa membedakan relatif pentingnya atribut tersebut bagi investor.

Penelitian ini dilakukan terhadap data *cross-sectional*. Oleh karena itu terdapat kemungkinan perluasan penelitian dengan menguji kembali apakah variabel-variabel yang ditemukan berhubungan dengan tingkat pengungkapan dalam penelitian ini tetap konsisten dengan data dalam waktu yang berbeda. Model regresi linear yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan R^2 yang cukup rendah (0,248). Oleh karena itu maka terdapat kemungkinan penelitian lebih lanjut dengan memasukkan variabel baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, K. dan Curtis, J.K., 1999. Associations between Corporate Characteristics and Disclosure Levels in Annual Report: A Meta-analysis, *British Accounting Review* (Vol. 31 No.1, March): 35-61.
- Ahmed, K. dan Nicholls, D., 1994. The Impact of Non-financial Company Characteristics and Mandatory Disclosure Compliance in Developing Countries: The Case of Bangladesh, *International Journal of Accounting* (Vol. 29): 62-77.
- Ashbaugh, H., Johnstone, K.M., dan Warfield, T.D., 1999. Corporate Reporting on the Internet, *Accounting Horizons* (Vol. 13 No. 3, September): 241-57.
- Brennan, N. dan Hourigan D., 1998. Corporate Reporting on the Internet by Irish Companies, *Accountancy Ireland* (Vol. 30 No. 6, December): 18-21.
- Chow, Chee W., and Adrian Wong-Boren, 1987. Voluntary Financial Disclosure by Mexican Corporation, *Accounting Review* (July): 533-41.
- Commission des Operations de Bourse (COB), 1999. Guidelines Concerning the Use of the Internet by Listed Companies on A

- Regulated Market when They Disseminate Financial Information, *COB* (Paris,).
- Cooke, T. E., 1991. An Assessment of Voluntary Disclosure in the Annual Reports of Japanese Corporations, *International Journal of Accounting* (Vol. 26): 174-89.
- _____, 1992. The Impact of Size, Stock Market Listing and Industry Type on Disclosure in The Annual Reports of Japanese Listed Corporations, *Accounting & Business Research* (Vol. 22, Summer): 229-37.
- Craven, B.M. dan Marston, C.L., 1999. Financial Reporting on the Internet by Leading UK Companies, *The European Accounting Review* (Vol. 8 No. 2): 321-33.
- Debreceny, R. dan Gray, G.L., 1999. Financial Reporting on the Internet and the External Audit, *European Accounting Review* (Vol. 8, No. 2): 335-50.
- Deller, D., Stubenrath, M., dan Weber, C., 1999. A Survey on the Use of the Internet for Investor Relations in the USA, the UK and Germany, *European Accounting Review* (Vol. 8, No. 2): 351-64.
- Ettredge, M., Richardson, V.J., dan Scholz, S., 2001. The Presentation of Financial Information at Corporate Websites, *International Journal of Accounting Information Systems* (Vol. 2): 149-68.
- Financial Accounting Standards Board (FASB), 2000. Qualitative Characteristics of Accounting Information: Statement of Financial Accounting Concept No. 2, *FASB* (Stamford, CT,).
- _____, 2000. Electronic Distribution of Business Reporting Information, *Business Reporting Research Project, Steering Committee Report Series*, *FASB* (Stamford, CT).
- Firth, M., 1979. The Impact of Size, Stock Market Listing and Auditors on Volume Disclosure in Corporate Annual Reporting, *Accounting and Business Research* (autumn,): 273-80.
- Fisher, R., Oyelere, P., dan Lasward F., 2004. Corporate Reporting on the Internet: Audit Issues and Content Analysis of Practices, *Managerial Accounting Journal* (Vol. 19 No. 3): 412-39.
- Gowthorpe, C. dan Flynn, G., 1997. Reporting on the Web: the State-of-the-art, *Accountancy* (August,).

- Gowthorpe, C. dan Amat, O., 1999. External Reporting of Accounting dan Financial Information via the Internet in Spain, *European Accounting Review* (Vol. 8 No. 2,): 365-71.
- Hedlin, P., 1999. The Internet as a Vehicle for Investor Relations: the Swedish Case, *European Accounting Review* (Vol. 8 No. 2,): 373-81.
- Hodge, F.D., 2001. Hyperlinking Unaudited Information to Audited Financial Statements: Effects on Investor Judgment, *The Accounting Review* (Vol. 31 No. 3): 333-46.
- Institute for Economic and Financial Research, Indonesian Capital Market Directories, *ECFIN* (Jakarta: 2003).
- Jenkins Committee Report, Improving Business Reporting: A Customer Focus, *Report of the Special Committee of AICPA on Financial Reporting-Users Needs Sub-committee*. Tersedia di <http://www.rutgers.edu/Accounting/raw/aicpa/index.htm>.
- Kaplan, M., 1996. Market Voluntary Plans via the World Wide Web, *National Underwriter 100* (April): 8-9.
- Khadaroo, M.I., 2005. Business Reporting on the Internet in Malaysia and Singapore: A Comparative Study, *Corporate Communications: An International Journal* (Vol. 10 No. 1): 58-68.
- Lev, B., 1992. Information Disclosure Strategy, *California Management Review* (Summer): 9-32.
- Lymer, A., 1999. The Use of the Internet for Corporate Reporting—A Discussion of the Issues and Survey of Current Usage in the UK, *Journal of Financial Information System*.
- _____, 2000. Investor Information Online—the Future of Corporate Reporting?, *Account* (Vol. 7 No 2): 4-5.
- Lymer, A., Debreceny, R., Gary, G., dan Rahman, A., 1999. Business Reporting on the Internet, *IASC* (London).
- Marston, C., 1996. The Organization of Investor Relations Function by Large UK-quoted Companies, *Omega: International Journal of Management Science* (Vol. 24 No. 4): 477-88.
- _____, 2003. Financial Reporting on the Internet by Leading Japanese Companies, *Corporate Communications: An International Journal* (Vol. 8 No. 1): 23-34.

- Marston, C. dan Staker M., 2001. Investor Relations: An European Survey, *Corporate Communications: An International Journal* (Vol. 6 No. 2): 82-93.
- Ng, E.J. dan Koh, H.C., 1994. An Agency Theory and Probit Analytic Approach to Corporate Non-mandatory Disclosure Compliance, *Asia-Pacific Journal of Accounting* (December): 29-44.
- Pirchegger, B. dan Wagenhofer, A., 1999. Financial Information on the Internet: A Survey of the Homepages of Austrian Companies, *European Accounting Review* (Vol. 8 No. 2): 383-91.
- Reilly, M. 1997. Wonders of the Web, *Investor Relations* (February).
- SEC, Fact Sheet 2000-53: Interpretative Release on the Use of Electronic Media 2000, *Securities and Exchange Commission*.
- Suripto, B., 2000. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan, *Jurnal Akuntansi & Manajemen* (Edisi Desember): 31-44.
- Wallman, S., 1995. The Future of Accounting and Disclosure in Evolving World: The Need for Dramatic Changes, *Accounting Horizons* (Vol. 9 No. 3, September): 81-91.
- _____, 1996. The Future of Accounting and Financial Reporting Part 2: The Colorized Approach, *Accounting Horizons* (Vol. 10 No. 2, June): 138-48.
- Watts, R.L. and Zimmerman, J.L., 1978. Towards Positive Theory of the Determination of Accounting Standards, *The Accounting Review* (Vol. 53,): 112-34.
- Wildstrom, S.H., 1997. Surfing for Annual Report, *Business Week* (14 April).
- Zakimi, F. dan Abdul H., 2005. Malaysian Companies' Use of the Internet for Investor Relations, *Corporate Governance* (Vol. 5 No. 1): 5-14.

Lampiran 1: Instrumen Daftar Pengecekan

Instrumen		Website:	
Nama Perusahaan:	Atribut Umum	Poin	Keterangan
1	Indeks isi situs (<i>sitemap</i>)		
2	Kotak pencari (<i>search box</i>)		
3	Hubungan investor/informasi keuangan/pemegang saham		
4	Link ke laporan tahunan dalam <i>Home Page</i>		
5	Link ke <i>Home Page</i> dari laporan tahunan		
6	Laporan tahunan dibuka dalam layar baru		
	Laporan tahunan dalam <i>sub-window</i> tersendiri		
7	Laporan tahunan dalam format HTML		
8	Laporan tahunan dalam format PDF		
9	Alamat <i>E-mail</i>		
	Investor dapat mengirim <i>E-mail</i> dari situs		
10	Data dapat di-download		
11	Umpan balik (<i>feedback</i>)		
12	Link ke situs terkait		
13	<i>E-mail Alerts</i>		
14	<i>WebCasting (audio/video/slide)</i>		
Atribut Informasi Keuangan		Poin	Keterangan
15	Laporan tahunan		
16	Pernyataan misi dan visi		
17	Profil perusahaan		
18	Sambutan direktur		
19	Profil dewan komisaris dan direktur		
20	Profil pelanggan		
21	Profil karyawan		
22	Aktivitas sosial perusahaan		
23	Pernyataan tanggung jawab manajemen atas laporan keuangan		
24	Laporan auditor		
25	Tanda tangan auditor		
26	Analisis dan pembahasan manajemen (MDA)		
27	Neraca		
28	Laporan rugi-laba		
29	Laporan arus kas		
30	Laporan perubahan modal pemegang saham		
31	Catatan atas laporan keuangan		
32	Ringkasan data keuangan penting		
33	Rasio keuangan dalam konteks		
34	Rasio keuangan dalam tabel		
35	Laporan kuartalan		
36	<i>Press release</i>		
37	Laporan rincian penjualan		
38	Laporan rincian segmen		
39	Estimasi kinerja masa yang akan datang		
40	Harga saham terkini		
41	Kinerja saham perusahaan		
42	Peringkat surat berharga perusahaan		
43	Informasi pemilikan saham		
44	Statistik atau data industri		
45	Agenda kegiatan		
Data Variabel Dependen		Jumlah	
1	Jumlah aktiva		
2	Jumlah laba		
3	Pemilikan saham oleh publik		
4	Jenis industri		