

**PENGARUH KARAKTERISTIK DAN TATA
KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP
TINGKAT PENGUNGKAPAN INFORMASI
KEUANGAN DAN NONKEUANGAN MELALUI
WEBSITE PERUSAHAAN DI INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

DIPO RIZKIKA ALFAIZ
NIM. C2C009001

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama penyusun : Dipo Rizkika Alfaiz
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009001
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK DAN TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN INFORMASI KEUANGAN DAN NONKEUANGAN MELALUI *WEBSITE* PERUSAHAAN DI INDONESIA**

Dosen Pembimbing : Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt

Semarang, 28 Februari 2013

Dosen Pembimbing,

(Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt)

NIP. 197205112000121001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Dipo Rizkika Alfaiz

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009001

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK DAN TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN INFORMASI KEUANGAN DAN NONKEUANGAN MELALUI *WEBSITE* PERUSAHAAN DI INDONESIA**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 7 Maret 2013

Tim Penguji:

1. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt (.....)

2. Dr. P. Th. Basuki Hadiprajitno, SE., MBA., MSA., Akt (.....)

3. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Dipo Rizkika Alfaiz, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh Karakteristik dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan Melalui Website Perusahaan di Indonesia, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 28 Februari 2013

Yang membuat pernyataan,

(Dipo Rizkika Alfaiz)

NIM : C2C009001

ABSTRAK

Perkembangan internet yang cepat menciptakan cara baru bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para *stakeholders*nya. Salah satu cara yang dapat digunakan yaitu dengan mengungkapkan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan, sehingga para *stakeholders* bisa dengan cepat dan mudah mengaksesnya darimana saja serta dapat segera mengambil suatu keputusan, terutama investasi. Informasi yang lengkap dan terperinci dapat membuat keputusan investasi menjadi lebih efektif, karena akan diketahui kinerja dan prospek perusahaan secara detail. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, solvabilitas, likuiditas, jenis industri, kepemilikan dispersi, ukuran dewan komisaris dan ukuran komite audit terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Sampel penelitian yang digunakan adalah 66 perusahaan nonfinansial yang listing di Bursa Efek Indonesia per tahun 2011. Dengan metode *proportional stratified random sampling*, perusahaan sampel tersebut dikelompokkan menurut jenis industrinya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang berupa laporan tahunan perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 serta informasi keuangan dan nonkeuangan lainnya yang dipublikasikan dalam *website* perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah variabel ukuran perusahaan, solvabilitas, likuiditas dan kepemilikan dispersi berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia, sedangkan variabel lainnya tidak terbukti berpengaruh signifikan.

Kata kunci: *Website*, Internet, Tingkat Pengungkapan, Informasi Keuangan dan Nonkeuangan.

ABSTRACT

The rapid development of the Internet creates a new way for companies to communicate with their stakeholders. One way that can be used is to disclose financial and non-financial information through the company's website, so the stakeholders can quickly and easily access them from anywhere and can immediately take a decision, especially investment. Complete information and detail can make investment decisions more effective, because it will be known to the performance and prospects of the company in detail. The research was conducted to analyze the effect of firm size, solvency, liquidity, industry type, ownership dispersion, the size of the board and audit committee size on the level of financial and non-financial disclosure through the company's website in Indonesia.

The samples used in this research are 66 non-financial companies listed at Indonesia Stock Exchange in 2011. With a proportional stratified random sampling method, the sample firms are grouped according to the type of industry. The types of data used in this study is a secondary data, in the form of annual reports of listed companies in Indonesia Stock Exchange in 2011 as well as other financial and nonfinancial information published on the company website. The analysis method used is multiple linear regression.

The conclusion that can be drawn from this study is the variable firm size, solvency, liquidity and dispersion of ownership have significant and positive impact on the level of financial and non-financial disclosure through the company's website in Indonesia, while other variables did not prove significant.

Keywords: Website, Internet, Level of Disclosure, Financial and non-financial information.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Karakteristik dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan Melalui Website Perusahaan di Indonesia”. Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini telah mendapat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahaan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan selama ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bapak Prof. Drs. H. Muhamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan studi.
2. Bapak Prof. Dr. Muchammad Syafruddin, M.Si, Akt selaku Ketua Jurusan Akuntansi yang telah memberikan arahan selama menempuh masa studi.
3. Bapak Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt selaku dosen pembimbing atas bimbingan, dorongan dan nasihat yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Ibu Aditya Septiani, S.E., M.Si., Akt selaku dosen wali yang telah memberikan nasihat selama ini.
5. Seluruh dosen dan segenap staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas segala ilmu dan bantuan yang telah diberikan.
6. Kedua Orang Tua tercinta, Bapak Suwendah dan Ibu Elinas yang telah memberikan seluruh kasih sayang dan cinta luar biasa kepada penulis. Terimakasih atas doa, nasihat dan motivasi setiap saat yang memberikan kekuatan kepada penulis dalam menempuh masa studi.
7. Kakakku dan adikku tersayang, Muttaqin Alfaiz, Maghfiroh Dewi Alfaiz, dan Ma'rifat Jilan Alfaiz yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayangnya.
8. Seluruh keluarga besarku atas doa dan dukungannya selama ini kepada penulis.
9. *My partner*, Oktita Earning Hanifah serta *my second family* yang telah memberikan doa, motivasi, kesetiaan, kesabaran dan keceriaan kepada penulis.
10. Sahabatku seperjuangan, Ramadhan, Bimo, Dimas, Arly, Andre, Panca, Anton dan Dody. Terimakasih atas pengalaman luar biasa dan kebersamaan yang indah selama ini.
11. Temanku sepermainan, Alfian, Wahyu, Yanto, Tria, Doni, Sigit, Putu, Adit, Hazmi, Albi, Rudi, Jhon, Tantra, Do'a, Tedha, Galang, Rijal, Ferry, Galus, Bagus, Dani, Afnan. Terimakasih atas kehangatan dan kebersamaannya selama masa studi ini.

12. Teman-teman Akuntansi 2009 Reguler 1, atas bantuan, kerjasama, keceriaan, kekompakkan serta kebersamaannya selama ini.
13. Teman-teman KKN desa Kranggan, Tersono atas kebersamaan dan pelajaran yang diberikan kepada penulis.
14. Kelompok Studi Ekonomi Islam dan Keluarga Mahasiswa Akuntansi, spesial untuk Mbak Sheila, Mona, Mas Seno, Mas Ryan, Mbak Wulan, Mbak Lilis atas pengalaman dan pelajaran yang telah diberikan kepada penulis.
15. Keluarga besar kos wonodri, Dodo, Rino, Wely, Mas Oki, Mas Fajar, Mas Anto, Mas Regi, Mas Aan, Mas Rio serta abangku yang lain. Terima kasih atas perhatian dan dukungannya.
16. Kontrakan Sipodang, Badrowi, Wahyu, Toni, Hatma, Jhon, Muanif, Titis, Bege dan Sufi yang telah memberikan keceriaan dan kebersamaan selama ini.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Terimakasih atas doa, bantuan dan dukungannya kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, demi penyempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran membangun dari semua pihak.

Akhirnya penulis hanya dapat mengharapkan semoga amal baik tersebut akan mendapat Pahala dan Rahmat dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 28 Februari 2013

Penulis,

Dipo Rizkika Alfaiz

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAHAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Teori Agensi	15
2.1.2 Tingkat Pengungkapan (<i>Disclosure</i>)	17
2.1.3 Pengungkapan Melalui <i>Website</i> Perusahaan	19
2.1.4 Karakteristik Perusahaan	23
2.1.4.1 Ukuran Perusahaan	24
2.1.4.2 Solvabilitas	25
2.1.4.3 Likuiditas	26
2.1.4.4 Jenis Industri	27
2.1.5 Tata Kelola Perusahaan.....	28
2.1.5.1 Kepemilikan Dispersi	28
2.1.5.2 Ukuran Dewan Komisaris	30
2.1.5.3 Ukuran Komite Audit	31

2.1.6 Penelitian Terdahulu	32
2.2 Kerangka Pemikiran	41
2.3 Pengembangan Hipotesis	45
2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan .	45
2.3.2 Pengaruh Solvabilitas terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan.....	46
2.4.3 Pengaruh Likuiditas terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan.....	47
2.4.4 Pengaruh Jenis Industri terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan.....	48
2.4.5 Pengaruh Kepemilikan Dispersi terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan .	49
2.4.6 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan .	50
2.4.7 Pengaruh Ukuran Komite Audit terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan .	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Variabel Penelitian dan definisi Operasional Variabel	53
3.1.1 Variabel Penelitian	53
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	53
3.1.2.1 Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan	53
3.1.2.2 Ukuran Perusahaan	59
3.1.2.3 Solvabilitas	59
3.1.2.4 Likuiditas	60
3.1.2.5 Jenis Industri	61
3.1.2.6 Kepemilikan Dispersi	61
3.1.2.7 Ukuran Dewan Komisaris.....	62
3.1.2.8 Ukuran Komite Audit	62
3.2 Populasi dan Sampel	63

3.3 Jenis dan Sumber Data	65
3.4 Metode Pengumpulan Data	65
3.5 Metode Analisis Data	66
3.5.1 Statistik Deskriptif	66
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	66
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	66
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	67
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68
3.5.3 Uji Hipotesis	69
3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	70
3.5.3.3 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	71
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	72
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	72
4.2 Analisis Data	75
4.2.1 Statistik Deskriptif	75
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	79
4.2.2.1 Uji Normalitas	79
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	81
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	83
4.2.3 Uji Hipotesis.....	85
4.2.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.2.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	85
4.2.3.3 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	86
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis	88
4.3 Interpretasi Hasil	90
4.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan...	90
4.3.2 Pengaruh Solvabilitas terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan	92
4.3.3 Pengaruh Likuiditas terhadap Tingkat Pengungkapan	

Informasi Keuangan dan Nonkeuangan	94
4.3.4 Pengaruh Jenis Industri terhadap Tingkat Pengungkapan	
Informasi Keuangan dan Nonkeuangan	95
4.3.5 Pengaruh Kepemilikan Dispersi terhadap Tingkat	
Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan...	96
4.3.6 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Tingkat	
Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan...	98
4.3.7 Pengaruh Ukuran Komite Audit terhadap Tingkat	
Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan...	99
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Keterbatasan	103
5.3 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN-LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengguna Internet Dunia Tahun 2011	3
Tabel 1.2	20 Besar Pengguna Internet di Dunia Tahun 2011	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4.1	Proses Seleksi Perusahaan Sampel	72
Tabel 4.2	Daftar Perusahaan Sampel Berdasarkan Jenis Industri	74
Tabel 4.3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	75
Tabel 4.4	Klasifikasi Aset Perusahaan	76
Tabel 4.5	Klasifikasi Solvabilitas	76
Tabel 4.6	Klasifikasi Likuiditas	77
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov	81
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas dengan Koefisien Korelasi	82
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas dengan Nilai Tolerance dan VIF	83
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Park	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	45
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal Plot	79
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram	80
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Daftar Perusahaan Sampel	109
Lampiran II	Indeks Pengungkapan Informasi Melalui Website	111
Lampiran III	Data Input SPSS	115
Lampiran IV	Hasil Output SPSS	117

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Publikasi informasi perusahaan merupakan hal yang sangat penting, mengingat pertanggungjawaban manajemen kepada para *stakeholders*. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi adanya praktik penipuan dan kecurangan yang dilakukan perusahaan dan berbagai pihak, sehingga tidak akan ada yang dirugikan. Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju, dibutuhkan adanya suatu media yang bisa menyebarkan informasi perusahaan dengan cepat, ke seluruh belahan dunia sehingga dapat dengan segera informasi tersebut digunakan sebagai pengambil keputusan. Salah satu dari media yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi perusahaan tersebut adalah Internet. Perkembangan internet sebagai media global untuk penyebaran informasi keuangan perusahaan menciptakan lingkungan pelaporan yang baru (Oyelere *et al.*, 2003). Choi *et al.* (2002) mengemukakan bahwa, Internet merupakan salah satu penggerak dan pendorong globalisasi. Untuk mendorong investasi, dibutuhkan ketersediaan informasi (keuangan maupun nonkeuangan), dan Internet merupakan sarana dan media yang paling tepat.

Internet merupakan kepanjangan dari *Interconnection Networking*. Menurut Jill. H. Ellsworth dan Matthew V. Ellsworth (1997), Internet adalah jaringan besar yang saling berhubungan dari jaringan-jaringan komputer yang

menghubungkan orang-orang dan komputer-komputer di seluruh dunia melalui satelit, telepon dan sistem-sistem komunikasi yang lain. Penggunaan internet memungkinkan informasi disebarkan ke seluruh dunia, dengan demikian memfasilitasi ketersediaan informasi perusahaan, sehingga dapat mendorong investasi. Peran potensial dari internet yaitu sebagai sarana memberikan informasi kepada masyarakat umum di negara-negara berkembang untuk memenuhi kebutuhan *stakeholders* dengan cepat, volume informasi yang disampaikan besar, dan efektif dalam penyampaiannya (Willis *et al.*, 2003).

Di dunia, berdasarkan data dari Internet World Stats, jumlah pengguna internet sampai tanggal 31 Desember 2011 berjumlah 2.267.233.742. Ini mengalami peningkatan yang signifikan dibanding tahun 2000 yang hanya berjumlah 360.985.492. Benua Asia menduduki peringkat pertama dengan jumlah pengguna internet 1.016.799.076 atau 44,8% dari total pengguna internet, sedangkan benua Oceania/Australia menduduki peringkat terendah dengan jumlah pengguna 23.927.457 atau 1,1% dari total pengguna internet. Begitu pula yang terjadi di Indonesia, jumlah pengguna internet setiap tahun mengalami perkembangan yang pesat. Pada tahun 2000 pengguna internet hanya berjumlah 2.000.000 pemakai, kemudian bertambah menjadi 55.000.000 pemakai per 31 Desember 2011. Jumlah ini menjadikan Indonesia berada di urutan ke-4 di Asia dan ke-8 di dunia.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna Internet Dunia Tahun 2011

INTERNET USAGE STATISTICS
The Internet Big Picture
World Internet Users and Population Stats

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS December 31, 2011						
World Regions	Population (2011 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2011	Users % of Table
Africa	1,037,524,058	4,514,400	139,875,242	13.5 %	2,988.4 %	6.2 %
Asia	3,879,740,877	114,304,000	1,016,799,076	26.2 %	789.6 %	44.8 %
Europe	816,426,346	105,096,093	500,723,686	61.3 %	376.4 %	22.1 %
Middle East	216,258,843	3,284,800	77,020,995	35.6 %	2,244.8 %	3.4 %
North America	347,394,870	108,096,800	273,067,546	78.6 %	152.6 %	12.0 %
Latin America / Carib.	597,283,165	18,068,919	235,819,740	39.5 %	1,205.1 %	10.4 %
Oceania / Australia	35,426,995	7,620,480	23,927,457	67.5 %	214.0 %	1.1 %
WORLD TOTAL	6,930,055,154	360,985,492	2,267,233,742	32.7 %	528.1 %	100.0 %

NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics are for December 31, 2011. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the [US Census Bureau](#) and local census agencies. (4) Internet usage information comes from data published by [Nielsen Online](#), by the [International Telecommunications Union](#), by [GfK](#), local Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, disclaimers, and navigation help, please refer to the [Site Surfing Guide](#). (6) Information in this site may be cited, giving the due credit to [www.internetworldstats.com](#). Copyright © 2001 - 2012. Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Sumber: www.internetworldstats.com, 2013

Dengan peningkatan jumlah pengguna yang signifikan ini, internet dapat dipandang sebagai salah satu media komunikasi terpenting saat ini, termasuk di Indonesia. Perusahaan seharusnya dapat meningkatkan kemampuan menyebarkan informasi yang dimilikinya untuk memuaskan para *stakeholders*. Salah satu cara yang dapat digunakan yaitu dengan mengungkapkan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan, sehingga para *stakeholders* bisa dengan cepat dan mudah mengaksesnya darimana saja serta dapat segera mengambil suatu keputusan. Internet menawarkan berbagai kemungkinan bagi perusahaan untuk menyajikan informasi keuangan dengan kuantitas yang lebih tinggi, biaya yang lebih murah, dan dapat menjangkau para

stakeholders secara lebih luas tanpa adanya halangan geografis (Xiao *et al.*, 2002).

Tabel 1.2
20 Besar Pengguna Internet di Dunia Tahun 2011

TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS						
#	Country or Region	Population, 2011 Est	Internet Users Year 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	World % Users
1	China	1,336,718,015	22,500,000	513,100,000	38.4 %	22.5 %
2	United States	313,232,044	95,354,000	245,203,319	78.3 %	10.8 %
3	India	1,189,172,906	5,000,000	121,000,000	10.2 %	5.3 %
4	Japan	126,475,664	47,080,000	101,228,738	80.0 %	4.4 %
5	Brazil	194,037,075	5,000,000	81,798,000	42.2 %	3.6 %
6	Germany	81,471,834	24,000,000	67,364,898	82.7 %	3.0 %
7	Russia	138,738,892	3,100,000	61,472,011	44.3 %	2.7 %
8	Indonesia	245,613,043	2,000,000	55,000,000	22.4 %	2.4 %
9	United Kingdom	62,698,362	15,400,000	52,731,209	84.1 %	2.3 %
10	France	65,102,719	8,500,000	50,290,228	77.2 %	2.2 %
11	Nigeria	170,123,740	200,000	45,039,711	26.5 %	2.0 %
12	Mexico	115,017,631	2,712,400	42,000,000	36.5 %	1.8 %
13	Korea	48,754,657	19,040,000	40,329,660	82.7 %	1.8 %
14	Iran	77,891,220	250,000	36,500,000	46.9 %	1.6 %
15	Turkey	78,785,548	2,000,000	36,455,000	46.3 %	1.6 %
16	Italy	61,016,804	13,200,000	35,800,000	58.7 %	1.6 %
17	Philippines	101,833,938	2,000,000	33,600,000	33.0 %	1.5 %
18	Vietnam	90,549,390	200,000	30,858,742	34.1 %	1.4 %
19	Spain	46,754,784	5,387,800	30,654,678	65.6 %	1.3 %
20	Pakistan	187,342,721	133,900	29,128,970	15.5 %	1.3 %
TOP 20 Countries		4,731,331,987	273,058,100	1,709,655,160	36.1 %	75.0 %
Rest of the World		2,235,794,808	87,927,392	570,154,469	25.5 %	25.0 %
Total World - Users		6,967,126,795	360,985,492	2,279,709,629	32.7 %	100.0 %

Sumber: www.internetworldstats.com, 2013

Beberapa penelitian baik di Indonesia maupun di luar negeri (Aly *et al.*, 2010; Oyelere *et al.*, 2003; Xiao *et al.*, 2004; Debreceny *et al.*, 2002; Craven dan Marston, 1999; Suripto, 2006; Lestari dan Chariri, 2007) telah dilakukan, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi dilakukannya pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan. Namun demikian, para peneliti lebih banyak menekankan perhatian pada informasi keuangan saja (Oyelere *et al.*, 2003; Debreceny *et al.*, 2002; Suripto, 2006; Lestari dan Chariri, 2007; Craven dan Marston, 1999) sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini, prosedur

pengukuran variabel dependen mencakup informasi keuangan dan nonkeuangan, seperti yang dilakukan Aly *et al.* (2010) dan Xiao *et al.* (2004).

Variabel independen yang paling sering muncul mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan adalah ukuran perusahaan. Debreceeny *et al.* (2002) melakukan penelitian terhadap praktik *internet financial reporting* pada perusahaan yang terdaftar di NY Stock Exchange. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan faktor utama suatu perusahaan untuk mengadopsi penerapan *internet financial reporting*. Hal ini didukung oleh penelitian Oyelere *et al.* (2003), Asbaugh *et al.* (1999), Marston dan Polei (2004) dan Xiao *et al.* (2004). Perusahaan yang besar memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi, sehingga investor akan membutuhkan informasi keuangan yang lebih banyak untuk membuat keputusan investasi yang lebih efektif (Marston dan Polei, 2004). Hal ini mendorong manajemen untuk memenuhi kebutuhan investor tersebut akan tersedianya informasi. Namun demikian, Aly *et al.* (2010) tidak sependapat karena hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi pelaporan perusahaan melalui *website* di Mesir.

Variabel lain yang biasa muncul mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan yaitu solvabilitas, likuiditas, jenis industri, dan struktur kepemilikan. Ismail (2002), menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh secara positif terhadap tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan di negara-negara teluk (Qatar, Bahrain dan Saudi Arabia). Debreceeny *et al.* (2002) mengamati bahwa kenaikan rasio solvabilitas

menciptakan biaya keagenan. Manajemen secara sukarela mengungkapkan di internet untuk memungkinkan kreditor terus memantau urusan perusahaan dan membantu mereka menilai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya tepat waktu. Hal ini tidak sesuai dengan Xiao *et al.* (2004), yang menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh negatif pada tingkat pelaporan internet perusahaan di China.

Oyelere *et al.* (2003) melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *internet financial reporting* di perusahaan-perusahaan Selandia Baru. Penelitian ini menggunakan variabel independen seperti, ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, *leverages*, internasionalisasi, penyebaran kepemilikan dan jenis industri. Hasilnya, ukuran perusahaan, likuiditas, penyebaran kepemilikan dan jenis industri merupakan faktor penentu *internet financial reporting* di Selandia Baru. Abdelsalam (1999) berpendapat bahwa perusahaan-perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih luas jika rasio likuiditas mereka tinggi, untuk membedakan diri dari perusahaan lain yang likuiditasnya kurang menguntungkan. Menurut Marston (2003), perusahaan-perusahaan di dalam industri berteknologi tinggi (manufaktur) ingin menunjukkan kesadaran teknologinya melalui *internet financial reporting* dibandingkan perusahaan lainnya (nonmanufaktur). Namun hal tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Craven dan Marston, (1999), Ismail (2002), Xiao *et al.* (2004) dan Lestari dan Chariri (2007).

Semakin banyak saham dimiliki oleh investor individu, maka akan semakin banyak informasi yang diungkapkan oleh perusahaan, karena investor

ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang perusahaan tempat ia berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen (Na'im dan Rakhman, 2000). Semakin banyak proporsi kepemilikan publik ini dapat mempengaruhi tawar menawar yang seimbang dengan manajemen akan tuntutan informasi perusahaan tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian Chandra (2008), bahwa kepemilikan dispersi mempunyai pengaruh signifikan terhadap praktik *internet financial reporting* perusahaan di Indonesia. Namun dalam penelitian Marston dan Polei (2004) dan Suropto (2006), tidak ditemukan hubungan antara kepemilikan dispersi dengan praktik *internet financial reporting*.

Penelitian yang mengaitkan antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan informasi pada *website* perusahaan masih jarang dilakukan. Sembiring (2005) mengaitkan hubungan ukuran dewan komisaris dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasilnya, ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada teori agensi, dewan komisaris dibutuhkan untuk memonitor dan mengendalikan tindakan manajer karena perilaku oportunistiknya (Jensen dan Meckling., 1976). Menurut Sembiring (2005), bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang dilakukan oleh manajemen akan semakin besar.

Penelitian Ho dan Wong (2001) mengaitkan ukuran komite audit dengan luas pengungkapan sukarela, dan hasilnya ada hubungan signifikan positif antara

ukuran komite audit dan tingkat pengungkapan sukarela perusahaan. Semakin banyak anggota komite audit, maka tugas pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Komite audit dibentuk agar dapat mengurangi sifat oportunistik manajemen yang melakukan manajemen laba dengan cara mengawasi laporan tahunan, terutama laporan keuangan dan melakukan pengawasan pada audit eksternal, sehingga dapat mengurangi aktivitas manajemen yang selanjutnya dapat mempengaruhi kualitas pelaporan tahunan antara lain kualitas laporan keuangan dan kualitas pengungkapan sosial. Dengan demikian, tingkat pengungkapan informasi yang akan dilakukan oleh manajemen akan semakin lengkap dan luas.

Di Indonesia sendiri penelitian-penelitian sebelumnya lebih cenderung berfokus pada informasi keuangan saja, yaitu praktik *Internet Financial Reporting* (IFR), seperti yang dilakukan oleh Surtijo (2006) dan Lestari dan Chariri (2007). Surtijo (2006) melakukan penelitian terhadap praktik pelaporan keuangan dalam *website* perusahaan di Indonesia. Variabel independen yang digunakan yaitu besaran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, dan jenis industri. Hasilnya tingkat pengungkapan informasi dalam *website* perusahaan dipengaruhi oleh besaran perusahaan dan jenis industri.

Menurut Surtijo (2006), penggunaan internet untuk pelaporan keuangan oleh perusahaan di Indonesia masih sebatas sebagai alat redistribusi informasi yang selama ini sudah dikomunikasikan dengan media tradisional. Perusahaan Indonesia belum banyak memanfaatkan potensi internet untuk meningkatkan dan memperbaiki proses pelaporan informasi kepada *stakeholders*. Pemakaian internet untuk pelaporan keuangan yang belum optimal kemungkinan terjadi karena hal

tersebut masih merupakan bidang yang baru dan belum semua perusahaan menyadari manfaat yang dapat diperoleh. Oleh karena itu, perlu upaya untuk menggalakan pelaporan keuangan menggunakan internet perusahaan Indonesia supaya dapat memenangkan persaingan perolehan dana dari pasar. Salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk meningkatkan praktik pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan adalah memperbanyak penelitian yang mempublikasi mengenai bidang tersebut (Suripto, 2006).

Penelitian yang sama juga dilakukan Lestari dan Chariri (2007) yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi praktik pelaporan keuangan melalui internet dalam *website* perusahaan di Indonesia. Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, likuiditas, jenis industri, leverage, reputasi auditor, dan umur *listing* perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage*, reputasi auditor, dan umur *listing* perusahaan berpengaruh terhadap praktik IFR.

Meskipun fenomena pengungkapan informasi perusahaan melalui internet berkembang pesat akhir-akhir ini, akan tetapi masih ada juga perusahaan yang tidak melakukan praktik yang sama. Xiao *et al.* (2004) mengemukakan bahwa tidak semua perusahaan menyajikan informasinya dalam *website* perusahaan. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pilihan perusahaan untuk menerapkan praktik tersebut. Hasil penelitian-penelitian sebelumnya mengenai tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan masih menunjukkan hasil analisis yang berbeda-beda (misalnya Aly *et al.*, 2010; Xiao *et al.*, 2004; Craven dan Marston, 1999; Suripto, 2006; Lestari dan Chariri, 2007), maka

dibutuhkan suatu penelitian lanjutan guna menguji ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan, yaitu dengan menganalisis praktik penyajian informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil topik “PENGARUH KARAKTERISTIK DAN TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN INFORMASI KEUANGAN DAN NONKEUANGAN MELALUI *WEBSTIE* PERUSAHAAN DI INDONESIA”.

1.2 Rumusan Masalah

Dibandingkan dengan media lain, internet menawarkan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh media lain, antara lain yaitu penyebaran informasi yang cepat, volume informasi yang disampaikan besar, dan efektif dalam penyampaiannya (Willis *et al.*, 2003). Salah satu keunggulan suatu perusahaan yang mengungkapkan informasinya melalui *website* perusahaan, yaitu para *stakeholdersnya* bisa dengan cepat dan mudah mengaksesnya darimana saja sehingga dapat segera diambil suatu keputusan.

Dalam penelitian ini, akan dianalisis pengaruh karakteristik dan tata kelola perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia, dengan menggunakan variabel independen yang terdiri dari variabel-variabel karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, solvabilitas, likuiditas dan jenis industri) dan tata kelola perusahaan

(kepemilikan dispersi, ukuran dewan komisaris dan komite audit) terhadap variabel dependen yaitu tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan peneliti adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia?
2. Apakah solvabilitas perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia?
3. Apakah likuiditas perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia?
4. Apakah jenis industri perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia?
5. Apakah kepemilikan dispersi perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia?
6. Apakah ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia?

7. Apakah ukuran komite audit perusahaan berpengaruh terhadap uas pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis apakah karakteristik dan tata kelola perusahaan mempunyai pengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan pada perusahaan yang memiliki *website* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis

Bagi pengembangan teori dan pengetahuan di bidang akuntansi, terutama berkaitan dengan pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan perusahaan melalui *website*.

- b. Manfaat praktis

1. Bagi perusahaan yang dapat dijadikan dasar pertimbangan untuk melakukan praktik pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan.

2. Bagi para *stakeholders* dalam melakukan pencarian informasi keuangan dan nonkeuangan yang lebih praktis dan melakukan pengambilan keputusan investasi dengan lebih cepat melalui pengungkapan melalui *website* perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai topik ini.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini tersusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

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

Bab II : Telaah Pustaka

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

Bab III : Metode Penelitian

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

Bab IV: Analisis dan Pembahasan

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

Bab V : Penutup

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

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara manajer (agen) dengan pemilik, kreditor dan pihak lain (prinsipal). Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara prinsipal dan agen (Jensen and Meckling., 1976). Inti dari hubungan keagenan adalah terdapat pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Prinsipal akan menyediakan fasilitas dan dana untuk menjalankan perusahaan serta mendelegasikan kebijakan pembuatan keputusan kepada agen. Prinsipal memiliki harapan bahwa agen akan menghasilkan return dari uang yang mereka investasikan atas pengelolaan perusahaannya. Menurut Lestari dan Chariri (2007), terdapat tiga macam hubungan dalam kerangka teori keagenan, yaitu hubungan antara manajer dengan pemilik (*bonus plan hypothesis*), hubungan antara manajer dengan kreditor (*debt/equity hypothesis*), dan hubungan manajer dengan pemerintah (*political cost hypothesis*). Adanya dorongan bagi pihak manajemen untuk melakukan pengungkapan sukarela didasarkan pada teori keagenan, yang dapat digunakan untuk mengurangi asimetris informasi.

Dalam teori agensi, diasumsikan bahwa masing-masing individu cenderung untuk mementingkan diri sendiri. Hal ini menimbulkan adanya konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Prinsipal memiliki kepentingan untuk

memaksimalkan keuntungan mereka sedangkan agen memiliki kepentingan untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya. Konflik akan terus meningkat karena prinsipal tidak dapat mengawasi aktivitas agen sehari-hari, yaitu untuk memastikan bahwa agen telah bekerja sesuai dengan keinginan dari prinsipal. Hal ini akan menyebabkan ketidakseimbangan informasi antara agen dan prinsipal.

Teori keagenan menggunakan insentif manajemen untuk menjelaskan pengungkapan sukarela. Watson *et al.* (2002) mengemukakan bahwa manajer memiliki insentif untuk meningkatkan pengungkapan untuk meyakinkan pemegang saham bahwa mereka bertindak secara optimal karena mereka tahu bahwa pemegang saham berusaha untuk mengendalikan perilaku mereka melalui kegiatan pemantauan. Oleh karena itu, salah satu cara untuk mengurangi biaya agensi adalah dengan meningkatkan pengungkapan perusahaan (Aly *et al.*, 2010).

Sebagai wujud dari akuntabilitas agen kepada prinsipal, setiap periode agen memberikan laporan mengenai informasi perusahaan kepada prinsipal. Informasi yang diungkapkan dalam penelitian ini yaitu melalui *website* perusahaan. Agen diharapkan dapat mengungkapkan informasi secara luas, sehingga bisa mengurangi konflik yang ada, ketika prinsipal merasa bahwa agen telah bekerja sesuai keinginan mereka. Laporan keuangan merupakan bentuk pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan kekayaan perusahaan yang dipercayakan, sehingga agen akan berusaha untuk memenuhi seluruh keinginan principal dengan cara mengungkapkan informasi sebanyak-banyaknya (Almilia, 2009).

2.1.2 Tingkat Pengungkapan (*Disclosure*)

Kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan (Ghozali dan Chariri, 2007). Bila dikaitkan dengan pengungkapan informasi, *disclosure* mengandung pengertian bahwa pengungkapan informasi tersebut harus memberikan penjelasan yang cukup dan bisa mewakili keadaan yang sebenarnya dalam perusahaan. Dengan demikian, informasi harus lengkap, jelas, akurat, dan dapat dipercaya dengan mencitrakan kondisi yang sedang dialami perusahaan, baik informasi keuangan maupun non-keuangan, sehingga tidak ada pihak yang akan dirugikan.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007), terdapat tiga konsep dalam pengungkapan, yaitu:

1. Pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*), merupakan pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan.
2. Pengungkapan wajar (*fair disclosure*), dilakukan agar dapat memberikan perlakuan sama yang bersifat umum bagi semua pengguna laporan keuangan.
3. Pengungkapan lengkap (*full disclosure*), mensyaratkan perlunya penyajian semua informasi yang relevan.

Darrough (1993) dalam Na'im dan Rakhman (2000), mengemukakan ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan standar, yaitu:

1. Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), adalah pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh lembaga yang berwenang. Pengungkapan wajib di Indonesia telah diatur oleh BAPEPAM, yaitu mengatur bentuk dan isi laporan tahunan yang wajib diungkapkan melalui Keputusan Ketua BAPEPAM dan Lembaga Keuangan No. KEP 134/BL/2006 peraturan X.K.6 tanggal 07 Desember 2006 tentang kewajiban penyampaian laporan tahunan bagi emiten atau perusahaan perusahaan publik.
2. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), adalah pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh lembaga yang berwenang. Pengungkapan sukarela yang dilakukan perusahaan yang satu dengan yang lain akan berbeda. Hal ini dikarenakan belum adanya peraturan mengenai luas pengungkapan sukarela. Sehingga perusahaan bebas memilih jenis informasi yang akan diungkapkan, yang dipandang manajemen relevan dalam membantu pengambilan keputusan.

Penelitian ini menggunakan jenis pengungkapan sukarela dengan metode tanpa pembobotan. Seperti yang dilakukan oleh Aly *et al.* (2010), Xiao *et al.* (2004) dan Suropto (2006). Penelitian ini tidak memberikan pembobotan terhadap item-item dalam pengungkapan sukarela karena informasi perusahaan disampaikan untuk tujuan umum pengguna, yang masing-masing mempunyai penilaian sendiri dalam memberi bobot untuk item yang dianggap penting. Setiap

pengguna informasi memiliki persepsi yang berbeda-beda atas item-item, ada item yang dianggap penting bagi pihak tertentu tetapi tidak penting bagi pihak lain.

2.1.3 Pengungkapan Melalui *Website* Perusahaan

Internet merupakan kepanjangan dari *interconnection Networking*. Menurut Jill. H. Ellsworth dan Matthew V. Ellsworth (1997), Internet adalah jaringan besar yang saling berhubungan dari jaringan-jaringan komputer yang menghubungkan orang-orang dan komputer-komputer di seluruh dunia melalui satelit, telepon dan sistem-sistem komunikasi yang lain.

Menurut Xiao *et al.* (2002), Internet akan membawa perubahan besar dalam pelaporan keuangan dalam metode distribusi informasi, pendekatan untuk akses informasi, frekuensi pelaporan, maupun permasalahan politis dan sosiologis sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Penyajian Informasi Kualitatif dan Non Keuangan. Dalam industri yang intensif teknologi, investor akan menilai lebih informasi non keuangan dan berusaha untuk melakukan penyesuaian kembali atas laba yang dilaporkan.
- b. Meningkatkan *Disclosure*. Peningkatan ekspektansi pengguna informasi keuangan dan permintaan akan informasi spesifik individual akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan informasi yang disediakan.
- c. Keberadaan Laporan Keuangan Tertulis (Tradisional). Berkaitan dengan keberadaan laporan keuangan tradisional, para ahli berpandangan bahwa

laporan keuangan tradisional akan masih tetap ada dan digunakan untuk memverifikasi akurasi dari informasi keuangan yang ada di Internet.

- d. Dampak Terhadap Pengguna Informasi Keuangan. Pengguna informasi keuangan di tempat yang jauh dan terpencil akan sangat terbantu dengan adanya penyajian informasi keuangan lewat Internet.
- e. Dampak Terhadap Peraturan dan Standar Akuntansi. Internet akan meningkatkan kebutuhan akan standar dan peraturan global. Internet akan semakin mendorong ke arah harmonisasi standar atau penggunaan standar Internasional.
- f. Dampak Terhadap Audit. Internet akan mendorong timbulnya real-time pelaporan keuangan, sehingga akan dibutuhkan sistem audit berkelanjutan yang dilakukan oleh auditor.

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

Fitur *Website* seperti *hypertext* dan *hyperlinks* menyediakan potensi untuk merubah cara penyajian laporan keuangan, yaitu informasi keuangan akan dapat

dihubungkan langsung dengan informasi non keuangan (Xiao *et al.*, 2002). Penelitian terhadap 99 perusahaan di Jepang yang dilakukan oleh Marston (2003), memperlihatkan bahwa sejumlah 68,7% perusahaan telah mengungkapkan informasinya melalui *website*. Suripto (2006) melakukan penelitian terhadap 58 perusahaan yang terdaftar di bursa efek Jakarta, hasilnya menunjukkan 73% perusahaan telah memanfaatkan *website* dalam mengungkapkan informasi keuangannya. Pengungkapan informasi perusahaan melalui *website* ini dianggap memiliki keunggulan biaya rendah, jangkauan luas, frekuensi dan kecepatan (Debreceny *et al.*, 2002).

Untuk menyediakan keberadaan sebuah *website*, maka harus tersedia unsur-unsur penunjangnya. Unsur-unsur tersebut antara lain:

a. Nama *Domain* (*Domain Name*)

Merupakan alamat unik di dalam internet yang berguna untuk menemukan sebuah *website*. Umumnya domain ini diperjualbelikan dengan sistem sewa tahunan.

b. Rumah Tempat *Website* (*Web Hosting*)

Merupakan ruangan yang terdapat dalam harddisk sebagai tempat penyimpanan data, *file*, *video*, *email*, *database*, dan lain-lain yang nantinya akan ditampilkan di dalam *website* tersebut.

c. Bahasa Program (*Scripts Program*)

Merupakan bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah pada saat *website* tersebut sedang dijalankan. Contoh dari bahasa program yaitu HTML, PHP, *Java Script* dan lain-lain.

d. Desain *Website*

Dalam pembuatan desain sebuah *website*, faktor userfriendly harus diterapkan. Hal ini akan membuat pengguna *website* merasa nyaman dan mudah ketika mengunjungi *website*.

e. Program Transfer Data ke Pusat Data

FTP (*File Transfer Protocol*) merupakan akses yang diberikan pada saat kita memesan web hosting, FTP berguna memindahkan file-file *website* yang ada pada computer ke pusat *web hosting* agar dapat terakses ke seluruh dunia.

Menurut Venter (2002) dalam Chandra (2008), penyajian laporan perusahaan melalui *website* dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Membuat duplikat laporan perusahaan yang sudah di cetak ke dalam format *electronic paper*.
2. Mengkonversi laporan ke dalam format HTML
3. Meningkatkan pencantuman laporan perusahaan melalui *website* sehingga mudah diakses oleh pihak yang berkepentingan daripada laporan berformat cetak.

Manfaat yang timbul dari penyediaan informasi perusahaan melalui *website* antara lain (Oyelere *et al.*, 2003):

1. Meningkatkan efisiensi biaya
 - pengurangan biaya produksi dan distribusi terkait dengan laporan tahunan cetak.
 - pengurangan permintaan insidental untuk laporan tahunan cetak dari pengguna laporan keuangan non-pemegang saham.
2. Peningkatan akses informasi oleh pengguna
 - memungkinkan fleksibilitas akses informasi melalui penggunaan hyperlink.
 - kemampuan untuk menyediakan informasi yang rinci untuk pengguna yang membutuhkan suatu informasi tertentu.
 - keunggulan dalam memberikan informasi yang lebih daripada yang tersedia dalam tahunan laporan.
 - keunggulan dalam memberikan informasi yang *real time*.
 - kemampuan untuk memberikan informasi secara interaktif dengan fitur *keywords* dalam mencari suatu isi laporan.
 - meningkatkan aksesibilitas informasi.

2.1.4 Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan ciri khas yang melekat pada suatu perusahaan, yang membedakan perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Karakteristik dalam penelitian ini terdiri dari ukuran perusahaan, solvabilitas, likuiditas, dan jenis industri.

2.1.4.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ada beberapa penjelasan yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi. Pertama, teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Jensen dan Meckling, 1976). Perusahaan besar mungkin akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan. Kedua, perusahaan besar menghadapi biaya politis yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marston dan Poley, 2004). Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disorot oleh pasar maupun publik secara umum. Mengungkapkan lebih banyak informasi merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas publik. Terakhir, perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar dan tingkat kompleksitas yang tinggi, sehingga investor akan membutuhkan informasi perusahaan yang lebih banyak untuk membuat keputusan investasi yang lebih efektif (Marston dan Poley, 2004). Menurut Marston dan Poley (2004), perusahaan besar lebih mudah diawasi kegiatannya di pasar modal dan di lingkungan sosial pada umumnya, sehingga akan memberi tekanan pada pihak manajemen untuk melakukan pengungkapan yang lebih lengkap dan luas dalam *website* perusahaan.

Penelitian sebelumnya (Ashbaugh *et al.* 1999; Creven dan Marston, 1999) telah meneliti hubungan antara tingkat pelaporan internet dan ukuran perusahaan dan menemukan hubungan positif yang signifikan. Perusahaan-perusahaan besar

lebih suka untuk menggunakan teknologi informasi dibandingkan perusahaan kecil dalam meningkatkan pelaporan keuangan untuk memenuhi permintaan yang lebih besar akan informasi (Creven dan Marston, 1999). Ashbaugh *et al.* (1999) mencatat bahwa skala ekonomi menunjukkan bahwa perusahaan besar lebih suka menginformasikan laporan keuangan pada *website*. Hal ini karena perusahaan-perusahaan besar biasanya memiliki produk dan jaringan distribusi yang lebih kompleks, yang membutuhkan sistem informasi manajemen dan database untuk pengendalian manajemen.

2.1.4.2 Solvabilitas

Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dilikuidasi. Perusahaan dikatakan *solvable*, apabila memiliki aktiva dan kekayaan yang cukup untuk menutup hutang-hutangnya, baik hutang jangka panjang maupun jangka pendek. Perusahaan dengan tingkat solvabilitas yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasinya secara luas guna menyebarkan informasi-informasi positif yang dimiliki perusahaan (Ismail, 2002). Informasi tentang solvabilitas ini dipandang penting bagi perusahaan yang menggali dana dari luar perusahaan, baik dana lewat hutang maupun dana lewat penjualan sekuritas di pasar modal. Bagi para kreditor laporan tentang solvabilitas, digunakan untuk menganalisis sejauh mana perusahaan akan dapat membayar hutang-hutangnya, jika perusahaan jatuh bangkrut. Untuk itu, suatu perusahaan yang rasio solvabilitasnya tinggi, cenderung untuk memenuhi kebutuhan informasi untuk kreditornya (Wallace,

1994). Ismail (2002), menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh secara positif terhadap tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan di negara-negara teluk.

Teori keagenan telah digunakan untuk menjelaskan hubungan antara solvabilitas dan pengungkapan perusahaan. Debreceeny *et al.* (2002) mengamati bahwa kenaikan rasio solvabilitas menciptakan biaya keagenan. Manajemen secara sukarela mengungkapkan di internet untuk memungkinkan kreditor terus memantau urusan perusahaan dan membantu mereka menilai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya tepat waktu.

2.1.4.3 Likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas menjadi karakteristik keuangan yang penting karena untuk tetap likuid, sebuah perusahaan mempunyai aktiva yang dapat dengan cepat untuk dikonversikan menjadi kas guna melunasi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas tinggi, akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan dengan melakukan pengungkapan informasinya seluas mungkin dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang rendah (Oyelere *et al.*, 2003).

Hasil penelitian Cooke (1992) menunjukkan bahwa kesehatan keuangan perusahaan yang kuat, seperti yang ditunjukkan pada rasio likuiditas, diharapkan dapat berhubungan dengan luas pengungkapan sukarela. Hal ini didasarkan pada pengharapan bahwa bagi perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik, lebih

berani mengungkapkan informasinya daripada perusahaan yang likuiditasnya rendah. Jika seandainya diketahui oleh publik, maka secara langsung atau tidak langsung perusahaan telah menunjukkan kinerjanya.

Abdelsalam (1999) berpendapat bahwa perusahaan-perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih luas jika rasio likuiditas mereka tinggi, untuk membedakan diri dari perusahaan lain yang likuiditasnya kurang menguntungkan. Oyelere *et al.* (2003) menemukan bahwa likuiditas dianggap salah satu penentu utama dari pelaporan internet pada perusahaan-perusahaan Selandia Baru, dan menemukan hubungan positif antara likuiditas perusahaan dengan pelaporan internet.

2.1.4.4 Jenis Industri

Tingkat pengungkapan informasi perusahaan mungkin tidak sama untuk semua sektor industri. Perbedaan ini dipicu oleh kandungan resiko dan karakteristik masing-masing industri berbeda. Jenis industri dalam penelitian ini terdiri dari perusahaan manufaktur dan perusahaan nonmanufaktur, seperti penelitian Lestari dan Chariri (2007). Amir dan Lev (1996, dalam Debreceny *et al.*, 2002) menyatakan bahwa industri yang kompleks dan menggunakan teknologi tinggi, dalam hal ini manufaktur, mengalami perubahan yang cepat dalam hal teknologi dan lingkungan bisnis. Untuk menghadapi perubahan tersebut, perusahaan akan cenderung untuk mengikuti perkembangan jaman dalam menjalankan perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menggunakan teknologi yang saat ini sangat berkembang pesat, yaitu internet.

Internet merupakan teknologi baru dalam pelaporan informasi dan pengembangan interaksi antara perusahaan dengan lingkungannya.

Jika suatu perusahaan dalam suatu sektor industri tidak mengikuti praktik pengungkapan yang sama, termasuk pengungkapan internet, seperti perusahaan lain dalam industri yang sama, maka bisa ditafsirkan bahwa perusahaan sedang menyembunyikan berita buruk (Craven dan Marston., 1999). Menurut Marston (2003), perusahaan-perusahaan di dalam industri berteknologi tinggi (manufaktur) ingin menunjukkan kesadaran teknologi mereka melalui *internet financial reporting* dibandingkan perusahaan lainnya (nonmanufaktur).

2.1.5 Tata kelola Perusahaan

Tata kelola perusahaan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan usahanya. Tata kelola diperlukan untuk mengendalikan manajemen perusahaan agar tidak hanya menguntungkan diri sendiri, tetapi juga menguntungkan para *shareholders*. Pada penelitian ini, variabel tata kelola perusahaan yang akan diteliti yaitu kepemilikan dispersi, ukuran dewan komisaris, dan ukuran komite audit.

2.1.5.1 Kepemilikan Dispersi

Kepemilikan dispersi (publik) merupakan kepemilikan saham tersebar yang dimiliki oleh investor individu. Investor individu meliputi investor di luar manajemen, selain pemerintah, institusi, dan kalangan keluarga (Alsaeed, 2006).

Dalam teori agensi, dinyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat kepemilikan dispersi yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang tinggi pula. Hal ini terjadi karena dengan adanya kepemilikan dispersi, pemilik akan meminta pengungkapan lebih untuk mengawasi perilaku oportunistik manajemen dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kepemilikan terkonsentrasi (Alsaeed, 2006).

Na'im dan Rakhman (2000) mengatakan bahwa semakin banyak saham dimiliki oleh investor individu, maka akan semakin banyak informasi yang diungkapkan, karena investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang perusahaan tempat ia berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen.

Alsaeed (2006) menunjukkan bahwa kepemilikan dispersi mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi, yang dinyatakan dengan perbandingan antara jumlah saham yang dimiliki oleh investor individu dengan jumlah saham yang beredar. Dalam mendapatkan modal, salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan menjual sahamnya. Semakin banyak saham yang dijual, maka semakin banyak pula saham yang dimiliki investor individu di luar perusahaan. Hal ini menyebabkan *item-item* informasi yang diungkapkan juga semakin luas karena pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan semakin banyak. Informasi yang disampaikan manajemen, digunakan oleh para investor untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan dimasa yang akan datang guna mengurangi resiko investasi.

2.1.5.2 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris merupakan jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan, terdiri dari komisaris utama, komisaris independen, dan komisaris. Kedudukan masing-masing anggota dewan komisaris, termasuk komisaris utama adalah setara. Pada teori agensi, dewan komisaris dibutuhkan untuk memonitor dan mengendalikan tindakan manajer karena perilaku oportunistiknya (Jensen dan Meckling., 1976). Dewan komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance*. Akan tetapi, dewan komisaris tidak diperbolehkan untuk ikut serta dalam mengambil keputusan operasional.

Menurut Sembiring (2005), bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang dilakukan oleh manajemen akan semakin besar. Sebagai wakil dari pemegang saham, anggota komisaris memiliki insentif untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas pengungkapan. Secara tidak langsung komisaris mendapatkan keuntungan dari membangun reputasi sebagai ahli pengawasan (Fama dan Jensen, 1983 dalam Xiao *et al.*, 2004).

2.1.5.3 Ukuran Komite Audit

Sesuai dengan Kep. 29/PM/2004, komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk melakukan tugas pengawasan pengelolaan perusahaan. Tugas pengawasan tersebut antara lain:

- a) Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang akan dikeluarkan perusahaan, seperti laporan keuangan, proyeksi dan informasi keuangan lainnya.
- b) Melakukan penelaahan atas ketaatan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal dan peraturan perundangan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- c) Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal.
- d) Melaporkan kepada komisaris berbagai risiko yang dihadapi perusahaan dan pelaksanaan manajemen risiko oleh direksi.
- e) Melakukan penelaahan dan melaporkan kepada dewan komisaris atas pengaduan yang berkaitan dengan emiten.
- f) Menjaga kerahasiaan dokumen, data dan rahasia perusahaan.

Berdasarkan surat edaran BEJ, SE-008/BEJ/12-2001, keanggotaan komite audit terdiri dari sekurang-kurangnya tiga orang termasuk ketua komite audit. Anggota komite ini yang berasal dari komisaris hanya sebanyak satu orang, anggota komite yang berasal dari komisaris tersebut merupakan komisaris independen perusahaan dan tercatat sekaligus sebagai ketua komite audit.

Ho dan Wong (2001) mengemukakan bahwa semakin banyak anggota komite audit maka manajemen akan semakin luas mengungkapkan informasi perusahaan. Semakin banyak anggota komite audit, maka tugas pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Komite audit dibentuk agar dapat mengurangi sifat oportunistik manajemen yang melakukan manajemen laba dengan cara mengawasi laporan tahunan, terutama laporan keuangan dan melakukan pengawasan pada audit eksternal, sehingga dapat mengurangi aktivitas manajemen yang selanjutnya dapat mempengaruhi kualitas pelaporan tahunan antara lain kualitas laporan keuangan dan kualitas pengungkapan sosial. Dengan demikian, tingkat pengungkapan informasi yang akan dilakukan oleh manajemen akan semakin lengkap dan luas.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Craven dan Marston (1999) meneliti pengaruh ukuran perusahaan dan jenis industri terhadap praktik *internet financial reporting* perusahaan di Inggris. Penelitian menemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara variabel ukuran perusahaan dan praktik *internet financial reporting*. Perusahaan-perusahaan besar lebih suka untuk menggunakan teknologi informasi dibandingkan perusahaan kecil dalam meningkatkan pelaporan keuangan untuk memenuhi permintaan yang lebih besar akan informasi (Craven dan Marston, 1999). Namun, variabel jenis industri tidak dapat menjelaskan pilihan perusahaan di Inggris untuk menerapkan praktik *internet financial reporting*.

Penelitian Debreceeny *et al.* (2002) menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap tingkat pelaporan keuangan melalui internet di 22 negara, dengan total sample 660 perusahaan. Karakteristik perusahaan meliputi ukuran perusahaan, leverage, status *listing* di luar negeri, status *listing* di bursa saham Amerika Serikat, teknologi, pertumbuhan perusahaan, dan risiko pasar. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan, status *listing* di bursa saham Amerika Serikat dan teknologi merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi praktik pengungkapan keuangan melalui internet.

Ismail (2002) meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap praktik *internet financial reporting* perusahaan di negara-negara teluk. Total sampel penelitian ini adalah 128 perusahaan, yang terdiri dari 24 perusahaan Qatar, 36 perusahaan Bahrain dan 68 perusahaan Saudi Arabia. Variabel karakteristik tersebut antara lain: ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan jenis industri. Penelitian menemukan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* merupakan faktor yang menentukan pilihan perusahaan untuk mengungkapkan informasi keuangannya melalui *website*. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu melakukan penelitian di negara-negara teluk lainnya seperti Kuwait, Oman dan Uni Emirat Arab sehingga dapat dikomparatifkan. Selain itu peneliti dapat mendiskusikan hubungan antara peningkatan penggunaan *internet financial reporting* dengan investor, serta implikasinya terhadap pembuat kebijakan dan standar akuntansi.

Oyelere *et al.* (2003) melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *internet financial reporting* di perusahaan-perusahaan Selandia

Baru. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 229 perusahaan. Variabel independen yang digunakan antara lain: ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, *leverages*, internasionalisasi, penyebaran kepemilikan dan jenis industri. Hasilnya praktik *internet financial reporting* dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, likuiditas, penyebaran kepemilikan dan jenis industri. Namun, karakteristik perusahaan lainnya, seperti *leverage*, profitabilitas dan internasionalisasi tidak dapat menjelaskan pilihan untuk menggunakan internet sebagai media pelaporan keuangan perusahaan.

Penelitian Marston dan Polei (2004) menguji penggunaan internet untuk pengungkapan informasi di perusahaan-perusahaan Jerman pada dua periode yaitu tahun 2000 dan 2003. Penelitian ini menggunakan variabel independen seperti, ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur kepemilikan saham, risiko sistemis dan status *listing* perusahaan di luar negeri. Penelitian hanya menemukan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi di dua tahun sekaligus. Selain itu, status *listing* di luar negeri hanya berpengaruh pada tahun 2003 dan struktur kepemilikan saham hanya berpengaruh pada tahun 2000.

Xiao *et al.* (2004) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pelaporan internet perusahaan di China. Sebanyak 300 perusahaan digunakan sebagai sampel penelitian ini. Variabel dependen diukur menggunakan indeks pengungkapan yang berjumlah 82 item, terdiri dari 58 item atribut pengungkapan dan 24 item dari format presentasi dan aksesibilitas. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian antara lain: Ukuran perusahaan, *leverage*,

kepemilikan saham, komisaris independen, jenis auditor, jenis industri dan status terdaftar di bursa asing. Berdasarkan analisis yang dilakukan, ukuran perusahaan, ukuran auditor dan status terdaftar berpengaruh positif terhadap pelaporan internet perusahaan. Sedangkan leverage berpengaruh negatif terhadap pelaporan internet perusahaan. Penelitian ini menggunakan data *cross-sectional*, diharapkan dimasa yang akan datang dilakukan dengan data *longitudinal*. Kemudian penelitian selanjutnya dapat mengaitkannya dengan perubahan harga saham dan volume perdagangan.

Suripto (2006) melakukan penelitian terhadap praktik pelaporan keuangan dalam *website* perusahaan di Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 58 perusahaan. Variabel independen yang digunakan yaitu besaran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, dan jenis industri. Hasilnya tingkat pengungkapan informasi dalam *website* perusahaan dipengaruhi oleh besaran perusahaan dan jenis industri. Sedangkan profitabilitas dan kepemilikan saham oleh publik tidak berpengaruh. Penelitian selanjutnya, diharapkan memasukkan atribut-atribut indeks pengungkapan baru yang berguna untuk menganalisis perkembangan praktik pelaporan keuangan menggunakan internet perusahaan Indonesia. Penelitian yang mencakup perusahaan di berbagai negara juga penting untuk perbandingan daya saing perusahaan Indonesia relative disbanding negara lain.

Lestari dan Chariri (2007) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi praktik pelaporan keuangan melalui internet dalam *website* perusahaan di Indonesia. Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan,

likuiditas, jenis industri, *leverage*, reputasi auditor, dan umur *listing* perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, *leverage*, reputasi auditor, dan umur *listing* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap praktik *internet financial reporting*. Sedangkan profitabilitas dan jenis industri tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik pelaporan keuangan dalam *website* perusahaan.

Chandra (2008) menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, *public ownership*, *foreign ownership*, *listing age* terhadap pelaporan keuangan dalam *website* pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa ukuran perusahaan, *public ownership* dan *foreign ownership* berpengaruh signifikan terhadap pelaporan informasi keuangan perusahaan dalam *website*. Sedangkan variabel lain yaitu profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan *listing age* tidak berpengaruh signifikan.

Aly *et al.* (2010) melakukan penelitian terhadap pelaporan internet di perusahaan mesir. Sebanyak 62 perusahaan dijadikan sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel independen: ukuran perusahaan, *leverage*, ukuran audit, profitabilitas, likuiditas, jenis industri dan status terdaftar di bursa asing. Tingkat pengungkapan informasi diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan yang terdiri atas 90 item. Indeks ini terdiri dari 59 item dari konten pengungkapan dan 31 item dari format presentasi. Pendekatan yang digunakan dalam mengukur tingkat pengungkapan adalah dengan memberi skor 1 bila item diungkapkan dan diberi skor 0 bila item tidak diungkapkan. Tiap-tiap item pengungkapan diberi bobot yang sama. Hasilnya menunjukkan bahwa sektor

profitabilitas, status terdaftar di bursa asing dan jenis industri (komunikasi dan jasa keuangan) adalah faktor yang paling penting yang mempengaruhi jumlah dan format presentasi pelaporan internet di Mesir. Menurut Aly *et al.* (2010), tata kelola perusahaan harus dipertimbangkan dalam pengungkapan internet karena merupakan tanggungjawab dewan direksi yang mengelola pengungkapan informasi. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan hubungan antara tata kelola perusahaan dan karakteristik perusahaan dengan tingkat pelaporan perusahaan lewat media internet.

Penelitian-penelitian terdahulu di atas dapat diringkas ke dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil
Craven dan Marston (1999)	Ukuran perusahaan dan jenis industri terhadap IFR.	Adanya hubungan positif yang signifikan antara variabel ukuran perusahaan dan praktik IFR, sedangkan jenis industri tidak dapat menjelaskan pilihan perusahaan untuk menerapkan IFR.
Debreceeny <i>et al.</i> (2002)	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , status <i>listing</i> di luar negeri, status <i>listing</i> di bursa saham Amerika Serikat, teknologi, pertumbuhan perusahaan, dan	Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan, status <i>listing</i> di bursa saham Amerika Serikat dan teknologi merupakan faktor yang penting

	risiko pasar terhadap IFR.	dalam mempengaruhi praktik pengungkapan keuangan melalui internet.
Ismail (2002)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , dan jenis industri terhadap IFR.	Penelitian menemukan ukuran perusahaan, profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan, sedangkan variabel jenis industri tidak berpengaruh terhadap IFR.
Oyelere <i>et al.</i> (2003)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, <i>leverages</i> , internasionalisasi, penyebaran kepemilikan dan jenis industri terhadap IFR.	Hasilnya praktik IFR dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, likuiditas, penyebaran kepemilikan dan jenis industri. Namun, karakteristik perusahaan lainnya, seperti <i>leverage</i> , profitabilitas dan internasionalisasi tidak dapat menjelaskan pilihan untuk menggunakan internet sebagai media pelaporan keuangan perusahaan.
Marston dan Polei (2004)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur kepemilikan saham, risiko sistemis dan status <i>listing</i> perusahaan di luar negeri	Penelitian hanya menemukan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan

	terhadap pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui internet.	informasi di dua tahun sekaligus. Selain itu, status <i>listing</i> di luar negeri hanya berpengaruh pada tahun 2003 dan struktur kepemilikan saham hanya berpengaruh pada tahun 2000.
Xiao <i>et al.</i> (2004)	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , kepemilikan saham, komisaris independen, jenis auditor, jenis industri dan status terdaftar di bursa asing terhadap pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui internet.	Ukuran perusahaan, komisaris independen, jenis auditor dan status terdaftar berpengaruh positif terhadap pelaporan internet perusahaan. Sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pelaporan internet perusahaan.
Suripto (2006)	Besaran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, dan jenis industri terhadap pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui internet.	Hasilnya tingkat pengungkapan informasi dalam <i>website</i> perusahaan dipengaruhi oleh besaran perusahaan dan jenis industri. Sedangkan profitabilitas dan kepemilikan saham oleh publik tidak berpengaruh
Lestari dan Chariri (2007)	Ukuran perusahaan, likuiditas, jenis industri, <i>leverage</i> , reputasi auditor, dan umur <i>listing</i> perusahaan terhadap	Ukuran perusahaan, likuiditas, <i>leverage</i> , reputasi auditor, dan umur <i>listing</i> perusahaan berpengaruh signifikan

	IFR.	terhadap praktik IFR. Sedangkan profitabilitas dan jenis industri tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik IFR perusahaan.
Chandra (2008)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas, <i>public ownership</i> , <i>foreign ownership</i> , <i>listing age</i> terhadap IFR.	Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa ukuran perusahaan, <i>public ownership</i> dan <i>foreign ownership</i> berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel lain yaitu profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas dan <i>listing age</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap IFR.
Aly <i>et al.</i> (2010)	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , ukuran audit, profitabilitas, likuiditas, jenis industri dan status terdaftar di bursa asing terhadap pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui internet.	Profitabilitas, status terdaftar di bursa asing dan jenis industri (komunikasi dan jasa keuangan) adalah faktor yang paling penting yang mempengaruhi jumlah dan format presentasi pelaporan internet di Mesir. Variabel ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , ukuran auditor dan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji pengaruh karakteristik dan tata kelola perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia. Variabel dependennya yaitu tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan. Sedangkan variabel independennya terdiri dari variabel karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, solvabilitas, likuiditas dan jenis industri) dan tata kelola perusahaan (kepemilikan dispersi, ukuran dewan komisaris dan komite audit).

Perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar dan tingkat kompleksitas yang tinggi, sehingga investor akan membutuhkan informasi perusahaan yang lebih banyak untuk membuat keputusan investasi yang lebih efektif (Marston dan Polei, 2004). Perusahaan besar lebih mudah diawasi kegiatannya di pasar modal dan di lingkungan sosial pada umumnya, sehingga akan memberi tekanan pada pihak manajemen untuk melakukan pengungkapan yang lebih lengkap dan luas melalui *website* perusahaan. Craven dan Marston, (1999) mengemukakan bahwa, perusahaan-perusahaan besar lebih suka untuk menggunakan teknologi informasi dibandingkan perusahaan kecil dalam meningkatkan pelaporan keuangan untuk memenuhi permintaan yang lebih besar akan informasi. Dengan demikian, ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Perusahaan dengan tingkat solvabilitas yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasinya secara luas guna menyebarkan informasi-informasi positif yang dimiliki perusahaan (Ismail, 2002). Debreceny *et al.* (2002) mengamati bahwa kenaikan rasio solvabilitas menciptakan biaya keagenan. Manajemen secara sukarela mengungkapkan di internet untuk memungkinkan kreditor terus memantau urusan perusahaan dan membantu mereka menilai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya tepat waktu. Oleh karena itu, solvabilitas memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas tinggi, akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan dengan melakukan pengungkapan informasinya seluas mungkin dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang rendah (Oyelere *et al.*, 2003). Hal ini didasarkan pada pengharapan bahwa bagi perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik, lebih berani mengungkapkan informasinya daripada perusahaan yang likuiditasnya rendah. Jika seandainya diketahui oleh publik, maka secara langsung atau tidak langsung perusahaan telah menunjukkan kinerjanya. Oleh karena itu, likuiditas memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Menurut Marston (2003), perusahaan-perusahaan di dalam industri berteknologi tinggi (manufaktur) ingin menunjukkan kesadaran teknologi mereka melalui *internet financial reporting* dibandingkan perusahaan lainnya (nonmanufaktur). Amir dan Lev (1996, dalam Debreceny *et al.*, 2002),

menyatakan bahwa industri yang kompleks dan menggunakan teknologi tinggi, dalam hal ini manufaktur, mengalami perubahan yang cepat dalam hal teknologi dan lingkungan bisnis. Untuk menghadapi perubahan tersebut, perusahaan akan cenderung untuk mengikuti perkembangan jaman dalam menjalankan perusahaan. Dengan demikian, jenis industri memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Kepemilikan dispersi adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik yaitu individu perseorangan terhadap jumlah semua saham perusahaan. Na'im dan Rakhman (2000) mengatakan bahwa semakin banyak saham dimiliki oleh investor individu, maka akan semakin banyak informasi yang diungkapkan, karena investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang perusahaan tempat ia berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen. Semakin banyak proporsi kepemilikan publik ini dapat mempengaruhi tawar menawar yang seimbang dengan manajemen akan tuntutan informasi perusahaan tersebut. Oleh karena itu, kepemilikan dispersi memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia.

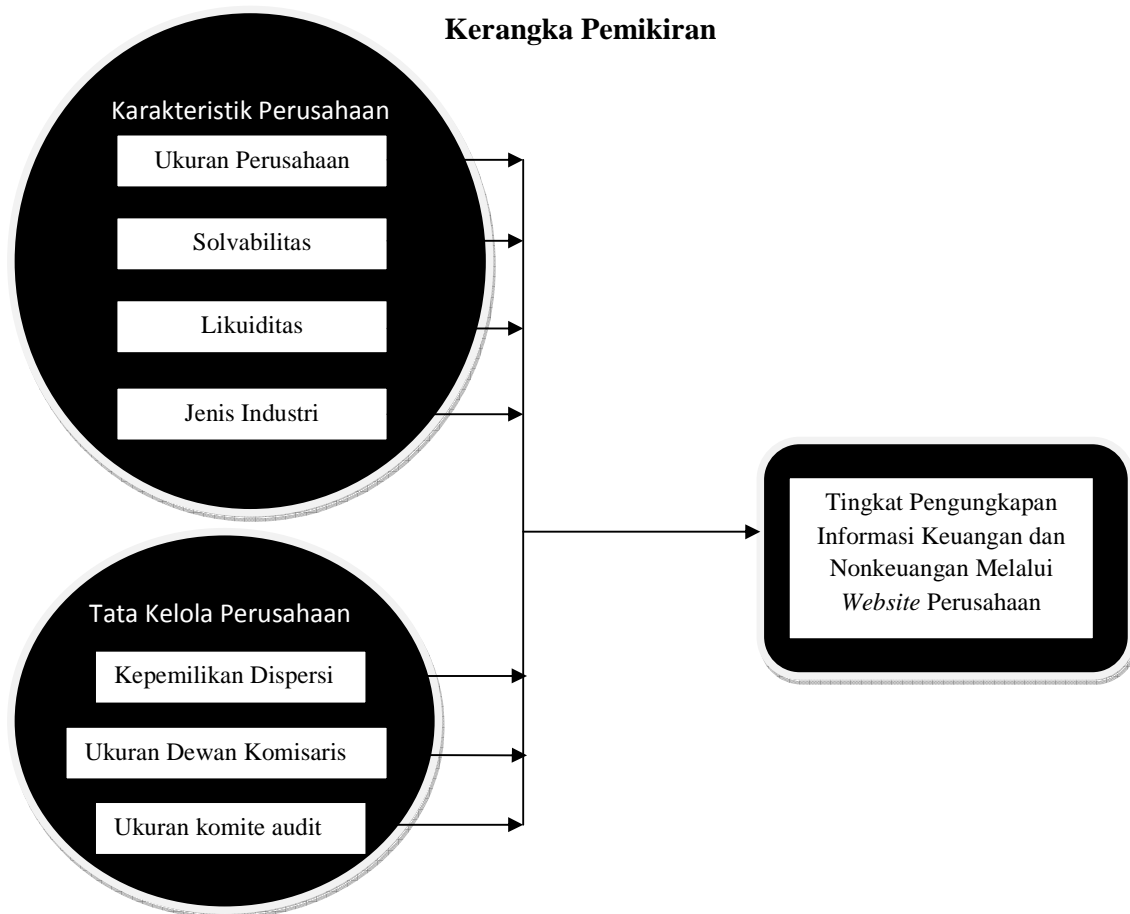
Menurut Sembiring (2005), bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang dilakukan oleh manajemen akan semakin besar. Sebagai wakil dari pemegang saham, anggota komisaris memiliki insentif untuk meningkatkan

kuantitas dan kualitas pengungkapan, karena secara tidak langsung komisaris mendapatkan keuntungan dari membangun reputasi sebagai ahli pengawasan (Fama dan Jensen, 1983 dalam Xiao *et al.*, 2004). Dengan demikian, ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Ho dan Wong (2001) mengemukakan bahwa semakin banyak anggota komite audit maka manajemen akan semakin luas mengungkapkan informasi perusahaan. Semakin banyak anggota komite audit, maka tugas pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Komite audit dibentuk agar dapat mengurangi sifat oportunistis manajemen yang melakukan manajemen laba dengan cara mengawasi laporan tahunan, terutama laporan keuangan dan melakukan pengawasan pada audit eksternal, sehingga dapat mengurangi aktivitas manajemen yang selanjutnya dapat mempengaruhi kualitas pelaporan tahunan antara lain kualitas laporan keuangan dan kualitas pengungkapan sosial. Dengan demikian, tingkat pengungkapan informasi yang akan dilakukan oleh manajemen akan semakin lengkap dan luas. Oleh karena itu, ukuran komite audit memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, model kerangka pemikiran akan di gambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan melalui *Website* Perusahaan

Ashbaugh *et al.* (1999) mencatat bahwa skala ekonomi menunjukkan bahwa perusahaan besar lebih suka menginformasikan laporan keuangan pada *website*. Hal ini karena perusahaan-perusahaan besar biasanya memiliki produk dan jaringan distribusi yang lebih kompleks, yang membutuhkan sistem informasi manajemen dan database untuk pengendalian manajemen. Teori agensi

menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Jensen dan Meckling, 1976). Perusahaan besar mungkin akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan. Penelitian sebelumnya (Creven dan Marston, 1999) telah meneliti hubungan antara tingkat pelaporan internet dan ukuran perusahaan dan menemukan hubungan positif yang signifikan. Perusahaan-perusahaan besar lebih suka untuk menggunakan teknologi informasi dibandingkan perusahaan kecil dalam meningkatkan pelaporan keuangan untuk memenuhi permintaan yang lebih besar akan informasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2002), Oyelere *et al.* (2003) dan Chandra (2008).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan.

2.3.2 Pengaruh Solvabilitas Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan melalui *Website* Perusahaan

Teori keagenan telah digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *leverage* dan pengungkapan perusahaan. Debreceeny *et al.* (2002) mengamati bahwa kenaikan rasio *leverage* menciptakan biaya keagenan. Manajemen secara sukarela mengungkapkan di internet untuk memungkinkan kreditor terus

memantau urusan perusahaan dan membantu mereka menilai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya tepat waktu.

Ismail (2002), menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh secara positif terhadap tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan di negara-negara teluk. Perusahaan dengan tingkat solvabilitas yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasinya secara tingkat guna menyebarkan informasi-informasi positif yang dimiliki perusahaan (Ismail, 2002). Penelitian tersebut didukung oleh Lestari dan Chariri (2007) yang menyatakan bahwa solvabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₂ : Terdapat pengaruh positif tingkat solvabilitas perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan.

2.3.3 Pengaruh Likuiditas Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan melalui *Website* Perusahaan

Abdelsalam (1999) berpendapat bahwa perusahaan-perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih lanjut jika rasio likuiditas tinggi, untuk membedakan diri dari perusahaan lain yang likuiditasnya kurang menguntungkan. Kemudian menurut teori keagenan, bahwa perusahaan dengan rasio likuiditas

tinggi akan memberikan informasi yang luas untuk memenuhi persyaratan informasi pemegang saham dan kreditor.

Pendapat ini didukung oleh Oyelere *et al.* (2003), yang menemukan bahwa likuiditas dianggap salah satu penentu utama dari internet keuangan, pelaporan antara perusahaan Selandia Baru, dan menemukan hubungan positif antara likuiditas perusahaan dan pengungkapan sukarela pelaporan internet. Perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas tinggi, akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan dengan melakukan pengungkapan informasinya seluas mungkin dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang rendah (Oyelere *et al.*, 2003).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₃ : Terdapat pengaruh positif tingkat likuiditas perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan.

2.3.4 Pengaruh Jenis Industri Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan melalui *Website* Perusahaan

Menurut Marston (2003), perusahaan-perusahaan di dalam industri berteknologi tinggi (manufaktur) ingin menunjukkan kesadaran teknologinya melalui *internet financial reporting* dibandingkan perusahaan lainnya (nonmanufaktur). Website perusahaan dapat digunakan untuk menyebarkan informasi keuangan agar dapat menjangkau pihak-pihak yang berkepentingan atas

perusahaan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi yang ada. Penggunaan internet memungkinkan informasi disebarakan ke seluruh dunia, dengan demikian memfasilitasi ketersediaan informasi perusahaan dan dapat mendorong investasi. Melihat kesempatan ini, perusahaan dapat memanfaatkan *website* mereka untuk mendistribusikan informasi perusahaannya untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholdersnya*.

Aly *et al.* (2010) menyatakan bahwa jenis industri berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pelaporan internet di perusahaan-perusahaan Mesir. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Oyelere *et al.*, (2003) dan Suropto (2006).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₄: Terdapat pengaruh positif jenis industri terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan.

2.3.5 Pengaruh Kepemilikan Dispersi terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan melalui Website Perusahaan

Dalam teori agensi, dinyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat kepemilikan dispersi yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang tinggi pula. Hal ini terjadi karena dengan adanya kepemilikan dispersi, pemilik akan meminta pengungkapan lebih untuk mengawasi perilaku oportunistik manajemen dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kepemilikan terkonsentrasi (Alsaeed, 2006).

Na'im dan Rakhman (2000) mengatakan bahwa semakin banyak saham dimiliki oleh investor individu, maka akan semakin banyak informasi yang diungkapkan, karena investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang perusahaan tempat ia berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen. Hasil penelitian Chandra (2008) menemukan hubungan yang signifikan antara kepemilikan dispersi dan tingkat pengungkapan keuangan melalui internet.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₅ : Terdapat pengaruh positif kepemilikan dispersi terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan.

2.3.6 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan melalui *Website* Perusahaan

Pada teori agensi, dewan komisaris dibutuhkan untuk memonitor dan mengendalikan tindakan manajer karena perilaku oportunistanya (Jensen dan Mecking., 1976). Dewan komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance*. Akan tetapi, dewan komisaris tidak diperbolehkan untuk ikut serta dalam mengambil keputusan operasional. Menurut Sembiring (2005) bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif. Oleh karena itu,

pengungkapan yang dilakukan oleh manajemen akan semakin besar. Penelitian Sembiring (2005) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₆ : Terdapat pengaruh positif ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan.

2.3.7 Pengaruh Ukuran Komite Audit Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan melalui Website Perusahaan

Ho dan Wong (2001) mengemukakan bahwa semakin banyak anggota komite audit maka manajemen akan semakin luas mengungkapkan informasi perusahaan. Semakin banyak anggota komite audit, maka tugas pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Komite audit dibentuk agar dapat mengurangi sifat oportunistik manajemen yang melakukan manajemen laba dengan cara mengawasi laporan tahunan, terutama laporan keuangan dan melakukan pengawasan pada audit eksternal, sehingga dapat mengurangi aktivitas manajemen yang selanjutnya dapat mempengaruhi kualitas pelaporan tahunan antara lain kualitas laporan keuangan dan kualitas pengungkapan sosial. Dengan demikian, tingkat pengungkapan informasi yang akan dilakukan oleh manajemen akan semakin besar.

Penelitian Ho dan Wong (2001) mengaitkan ukuran komite audit dengan tingkat pengungkapan sukarela, dan hasilnya ada hubungan signifikan positif antara ukuran komite audit dan tingkat pengungkapan sukarela perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₆: Terdapat pengaruh positif ukuran komite audit perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh karakteristik dan tata kelola perusahaan terhadap tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan variabel pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan melalui *website* perusahaan sebagai variabel dependen dan variabel ukuran perusahaan, solvabilitas, likuiditas, jenis industri, kepemilikan dispersi, ukuran dewan komisaris dan ukuran komite audit sebagai variabel independen.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

3.1.2.1 Tingkat Pengungkapan Informasi Keuangan dan Nonkeuangan

Sebuah indeks pengungkapan dibentuk sebagai standar untuk mengukur tingkat pengungkapan informasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Indeks ini disusun untuk menganalisis perbedaan dalam praktik pengungkapan antara perusahaan yang satu dengan yang lain. Penentuan indeks pengungkapan ini berdasarkan pada informasi yang diungkapkan melalui *website* perusahaan. Metode yang digunakan untuk membuat indeks pengungkapan informasi ini adalah mengaplikasikan indeks tidak tertimbang dengan

menggunakan nilai dikotomis, yaitu nilai 1 untuk item yang diungkapkan dan nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan (Aly *et al.*, 2010).

Indeks pengungkapan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada item-item yang diungkapkan oleh Xiao *et al.* (2004). Alasannya, karena indeks pengungkapan ini telah digunakan dan disarankan oleh beberapa penelitian terdahulu mengenai tingkat pengungkapan pada *website* perusahaan (Aly *et al.*, 2010; Marston dan Polei, 2004). Indeks ini berjumlah 82 item, yang terdiri dari 58 item atribut pengungkapan dan 24 item dari format presentasi dan aksesibilitas. Menurut Aly *et al.* (2010), indeks pengungkapan ini dipilih karena kelengkapannya, yaitu adanya atribut pengungkapan dan format presentasi serta digunakannya indeks ini oleh peneliti lain, dapat membantu membandingkan hasilnya dengan penelitian sebelumnya tersebut (Xiao *et al.*, 2004; Marston dan Polei, 2004). Adaptasi indeks Xiao *et al.* (2004) yang dilakukan Aly *et al.* (2010) menghasilkan indeks pengungkapan yang terdiri atas 90 item. Indeks ini terdiri dari 59 item dari konten pengungkapan dan 31 item dari format presentasi. Aly *et al.* (2010), menyatakan bahwa lingkungan di China sangat unik, sehingga indeks pengungkapan perlu diadaptasi agar relevan dengan lingkungan Mesir. Item-item dalam indeks Xiao *et al.* (2004) juga diadaptasi dalam penelitian ini dengan mengeliminasi dan menambahkan item tertentu agar sesuai dengan kondisi lingkungan di Indonesia. Item-item pengungkapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Atribut Pengungkapan

1. Laporan tahunan tahun sekarang

2. Laporan tahunan tahun sebelumnya
3. Latar belakang perusahaan
4. Pernyataan visi dan misi perusahaan
5. Rekam jejak perusahaan
6. Sambutan direktur utama perusahaan
7. Tanda tangan direktur utama
8. Daftar nama dewan direksi dan dewan komisari perusahaan
9. Laporan auditor
10. Nama dan tanda tangan auditor
11. Pernyataan deviden yang diusulkan
12. Laporan keuangan tahun sekarang
13. Laporan keuangan tahun sebelumnya
14. Review laporan keuangan
15. Ringkasan data keuangan dalam dimensi waktu lebih dari satu tahun
16. Neraca
17. Laporan laba rugi
18. Laporan perubahan ekuitas
19. Laporan arus kas
20. Catatan atas laporan keuangan
21. Pernyataan tanggungjawab manajemen atas laporan tahunan
22. Laporan kuartalan tahun sekarang
23. Laporan kuartalan tahun sebelumnya
24. Pengungkapan manajemen risiko

25. Laporan komite audit perusahaan
26. Laporan dari lini bisnis atau sektor perusahaan
27. Rasio laba per lembar saham
28. Rasio lainnya
29. Agenda perusahaan yang bersifat material
30. Tata kelola
31. *Press release*
32. Profil karyawan
33. Layanan produk yang disediakan
34. Informasi penjualan produk utama
35. Pangsa pasar produk utama
36. Aktivitas sosial perusahaan
37. Struktur organisasi perusahaan
38. Presentasi perusahaan
39. Informasi peluang karir
40. Daftar nama pemegang saham
41. Harga saham
42. Riwayat harga saham dalam dimensi waktu lebih dari satu tahun
43. Kinerja harga saham dalam indeks pasar saham
44. Struktur korporasi perusahaan
45. Prospek perusahaan dimasa yang akan datang
46. *Our competitive advantage*
47. Piagam penghargaan perusahaan

B. Format Presentasi

48. Pilihan *website* berbahasa Indonesia
49. Pilihan *website* berbahasa Inggris dan bahasa asing lainnya
50. *Contact us*
51. *E-mail*
52. Alamat pos perusahaan
53. Nomor telepon perusahaan
54. *Search engine internal*
55. *Search engine eksternal*
56. *Site map*
57. *Email alert*
58. Nomor telepon *investor relations*
59. Alamat pos *investor relations*
60. *One click* ke *investor relations*
61. *E-mail* ke *investor relations*
62. *Feedback*
63. Data keuangan dalam format PDF
64. Data keuangan dalam HTML
65. Grafik atau diagram
66. Informasi keuangan ditemukan di lebih dari satu tempat
67. *Link* ke bursa efek
68. *Link* ke induk atau anak perusahaan
69. Data dapat didownload

- 70. *Term of use*
- 71. *Disclaimer*
- 72. *Privacy policy*
- 73. Hyperlinks ke laporan tahunan
- 74. *Pull down menu*
- 75. *Slide*
- 76. *Audio files*
- 77. *Video files*
- 78. *Print*
- 79. *One click ke press release*
- 80. Penggunaan *frame*
- 81. *The latest updates*
- 82. Daftar FAQ (*Frequently Asked Questions*)

Untuk setiap perusahaan, indeks pengungkapan dihitung sebagai rasio skor yang diungkapkan perusahaan di bagi dengan skor maksimal yang bisa didapat perusahaan. Penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus:

$$IP = \frac{\text{Jumlah skor yang diungkapkan perusahaan}}{\text{Total skor pengungkapan}}$$

Penelitian ini tidak memberikan pembobotan terhadap item-item dalam pengungkapan karena laporan disampaikan untuk tujuan umum pengguna, yang masing-masing mempunyai penilaian sendiri dalam memberi bobot untuk item yang dianggap penting. Setiap pengguna informasi memiliki persepsi yang

berbeda-beda atas item-item, ada item yang dianggap penting bagi pihak tertentu tetapi tidak penting bagi pihak lain. Abdelsalam, (1999) menyatakan bahwa pemberian bobot yang berbeda untuk setiap item yang berbeda dalam indeks pengungkapan dapat menyesatkan karena kepentingan relatif dari setiap item bervariasi.

3.1.2.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar dan tingkat kompleksitas yang tinggi, sehingga investor akan membutuhkan informasi perusahaan yang lebih banyak untuk membuat keputusan investasi yang lebih efektif (Marston dan Polei, 2004).

Ukuran perusahaan didasarkan pada total aset, perhitungan ini telah digunakan oleh Aly *et al.* (2010) dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini total aset yang digunakan adalah dalam milyaran dan triliunan rupiah dan untuk menyederhanakan data yang diperoleh sehingga memperoleh elastisitas yang lebih baik, maka total aset ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma (Oyelere *et al.*, 2003).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log (Total Aset)}$$

3.1.2.3 Solvabilitas

Solvabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang maupun kewajiban jangka pendek.

Debreceeny *et al.* (2002) mengamati bahwa kenaikan rasio solvabilitas menciptakan biaya keagenan. Manajemen secara sukarela mengungkapkan di internet untuk memungkinkan kreditor terus memantau urusan perusahaan dan membantu mereka menilai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya tepat waktu. Variabel solvabilitas dihitung dengan rasio antara total kewajiban dan total aktiva (Aly *et al.*, 2010).

$$\text{Rasio Solvabilitas} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.2.4 Likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas menjadi karakteristik keuangan yang penting karena untuk tetap likuid, sebuah perusahaan mempunyai aktiva yang dapat dengan cepat untuk dikonversikan menjadi kas guna melunasi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas tinggi, akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan dengan melakukan pengungkapan informasinya seluas mungkin dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang rendah (Oyelere *et al.*, 2003).

Rasio likuiditas dalam penelitian ini dihitung menggunakan rasio lancar. Perhitungan rasio lancar telah digunakan oleh Aly *et al.* (2010) dalam penelitiannya dengan membandingkan aktiva lancar dan kewajiban lancar.

$$\text{Rasio Likuiditas} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

3.1.2.5 Jenis Industri

Jenis industri dalam penelitian ini diproksikan dengan perusahaan manufaktur dan perusahaan nonmanufaktur, seperti penelitian Lestari dan Chariri (2007). Menurut Marston (2003), perusahaan-perusahaan di dalam industri berteknologi tinggi (manufaktur) ingin menunjukkan kesadaran teknologi mereka melalui *internet financial reporting* dibandingkan perusahaan lainnya (nonmanufaktur). Metode yang digunakan untuk mengukur jenis industri ini adalah dengan menggunakan nilai dikotomis, yaitu nilai 1 untuk perusahaan manufaktur dan nilai 0 untuk perusahaan nonmanufaktur (Oyelere *et al.*, 2003).

3.1.2.6 Kepemilikan Dispersi

Kepemilikan dispersi (publik) merupakan kepemilikan saham tersebar yang dimiliki oleh investor individu. Investor individu meliputi investor di luar manajemen, selain pemerintah, institusi, dan kalangan keluarga (Alsaeed, 2006). Na'im dan Rakhman (2000) mengatakan bahwa semakin banyak saham dimiliki oleh investor individu, maka akan semakin banyak informasi yang diungkapkan, karena investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang perusahaan tempat ia berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen. Semakin banyak proporsi kepemilikan publik ini dapat mempengaruhi tawar menawar yang seimbang dengan manajemen akan tuntutan informasi perusahaan tersebut. Kepemilikan dispersi diukur dengan membandingkan jumlah saham yang dimiliki oleh investor individu dengan jumlah saham yang beredar (Alsaeed, 2006).

$$\text{Kepemilikan Dispersi} = \frac{\text{Jumlah Saham yang Dimiliki Investor Individu}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

3.1.2.7 Ukuran Dewan Komisaris

Pada teori agensi, dewan komisaris dibutuhkan untuk memonitor dan mengendalikan tindakan manajer karena perilaku oportunistanya (Jensen dan Mecking, 1976). Menurut Sembiring (2005), bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang dilakukan oleh manajemen akan semakin besar. Pengukuran dewan komisaris dalam penelitian ini yaitu jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan, yang terdiri dari komisaris utama, komisaris independen, dan komisaris (Sembiring, 2005).

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \text{Jumlah Anggota Dewan Komisaris Perusahaan}$$

3.1.2.8 Ukuran Komite Audit

Ho dan Wong (2001) mengemukakan bahwa semakin banyak anggota komite audit maka manajemen akan semakin luas mengungkapkan informasi perusahaan. Semakin banyak anggota komite audit, maka tugas pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Komite audit dibentuk agar dapat mengurangi sifat oportunistik manajemen yang melakukan manajemen laba dengan cara mengawasi laporan tahunan sehingga dapat mengurangi aktivitas manajemen yang selanjutnya dapat mempengaruhi kualitas pelaporan. Dengan demikian,

tingkat pengungkapan informasi yang akan dilakukan oleh manajemen akan semakin besar. Ukuran komite audit diukur berdasarkan jumlah anggota yang ada dalam komite audit perusahaan (Siallagan dan Machfoedz, 2006).

Ukuran Komite Audit = Jumlah Anggota Komite Audit Perusahaan

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang sahamnya *listing* di Bursa Efek Indonesia per tahun 2011. Namun untuk menjaga validitas hasil penelitian, perusahaan-perusahaan finansial dikeluarkan dari sampel karena perusahaan dalam industri finansial sangat berbeda likuiditas dan solvabilitasnya dibandingkan perusahaan lain, sementara kedua variabel tersebut dimasukkan dalam model penelitian ini. Jumlah perusahaan nonfinansial kemudian diseleksi dengan kriteria sebagai berikut :

1. *Website* tidak sedang *error* maupun sedang dalam perbaikan (*under construction*).
2. *Website* tidak ikut group perusahaan.
3. Perusahaan menyajikan laporan tahunannya dalam *website*.
4. Perusahaan-perusahaan yang pada tahun tersebut tidak memenuhi salah satu kriteria yang telah ditetapkan maka tahun tersebut tidak di masukkan ke dalam sampel penelitian.

Penelitian ini menggunakan laporan tahunan perusahaan tahun 2011 karena didasarkan pada pertimbangan bahwa data yang digunakan dapat menyajikan informasi yang *up to date* sehingga bisa menggambarkan kondisi perusahaan terkini. Laporan tahunan yang disajikan dalam *website* perusahaan

berhubungan dengan variabel dependen untuk mengukur tingkat pengungkapan perusahaan, sehingga perusahaan yang tidak menyajikan laporan tahunan dalam *website* dikeluarkan dari sampel penelitian.

Setelah mendapatkan jumlah perusahaan yang sesuai kriteria, ukuran sampel dihitung dengan menggunakan formula Babbie (1983, dalam Yularto dan Chariri 2003):

$$n = \frac{N.pq}{(N-1) \frac{B^2}{4} + pq}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Populasi

p = *Probable value* = 0,5 untuk meminimumkan resiko *sampling*

q = (1-p) = 0,5

B = *Bound of error* atau kelonggaran kesalahan diperkirakan berinterval range tidak lebih dari 10%

Metode pengumpulan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *proportional stratified random sampling*. Dengan metode tersebut, populasi dikelompokkan menurut jenis industri. Dari masing-masing kelompok tersebut kemudian ditentukan sejumlah sampel secara *proportional* dan dipilih secara *random*.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang berupa laporan tahunan perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 serta informasi keuangan dan nonkeuangan lainnya yang dipublikasikan dalam *website* perusahaan. Sumber data penelitian ini diperoleh dari *website* perusahaan, www.idx.co.id, dan Pojok BEI Universitas Diponegoro. Selain itu pengumpulan data sebagai landasan teori serta penelitian terdahulu bersumber dari dokumen-dokumen, buku, artikel, dan sumber tertulis lainnya yang terkait dengan topik penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

- a. Studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari *website* perusahaan dan Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu berupa tingkat pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan yang dilakukan perusahaan.
- b. Studi pustaka, yaitu pengambilan data sebagai landasan teori serta penelitian terdahulu yang didapat dari dokumen, buku, artikel serta sumber tertulis lainnya yang terkait dengan topik penelitian.
- c. Observasi *website* perusahaan dengan melakukan penelusuran terhadap *website-website* perusahaan untuk memperoleh data yang diinginkan dalam penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata (*mean*), nilai maksimum (*maks*), nilai minimum (*min*), dan standar deviasi.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, dalam penelitian ini digunakan uji asumsi klasik sebagai berikut:

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Dalam penelitian ini digunakan dua cara untuk melakukan uji normalitas data, yaitu analisis grafik dan analisis statistik.

1. Analisis Grafik

Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histrogram dan analisis grafik normal plot. Dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2006):

- a. Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan atau mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Selain menggunakan grafik, penelitian ini juga menggunakan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)*. Dasar pengambilan keputusan pada analisis *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)* adalah (Ghozali., 2006):

- a. Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak.

Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.

- b. Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

Uji statistik tidak hanya menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)* tetapi juga dapat dilakukan dengan melihat nilai *skewness* dan *kurtosis* dari residualnya.

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya korelasi antarvariabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antarvariabel independen. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasinya 0 dengan variabel independen yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat

dari nilai *tolerance* dan lawannya, yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2006).

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu adanya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas menggambarkan nilai hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model. Dasar analisis heteroskedastisitas (Ghozali, 2006):

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Hipotesis

Analisis data menggunakan model persamaan regresi linear berganda untuk menguji adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel terhadap pengungkapan informasi keuangan dan nonkeuangan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

$$IP = a + b_1UKP + b_2RSLV + b_3RLKD + b_4JIND + b_5KDIS + b_6UKDK + b_7KAUD + e$$

Keterangan :

IP = Indeks Pengungkapan

a = Konstanta

UKP = Ukuran Perusahaan

RSLV = Rasio Solvabilitas

RLKD = Rasio Likuiditas

JIND = Jenis Industri

KDIS = Kepemilikan Dispersi

UKDK = Ukuran Dewan Komisaris

UKKA = Ukuran Komite Audit

e = *Error*

3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menganalisis seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Semakin besar

nilai koefisien determinasi berarti semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai koefisien determinasi berarti semakin kecil kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen atau sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *adjusted R Square* bukan *R Square* dari model regresi karena *R Square* bias terhadap jumlah variabel dependen yang dimasukkan ke dalam model, sedangkan *adjusted R Square* dapat naik turun jika suatu variabel independen ditambahkan dalam model (Ghozali, 2006).

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Statistik F dilakukan untuk menguji kemampuan seluruh variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi tingkat 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Ketentuan penolakan atau penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut (Ghozali, 2006):

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis tidak dapat ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.3.3 Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Setelah melakukan secara simultan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian untuk menganalisis kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen dengan uji statistik t. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan atau penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2006):

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis tidak dapat ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.