

# **Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Informasi Keuangan pada *Website* Perusahaan**

Linda Agustina

*The objective of this study is to examine a firm's characteristics effect on the extent of financial disclosure on the website. The firm's characteristics are firm size, profitability, industrial type, the percentage of shares held by public and firm age. The dependent variable is the extent of financial disclosure on the website that categorical whether no financial information, summarised information only and detailed information. This topic is very important because financial reporting on the internet is an activity that has increased in recent years. The population is public companies that listed in Jakarta Stock Exchange in 2007. There 206 companies were choosed as sample in this study. The sample of the study collected using purposive sampling methods. The hypothesis of this study were tested by using ordinal logistic regression analysis. The result of this study show that firm size an industrial type variable statistically significant while the other variables (profitability, the percentage of shares held by public and firm age) were statistically not significant to the extent of financial disclosures on the website. The results indicate that the larger company and higher different industrial type more likely to disclosure the financial information on the website.*

**Keywords:** *financial information, website, the disclosure of financial informasi*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan pada model dan saluran (*channel*) yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pemilik perusahaan (*stakeholders*) (Sayogo, 2006). Revolusi di bidang teknologi informasi dan komunikasi meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menyediakan informasi dan pemakai dalam menggunakan informasi (Wallman, 1995). Internet merupakan salah satu penemuan teknologi terbesar yang sangat mendukung perkembangan komunikasi. Perkembangan internet yang cepat telah mengubah cara bisnis suatu perusahaan. Internet menawarkan berbagai kemungkinan kepada perusahaan untuk menyajikan informasi keuangan dengan kuantitas yang lebih tinggi, biaya yang lebih murah dan bisa menjangkau para pemakai secara luas tanpa halangan geografis (Xiao *et al.*, 2002).

Adanya perkembangan teknologi juga membawa perubahan pada pola pikir masyarakat, cara bisnis suatu perusahaan dan bagaimana informasi dipertukarkan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai pola pengambilan keputusan, cara bisnis menjadi serba digital dan sajian informasi yang berbasis internet. Perusahaan telah banyak menggunakan internet sebagai alat komunikasi dan bisnis untuk menyebarkan dan menyediakan informasi. Penggunaan internet ini telah mengakomodasi pertukaran informasi menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga dapat diakses oleh siapapun, kapanpun dan di manapun, dengan biaya yang cukup murah. Internet juga memberi peluang baru untuk pengungkapan keuangan yang mempengaruhi seluruh pihak yang berkepentingan terutama perusahaan, investor, auditor dan perantara informasi (Wagenhofer, 2003).

*Internet Financial Reporting* (IFR) merupakan fenomena yang baru-baru ini berkembang pesat. Beberapa perusahaan *Worldwide* mempublikasikan informasi keuangan perusahaan-perusahaan, terutama perusahaan yang *go public* melalui internet. Laporan keuangan bisa berformat *Hyper Text Markup Language* (HTML), dokumen *PDF* (*Portable Data Format*), *excel* maupun *word*. Informasi keuangan yang disajikan dalam *website* meliputi laporan keuangan yang lengkap dan *financial highlights* yaitu ringkasan laporan keuangan.

Perusahaan banyak yang telah menata ulang *websitenya* dan hal ini digunakan sebagai penyebaran informasi keuangan (Marston, 2003). Tipe pengungkapan informasi ini sukarela (*voluntary*) dan belum diatur (*unregulated*). Literatur akuntansi (seperti Chow & Boren, 1987; Cooke, 1992; Meek *et al.*, 1995) telah banyak menjelaskan mengenai pengungkapan keuangan perusahaan namun fokusnya pada pelaporan sukarela melalui media tradisional yaitu laporan tahunan yang dicetak (*print-based annual report*). Akan tetapi, masih sedikit penelitian mengenai praktek *IFR*. Perkembangan Internet sebagai media untuk penyebaran informasi keuangan perusahaan menciptakan suatu lingkungan pelaporan perusahaan yang mungkin berbeda dari lingkungan tradisional yang berbasis cetak.

Di Indonesia penelitian mengenai luas pengungkapan informasi keuangan di internet masih sedikit. Berdasarkan hal tersebut dan adanya perbedaan hasil-hasil penelitian sebelumnya di beberapa negara, maka menarik untuk diteliti pengaruh karakteristik perusahaan dengan luas pengungkapan informasi keuangan pada

*website* perusahaan. Penelitian ini mengacu pada penelitian Marston (2003) tentang pelaporan keuangan di internet oleh perusahaan-perusahaan Jepang yang terkemuka, dengan empat variabel penelitian yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, jenis industri dan *listing* luar negeri. Variabel *listing* luar negeri tidak dipakai dalam penelitian ini karena tidak tersedianya data yaitu hanya dua perusahaan saja yang terdaftar di *New York Stock Exchange* (NYSE).

Adanya perkembangan teknologi internet saat ini, perusahaan telah banyak memiliki *website* dan juga terdapat beberapa perusahaan yang melakukan IFR untuk menyediakan dan menyebarkan informasi. Di luar negeri penelitian mengenai luas pengungkapan informasi keuangan di internet telah banyak dilakukan (seperti Lymer, 1999; Hedlin, 1999; Pirchegger dan Wagenhofer, 1999; Deller *et.al.*, 1999; Gowthorpe dan Amat, 1999; Marston, 2003), akan tetapi di Indonesia penelitian mengenai luas pengungkapan informasi keuangan di internet masih jarang dilakukan. Padahal di Indonesia, perusahaan yang memiliki *website* dan melakukan praktek IFR sudah banyak.

Penggunaan internet untuk pelaporan keuangan juga masih bersifat sukarela sehingga memungkinkan perusahaan untuk bereksperimen. Penelitian di bidang tersebut masih jarang dilakukan sehingga penting untuk dilakukan. Oleh karena itu penelitian ini akan menguji secara empiris pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh antara karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, profitabilitas, jenis industri, kepemilikan saham oleh publik dan umur perusahaan) terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan sistem informasi akuntansi, terutama mengenai pelaporan keuangan yang berhubungan dengan internet sebagai media bagi penyebaran laporan keuangan perusahaan. Selain itu juga dapat memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dengan menggunakan alternatif model pelaporan keuangan yang berbasis internet (*Internet Financial Reporting*) untuk menyebarkan informasi keuangan kepada audien yang lebih luas dibandingkan yang dapat dicapai melalui metode pelaporan tradisional.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Teori *Signalling***

Perusahaan-perusahaan yang besar akan memiliki kebutuhan yang meningkat untuk dana-dana eksternal. Semakin besar perusahaan memiliki insentif yang lebih besar untuk memberi sinyal mengenai kualitas perusahaan melalui pengungkapan informasi keuangan yang meningkat (Marston, 2003). Dengan memberi sinyal kepada publik diharapkan dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan. Sinyal yang diberikan perusahaan salah satunya melalui pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan.

Teori *Signalling* dapat menjelaskan hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan informasi keuangan. Berdasarkan teori *signalling*, Malone *et al.* (1993) menyatakan bahwa pengungkapan digunakan oleh para manajer perusahaan yang profitabel untuk memberi sinyal profitabilitas perusahaan kepada para investor dan untuk membantu mendukung keberlanjutan dan kompensasi manajemen.

Lang dan Lundholm (1993) menyatakan ada persepsi yang umum bahwa manajemen pada perusahaan yang berkinerja baik, lebih terbuka dengan informasi daripada manajemen pada perusahaan yang berkinerja buruk. Berdasarkan teori *signalling*, pada situasi-situasi yang demikian manajemen semakin giat untuk meningkatkan keyakinan pemegang saham dan mendukung kontrak-kontrak manajemen (Malone *et al.*, 1993).

Perusahaan-perusahaan yang profitabel akan memiliki lebih banyak sumber daya keuangan untuk mematuhi pengungkapan tambahan. Jadi, dianggap semakin profitabel suatu perusahaan, maka semakin besar kemungkinannya bagi mereka untuk mengungkapkan informasi keuangan tambahan (Marston, 2003).

Teori *signalling* juga dapat menunjukkan perbedaan-perbedaan industri di dalam pengungkapan. Dalam pengungkapan informasi keuangan di internet, dimungkinkan berbeda antar industri karena perusahaan dalam industri “teknologi tinggi” ingin menunjukkan kesadaran teknologi mereka yaitu dengan memberikan informasi yang lebih luas pada *website* perusahaan. Dengan pengungkapan informasi yang lebih luas dapat memberikan sinyal yang lebih banyak kepada publik mengenai kondisi perusahaan. Craven dan Marston (1999) menyatakan jika perusahaan dalam

suatu industri gagal untuk mengikuti praktek-praktek pengungkapan dari perusahaan lain, termasuk pengungkapan di internet dalam industri yang sama, maka mungkin perusahaan tersebut menyembunyikan berita buruk.

### **Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa, kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Pada saat pemegang saham menunjuk manajer atau *agent* sebagai pengelola dan pengambil keputusan bagi perusahaan, maka pada saat itulah hubungan keagenan muncul.

Teori agensi yang berkembang mulai dari Jensen dan Meckling (1976) mengacu kepada pemenuhan tujuan utama dari manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Maksimalisasi kekayaan ini dilakukan oleh manajemen yang disebut sebagai *agent*. Ketidakmampuan atau keengganan manajemen untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham menimbulkan apa yang disebut masalah keagenan (*agency problem*).

Menurut Jensen (1986), *agency problem* timbul karena orang cenderung untuk mementingkan dirinya sendiri dan munculnya konflik ketika beberapa kepentingan bertemu dalam suatu aktivitas bersama. Konflik kepentingan mendasari adanya biaya keagenan, dengan asumsi rasionalitas ekonomi dimana orang akan memenuhi kepentingannya terlebih dahulu sebelum pemenuhan kepentingan orang lain. Demikian juga halnya dalam hubungan prinsipal dan agen. Prinsipal termotivasi mengadakan kontrak untuk menyejahterahkan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat, sedangkan agen termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya.

Dalam kontrak antara manajer dan para pemegang saham maka manajer dilihat sebagai agen dan para pemegang saham dilihat sebagai prinsipal. Agen sebagai pengelola kekayaan perusahaan, menyusun laporan keuangan sebagai sarana akuntabilitas agen kepada prinsipal. Sebagai wujud pertanggungjawaban, agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah

pengungkapan informasi keuangan yang lebih luas, salah satunya melalui *website* perusahaan.

Teori agensi menjelaskan hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan berdasarkan keuntungan potensial dari pengungkapan yang meningkat dengan biaya agensi (Hossain *et al.*, 1995). Biaya agensi dapat meningkat karena perbedaan kepentingan antara pemegang saham, manajer dan kreditur. Meningkatnya pengungkapan akan mengurangi biaya agensi dan kesenjangan informasi (Marston, 2003).

Berbagai macam penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan yang *listing* di bursa saham, mengungkapkan informasi keuangan pada *website* mereka dan tingkat pengungkapan menjadi semakin meningkat (Wagenhofer, 2003). Status *listing* bursa saham telah dikaitkan dengan pengungkapan (Cooke, 1989; Malone *et al.*, 1993; Hossain *et al.*, 1995; Wallace *et al.*, 1994; Inchausti, 1997; Patton & Zelenka, 1997).

Cooke (1989) berpendapat bahwa biaya agensi meningkat saat pemegang saham menjadi semakin jauh dari manajemen. Karena perusahaan yang tidak *listing* cenderung memiliki jumlah pemegang saham yang lebih kecil, maka biaya agensi diperkirakan lebih rendah daripada untuk perusahaan yang *listing*. Sebaliknya, berkenaan dengan semakin besar pemisahan antara pemilik dan manajer, maka perusahaan yang *listing* lebih besar kemungkinannya untuk mengucurkan biaya agensi yang lebih tinggi, misalnya biaya pengawasan. Biaya-biaya ini bisa dikurangi melalui pengungkapan sukarela tambahan informasi perusahaan (Schipper, 1981). Hossain *et al.* (1995) menyatakan bahwa status *listing* bursa saham tersebut dan pengungkapan perusahaan sukarela adalah bentuk-bentuk komplementer dari pengawasan.

### **Pelaporan Keuangan Perusahaan**

Menurut Undang-undang no. 8 tahun 1996 tentang pasar modal, perusahaan publik wajib menyampaikan laporan keuangan secara berkala kepada Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam). Laporan keuangan harus dilaporkan sesuai Standar Akuntansi Keuangan. Tujuan umum pelaporan keuangan ini adalah menyediakan informasi keuangan yang bermanfaat untuk membantu pengambilan

keputusan ekonomi (Chariri & Ghozali, 2001). Menurut *Statement of Financial Accounting Concept (SFAC)* No. 1, pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor potensial dan kreditur serta pengguna lainnya dalam rangka pengambilan keputusan investasi rasional, kredit dan keputusan sejenis lainnya.

Pelaporan dan publikasi laporan keuangan tahunan yang diaudit dan laporan keuangan tengah tahunan yang tidak diaudit adalah bersifat wajib (*mandatory*), sedangkan penyampaian laporan triwulan bersifat suka rela (*voluntary*). Standar-standar akuntansi biasanya menghendaki pengungkapan yang minimum, tetapi tidak menghalangi manajemen untuk memberikan tambahan pengungkapan dengan sukarela. Penelitian-penelitian yang pernah dilakukan mengungkapkan bahwa pengungkapan suka rela akan lebih banyak dilakukan kualitas informasi yang dimiliki manajer relatif tinggi dan atau ketika ketidaksimetrisan informasi relatif besar (Penno, 1997 dalam Naim & Rakhman, 2000).

*IFR* merupakan salah satu komponen dari praktik pengungkapan suka rela perusahaan (Ashbaugh *et al.*, 1999). Praktik ini diperkirakan akan tumbuh, dimana laporan keuangan masa depan akan berpindah seluruhnya dari berbasis cetak ke internet sebagai saluran penyebaran informasi yang utama (Lymer *et al.*, 1999). Setelah para peneliti menyadari meluasnya praktek pelaporan keuangan dalam internet, sejumlah artikel segera menyajikan hasil survei praktek tersebut dalam berbagai kesempatan seminar (Marston, 2003).

Survei-survei tersebut mengambil sejumlah sampel dari berbagai negara dan menghitung perusahaan yang sudah membuat *website* dan menentukan jenis-jenis informasi keuangan yang disajikan dalam *website* tersebut. Hasilnya memberikan indikasi mengenai praktek pengungkapan informasi keuangan dalam *website* pada saat penelitian dilakukan. Marston dan Leow (1998) melakukan survei perusahaan FTSE 100 dan menguji hubungan antara ukuran perusahaan dan kelompok industri dengan luas pengungkapan pada internet. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan lebih mungkin untuk mengungkap informasi dalam internet.

## METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di BEJ hingga periode Desember 2006. Total perusahaan yang tercatat di *Indonesian Capital Market Directory (ICMD) 2007* sejumlah 343 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* sehingga sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 206 perusahaan yang telah mempunyai *website*.

**Tabel 1**  
**Sampel Penelitian**

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan yang terdaftar di ICMD	343
2	Perusahaan yang mempunyai <i>website</i>	225
3	Website perusahaan yang <i>under construction</i>	13
4	Website perusahaan yang error	3
5	Perusahaan yang tidak tersedia data nilai kapitalisasi pasar	3
	<b>Sampel</b>	<b>206</b>

Sumber: data sekunder yang diolah, 2008.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Pengungkapan informasi tersebut diklasifikasikan ke dalam tiga kategori yaitu tidak ada informasi keuangan, informasi keuangan ringkas dan informasi keuangan yang detail. Kategori informasi keuangan yang detail, minimal terdapat neraca dan laporan laba rugi. Hal ini mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Marston (2003). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, jenis industri (mengacu pada Marston, 2003), pemilikan saham oleh Publik (Suripto, 2006) dan umur perusahaan (Lordanita, 2006).

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder berupa laporan tahunan dan informasi keuangan yang disajikan dalam *website* masing-masing perusahaan. Laporan yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan



keuangan tahun 2006, dan informasi keuangan yang disajikan pada *website* per Maret-April 2008. Peneliti mengunjungi *website* perusahaan sampel dan menganalisis isinya dalam waktu satu bulan karena sifat internet yang sangat dinamis dan cepat berubah.

Periode laporan keuangan (2006) dipilih karena merupakan laporan terakhir pada saat penelitian ini dilakukan. Sedangkan periode Maret-April 2008 untuk akses informasi pada *website* dipilih dengan pertimbangan bahwa pada bulan tersebut laporan keuangan tahunan sudah selesai diaudit sehingga besar kemungkinan untuk diupload oleh perusahaan di *website* mereka. Selain itu, periode tersebut juga merupakan masa *up-to-date* terkait dengan jadwal penelitian ini, sehingga informasi keuangan yang disajikan di *website* diharapkan telah semakin luas. Proses pencarian *website* tiap-tiap perusahaan yang dapat dijadikan sampel, pengumpulan datanya dilakukan dengan *download* dari Internet, menggunakan *search engine* (*google* dan *yahoo*).

Cara yang sama juga digunakan dalam penelitian sebelumnya. Apabila dengan cara tersebut *website* perusahaan tidak dapat ditemukan, maka dianggap perusahaan tersebut tidak memiliki *website*. Data penelitian yang terkumpul dianalisis dengan alat statistik yang terdiri dari statistik deskriptif dan uji hipotesis dengan *Ordinal Logistic Regression*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Profil 206 perusahaan yang menjadi objek penelitian ini akan diulas berdasarkan jenis industri dan pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Jenis industri perusahaan-perusahaan yang menjadi obyek dalam penelitian ini digambarkan pada ini tabel 2 di bawah ini:

**Tabel 2**

### Deskripsi Obyek Penelitian berdasarkan Jenis Industri

No	Jenis Industri	Jumlah Perusahaan	Persentase
1	Manufaktur	93	45%
2	Non Manufaktur	40	19%
3	Jasa Keuangan	41	20%
4	Jasa Non Keuangan	32	16%
	Jumlah	206	100%

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar perusahaan yang memiliki *website* merupakan perusahaan manufaktur

Distribusi perusahaan sampel berdasarkan informasi keuangan pada *website* perusahaan dapat dilihat pada tabel 3 Perusahaan dengan *website* tanpa informasi keuangan sebanyak 48 perusahaan, dengan informasi keuangan ringkas sebanyak 24 perusahaan dan yang memberikan informasi secara detail sebanyak 134 perusahaan.

**Tabel 3**  
**Deskripsi Obyek Penelitian berdasarkan *Website* Perusahaan**

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	<i>Website</i> tanpa informasi keuangan	48	23,3%
2	<i>Website</i> dengan informasi keuangan ringkas	24	11,7%
3	<i>Website</i> dengan informasi keuangan detail	134	65,0%
	Jumlah	206	100%

Sumber : data sekunder diolah, 2008

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar *website* perusahaan memberikan informasi keuangan secara detail. Hal ini berarti perusahaan-perusahaan mulai menyadari pentingnya pengungkapan informasi keuangan melalui *website* perusahaan.

### **Statistik Deskriptif**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 206 perusahaan untuk periode penyajian laporan keuangan tahun 2006 yang dapat diakses melalui *website* masing-masing perusahaan. Gambaran umum sampel dapat dilihat pada tabel statistik deskriptif berikut ini.

**Tabel 4.3**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	206	6747	203615993	5831084.97	17980625.938
Profitabilitas	206	-494.35	171.38	6.7187	40.53188
Pemilikan Saham Oleh Publik	206	2.00	100.00	28.9394	18.12205
Umur Perusahaan	206	1.0	30.0	12.434	6.0812

Tabel statistik deskriptif di atas menunjukkan jumlah observasi dalam penelitian ini adalah 206 observasi. Rata-rata ukuran perusahaan yang dilihat dari nilai kapitalisasi pasar perusahaan adalah sebesar Rp. 5.831.0845,97. Dengan membandingkan antara rata-rata dan rentang nilai minimum-maksimum dapat disimpulkan bahwa sebagian besar sampel cenderung mengelompok mendekati batas minimum.

Profitabilitas memiliki rata-rata sebesar 6,7187 yang berarti bahwa rata-rata rasio profitabilitas yang dimiliki perusahaan yaitu sebesar 6,71 %. Berdasarkan nilai-nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar sampel merupakan perusahaan yang mempunyai profitabilitas rendah karena rata-rata *ROE*nya dibawah 0,5 atau 50%.

Variabel kepemilikan saham oleh publik memiliki rata-rata 28,9394 yang berarti bahwa kepemilikan saham oleh publik pada perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah sebesar 28,93 %. Hal ini dapat diartikan bahwa proporsi kepemilikan saham publik atas perusahaan sampel kecil, karena proporsi kepemilikan rata-ratanya di bawah 50%

Variabel umur perusahaan memiliki rata-rata 12,434 yang berarti bahwa rata-rata umur perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah sebesar 12,4 tahun. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar umur perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini belum terlalu lama atau masih dibawah 13 tahun.

## Pengujian Hipotesis

### Menilai Model Fit

Menilai model fit dilakukan dengan membandingkan nilai  $-2\text{LogL}$ , antara yang hanya memasukkan intercept saja dengan nilai  $-2\text{LogL}$  yang memasukkan semua variabel independen. Model dikatakan fit dengan data yaitu apabila penurunan  $-2\text{LogL}$  yang hanya memasukkan intercept atau yang memasukkan semua variabel independen kedalam model menunjukkan nilai yang signifikan ( $p < 0,05$ ). Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada hasil *Model Fitting Information*, yang selanjutnya disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

**Model Fitting Information**

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	358.282			
Final	293.134	65.148	5	.000

Link function: Logit.

Hasil  $-2 \text{ Log likelihood}$  yang ditunjukkan pada tabel 4.4 tersebut dapat diketahui penurunan nilai  $-2 \text{ Log likelihood}$  yang hanya memasukkan intercept dan yang memasukkan semua variabel independen ke dalam model. Hasil yang tanpa memasukkan kelima variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, umur perusahaan, dan jenis industri menunjukkan angka  $-2 \text{ Log Likelihood}$  sebesar 358,282. Selanjutnya setelah memasukkan kelima variabel tersebut diperoleh angka  $-2 \text{ Log Likelihood}$  sebesar 293,134, dimana angka ini turun sebesar 65,148. Penurunan nilai  $-2 \text{ Log Likelihood}$  tersebut adalah signifikan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi  $p\text{-value}$  sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Sehingga hasil pengujian *fit model* tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan memasukkan kelima variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, umur perusahaan, dan jenis industri) adalah model telah sesuai atau cocok.

Pengujian  $-2\text{Log likelihood}$  tersebut menunjukkan bahwa secara statistik signifikan mampu memperbaiki model, sehingga hipotesis yang menguji pengaruh variabel bebas ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik,

umur perusahaan, dan jenis industri terhadap luas pengungkapan informasi keuangan melalui *website* perusahaan yang terdiri dari lima hipotesis tidak dapat ditolak atau dengan kata lain bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, umur perusahaan, dan jenis industri berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan informasi keuangan melalui *website*. Cara lain untuk menilai *fit model* dapat dilihat pada tabel *test of parallel lines*, yang disajikan dibawah ini.

**Tabel 4. 5**

**Test of Parallel Lines<sup>a</sup>**

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Null Hypothesis	293.134			
General	285.904	7.230	5	.204

The null hypothesis states that the location parameters (slope coefficients) are the same across response categories.

a. Link function: Logit.

Hasil pengujian *test of parallel lines* yang disajikan pada tabel 4.5 tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai -2 Log Likelihood mengalami penurunan yang signifikan ditunjukkan dengan taraf signifikansi diatas 0,05 (0,204). Sehingga hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan memasukkan kelima variabel independen dapat memperbaiki model.

Besarnya pengaruh variabilitas variabel dependen oleh variabilitas variabel indenpenden dapat dilihat pada nilai *McFadden* yang disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 6**

**Pseudo R-Square**

Cox and Snell	.271
Nagelkerke	.329
McFadden	.182

Link function: Logit.

Hasil yang ditunjukkkan pada tabel 4.6 tersebut dapat dilihat bahwa nilai *McFadden* adalah sebesar 0,182, maka dapat disimpulkan bahwa variabilitas variabel dependen (luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan) dapat

dijelaskan oleh variabilitas variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, umur perusahaan, dan jenis industri) sebesar 18,2%.

### Estimasi dan Interpretasi

Estimasi dan interpretasi atas hasil pengujian *multivariate* pada *Ordinal Logistic Regression* atas seluruh model dapat dilihat pada output SPSS *variabel in the equation* pada tabel 4.6 berikut ini:

**Tabel 4. 6**

**Parameter Estimates**

	Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Threshold [luas = 1]	-.858	.470	3.324	1	.068	-1.779	.064
[luas = 2]	-.128	.465	.076	1	.783	-1.039	.783
Location size	6.16E-007	.000	11.242	1	.001	2.56E-007	9.76E-007
roe	.014	.009	2.499	1	.114	-.003	.032
type	-.809	.367	4.842	1	.028	-1.529	-.088
saham	-.006	.009	.412	1	.521	-.023	.011
umur	.011	.031	.136	1	.713	-.049	.071

Link function: Logit.

Tabel 4.6 di atas menunjukkan hasil bahwa dari kelima variabel independen hanya dua variabel saja yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan yaitu ukuran perusahaan (*size*) dan jenis industri (*type*). Hal ini dapat diketahui dari taraf signifikansi untuk dua variabel tersebut berada dibawah 0,05. Hasil di atas menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi keuangan melalui *website* pada level 5%.

Variabel yang tidak signifikan dari hasil pengujian *Ordinal Logistic Regression* pada level 5% adalah variabel profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik dan umur perusahaan. Variabel-variabel tersebut signifikannya lebih besar dari 5%, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak artinya variabel-variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan.

Berdasarkan hasil pengolahan statistik dapat diperoleh persamaan *Ordinal Logistic Regression* sebagai berikut:

$$\text{Logit } (p_1+p_2+p_3) = -0,128 + 6,16E-007\text{SIZE} + 0,014\text{ROE} - 0,809\text{TYPE} - 0,006\text{SAHAM} + 0,011\text{UMUR}$$

### **Pembahasan**

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Hasil pengujian ordinal logistik regresi seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, dengan *p-value* sebesar 0,001 yang berada dibawah tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan koefisien regresi yang bertanda positif maka hipotesis 1 yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan mengungkapkan informasi keuangan melalui *website* yang dimiliki perusahaan dapat diterima.

Hasil uji ordinal logistik regresi menunjukkan bahwa variabel umur perusahaan signifikan secara statistik dimana probabilitas variabel umur perusahaan (*SIZE*) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan dan pengaruhnya positif. Temuan ini konsisten dengan penelitian Marston dan Craven (1999) yang menemukan bukti untuk kasus perusahaan-perusahaan di UK, luas pengungkapan informasi di internet berhubungan positif dengan ukuran perusahaan. Temuan ini juga konsisten dengan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan besar lebih cenderung melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan kecil.

Hasil tersebut dapat dijelaskan oleh teori *signaling*, teori agensi dan analisis biaya manfaat, dimana terjadi kemungkinan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan informasi keuangan perusahaan dalam penyampaian laporan keuangan perusahaan. Hal itu sesuai dengan teori agensi yang disampaikan oleh Hossain *et al.*, (1995) yang menyatakan bahwa teori agensi dapat menjelaskan hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan informasi keuangan berdasarkan bahwa keuntungan potensial dari pengungkapan informasi keuangan yang meningkat dengan biaya agensi.

Semakin besar perusahaan pertumbuhannya semakin kompleks, sehingga memerlukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan perusahaan yang kurang kompleks. Perusahaan besar lebih mungkin disoroti oleh masyarakat dan biaya politik dapat ditekan dengan perbaikan pengungkapan. Biaya pengumpulan dan penyebaran informasi mungkin relatif lebih rendah untuk perusahaan yang lebih besar sehingga meningkatkan insentif bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi (Marston, 2003).

Perusahaan besar lebih percaya diri (*confidence*) dan mampu menginvestasikan banyak sumberdaya dalam pembuatan *website* perusahaan. Perusahaan besar juga menggunakan cara-cara yang inovatif dalam pengungkapan informasi keuangan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung memiliki insentif yang lebih besar untuk menunjukkan kualitas perusahaan melalui pengungkapan yang meningkat, misalnya melalui *website* perusahaan. Bagi perusahaan besar, salah satu keuntungan dari pengungkapan di *website* ini adalah dapat mengurangi biaya agensi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa penelitian mengenai pengungkapan (Chow & Wong Boren, 1987; Cooke, 1992; Ahmed & Nicholls, 1994; Surti, 2000) menemukan hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan informasi yang *voluntary*. Ahmed dan Curtis (1999) melakukan *meta-analysis* terhadap 28 hasil riset tentang *disclosure* dan menemukan terdapat hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan. Marston dan Shrivies (1996) mereview sejumlah penelitian mengenai pengungkapan dan menemukan hal yang sama.

Secara khusus, Marston dan Craven (1999) menemukan untuk kasus perusahaan-perusahaan di UK, luas pengungkapan informasi di internet berhubungan positif dengan ukuran perusahaan. Sedangkan untuk perusahaan-perusahaan terbesar di Indonesia, Surti (2006) menemukan bahwa semakin besar ukuran perusahaan mengungkap informasi keuangan lebih luas dalam *website* perusahaan.

Pengujian hipotesis 2 adalah untuk menguji apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Hasil pengujian ordinal logistik regresi seperti yang telah



dipaparkan sebelumnya, dengan *p-value* sebesar 0,114 yang berada diatas tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan koefisien regresi yang bertanda positif maka hipotesis 2 yang menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan tidak dapat didukung. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan.

Hasil pengujian ordinal logistik regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (*ROE*) bertanda positif yang berarti semakin tinggi rasio *ROE* di perusahaan tersebut maka semakin tinggi probabilitas perusahaan untuk mengungkapkan informasi keuangan melalui *website* perusahaan. Pernyataan ini tidak akurat karena variabel *ROE* tidak signifikan terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan, yang ditandai dengan nilai signifikansi sebesar 0,114 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Marston (2003) yang menemukan bukti empiris bahwa untuk kasus perusahaan-perusahaan terkemuka di Jepang, profitabilitas tidak berhubungan dengan luas pengungkapan informasi keuangan di internet. Temuan ini tidak konsisten dengan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa semakin profitabel suatu perusahaan, maka semakin besar kemungkinannya bagi mereka untuk mengungkap informasi keuangan tambahan (Marston, 2003).

Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi keuangannya pada *website* maupun yang tidak mengungkapkan mengabaikan informasi mengenai profitabilitas pada pelaporan keuangan di internet. Hal ini diakibatkan karena kondisi keuangan perekonomian yang kurang stabil. Banyak perusahaan yang profitabilitasnya menurun sehingga informasi mengenai profitabilitas kurang diperhatikan oleh perusahaan dalam pelaporan keuangannya. Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa profitabilitas perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini cenderung rendah karena masih dibawah 50%. Selain itu tingkat keuntungan yang diperoleh tidak menjadi dasar bagi perusahaan untuk

melakukan dan memberikan pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan.

Hasil tersebut dimungkinkan karena banyak perusahaan yang tidak dapat menunjukkan kinerja manajemen secara baik, karena profitabilitas sebagai salah satu indikator baiknya kinerja manajemen, sehingga ketika manajemen perusahaan dapat berkinerja baik maka perusahaan akan berusaha untuk menyakinkan para pemegang sahamnya dengan mengungkapkan informasi keuangan perusahaan secara lebih detail. Begitu juga sebaliknya, jika manajemen tidak dapat menunjukkan kinerja perusahaan secara baik maka manajemen akan berusaha untuk menyimpan informasi keuangan yang dihasilkan. Hal itu sejalan dengan pernyataan Lang dan Lundholm (1993) yang menyatakan ada persepsi yang umum bahwa manajemen pada perusahaan yang berkinerja baik, lebih terbuka dengan informasi daripada manajemen pada perusahaan yang berkinerja buruk.

Berdasarkan teori *signalling*, pada situasi-situasi yang demikian manajemen lebih giat untuk meningkatkan keyakinan pemegang saham dan mendukung kontrak-kontrak manajemen (Malone *et al.*, 1993). Jadi suatu perusahaan yang dianggap semakin profitabel, maka semakin besar kemungkinannya bagi mereka untuk mengungkapkan informasi keuangan tambahan (Marston, 2003).

Perusahaan yang berkinerja lebih buruk mungkin menghindari untuk menggunakan teknik-teknik pengungkapan sukarela seperti *IFR*, dan mungkin lebih memilih untuk membatasi akses informasi akuntansi pada pengguna yang sudah ditentukan (Craven dan Marston, 1999). Meski demikian Lang dan Lundholm (1993) menyatakan bahwa jenis informasi negatif tertentu (khususnya informasi pendapatan) mungkin diungkapkan secara sukarela untuk mengurangi kemungkinan kewajiban hukum, misalnya berkenaan dengan kerugian besar yang tidak diduga. Hal ini dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang kurang profitabel, pengungkapan informasi keuangannya kurang luas dibandingkan dengan perusahaan yang profitabel.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmed and Courtis (1999) mengidentifikasi 12 hasil penelitian yang menginvestigasi hubungan antara profitabilitas dengan luas pengungkapan dan hasilnya tidak konsisten. Meta-analisis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berhubungan secara signifikan

dengan luas pengungkapan. Marston (2003) menemukan bukti empiris bahwa untuk kasus perusahaan-perusahaan terkemuka di Jepang, profitabilitas tidak berhubungan dengan luas pengungkapan informasi keuangan di internet. Pada kasus di Indonesia, Suripto (2006) tidak berhasil membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan mengungkapkan informasi keuangan lebih luas dalam *website* perusahaan.

Pengungkapan informasi keuangan di internet, dimungkinkan berbeda antar industri karena perusahaan dalam industri “teknologi tinggi” ingin menunjukkan kesadaran teknologi mereka yaitu dengan memberikan informasi yang lebih luas pada *website* perusahaan. Pengungkapan informasi yang lebih luas dapat memberikan sinyal yang lebih banyak kepada publik mengenai kondisi perusahaan.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Craven dan Marston (1999) yang menyatakan bahwa jika perusahaan dalam suatu industri gagal untuk mengikuti praktek-praktek pengungkapan dari perusahaan lain, termasuk pengungkapan di internet dalam industri yang sama, maka mungkin perusahaan tersebut menyembunyikan berita buruk. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut menyembunyikan berita buruk (*bad news*). Jadi antar industri yang berbeda mempunyai luas pengungkapan yang berbeda karena sifat dari produk mereka serta riset dan pengembangannya. Sebagai contoh perusahaan-perusahaan kimia lebih sensitif mengenai pengungkapan kepada kompetitor dan publik daripada perusahaan-perusahaan dalam industri yang lain (Meek *et al.*, 1995).

Cooke (1991) menyatakan bahwa faktor-faktor historis mungkin penting untuk menjelaskan perbedaan luas pengungkapan. Lebih lanjut, praktek pengungkapan suatu informasi yang dilakukan oleh perusahaan yang dominan dalam suatu industri, mungkin mempengaruhi perusahaan lainnya dalam industri yang sama untuk melakukan pengungkapan yang sama pula. Dalam pengungkapan informasi di internet, dimungkinkan bahwa perbedaan jenis industri berhubungan dengan luas pengungkapan. Logikanya, perusahaan dalam industri yang ‘*high tech*’ sangat mungkin berkeinginan untuk mendemonstrasikan kesadaran mereka terhadap teknologi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Cooke (1992) menyatakan hubungan yang signifikan antara jenis industri dengan luas

pengungkapan. Meek *et al.* (1995) menemukan bahwa perbedaan jenis industri berhubungan dengan luas pengungkapan. Pada penelitian sebelumnya Suripto (2006) untuk kasus di Indonesia hasilnya tidak signifikan,

Pengujian hipotesis 4 adalah untuk menguji apakah proporsi kepemilikan saham oleh publik berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Hasil pengujian ordinal logistik regresi seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, dengan *p-value* sebesar 0,521 yang berada di atas tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , maka hipotesis 4 yang menyatakan bahwa proporsi kepemilikan saham oleh publik berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan tidak dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi kepemilikan saham oleh publik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap luasnya pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Suripto (2006) pada perusahaan-perusahaan terkemuka di Indonesia. Penelitian tersebut menemukan bukti bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kepemilikan saham oleh publik dengan tingkat pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan akan tetap melakukan pengungkapan informasi keuangan di *website* meskipun kepemilikan saham tidak tersebar luas. Baik pihak perusahaan maupun investor kurang memperdulikan proporsi kepemilikan saham oleh publik, perusahaan lebih mempertimbangkan eksistensi dan kelangsungan usaha dari perusahaan tersebut.

Lebih banyak proporsi saham yang dimiliki oleh publik maka lebih banyak pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan perusahaan yang sebelumnya tidak dikenal oleh perusahaan. Salah satu potensi manfaat pelaporan keuangan internet adalah memungkinkan perusahaan untuk menyebarkan informasi keuangan kepada audien yang lebih luas dibanding yang dapat dicapai melalui pelaporan secara tradisional. Akan tetapi untuk perusahaan-perusahaan di Indonesia yang menjadi sampel penelitian ini, proporsi kepemilikan saham oleh publik yang di atas 50% tidak banyak atau sebagian besar sampel mempunyai proporsi kepemilikan saham publik yang rendah.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia kepemilikan sahamnya kebanyakan dimiliki oleh non publik yang masih ada kaitan dengan perusahaan sehingga secara logika untuk pengungkapan informasi keuangan pada *website* tidak terlalu dibutuhkan. Para pemilik saham dimungkinkan dapat melihat informasi keuangan perusahaan tanpa membuka *website* perusahaan. Selain itu para pemilik saham (publik) pada umumnya investor kecil sehingga tidak memiliki otoritas atas informasi keuangan maupun non keuangan yang diinginkan.

Pengujian hipotesis 5 adalah untuk menguji apakah umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Hasil pengujian ordinal logistik regresi seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, dengan *p-value* sebesar 0,713 yang berada diatas tingkat signifikansi  $\alpha= 0,05$ , maka hipotesis 5 yang menyatakan bahwa semakin lama umur perusahaan maka perusahaan akan semakin luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan tidak dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan informasi keuangan melalui *website* perusahaan.

Umur perusahaan (UMUR) bertanda positif yang berarti semakin lama perusahaan tersebut beroperasi maka semakin tinggi probabilitas perusahaan untuk mengungkapkan informasi keuangan melalui *website* perusahaan. Pernyataan ini tidak akurat karena variabel umur tidak signifikan terhadap terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan, yang ditandai dengan nilai signifikansi sebesar 0,713 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Temuan ini tidak konsisten dengan hipotesis kelima yang menyatakan umur perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi keuangan pada *website* perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan antara umur perusahaan dengan kecenderungan perusahaan untuk mengungkapkan informasi keuangannya melalui *website*.

Lama berdirinya suatu perusahaan kurang mendapat perhatian dari pihak *stakeholder* sehingga *stakeholder* tidak memperhatikan kapan perusahaan tersebut berdiri. Pihak *stakeholder* lebih memperhatikan butir-butir informasi yang harus diungkapkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi tambahan baik bersifat keuangan maupun non keuangan melalui

pengungkapan sukarela. Selain itu perusahaan yang baru *go publik* atau baru terdaftar di bursa efek jika perusahaan tersebut perusahaan besar ada kecenderungan mengungkapkan informasi keuangannya melalui *website*. Hal ini disebabkan adanya keinginan perusahaan untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi yang digunakan oleh perusahaan besar lainnya.

Hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Wallace *et al.* (1994) yang menemukan bukti bahwa semakin lama umur perusahaan akan memberikan pengungkapan informasi keuangan yang lebih luas dibandingkan perusahaan lain yang umurnya lebih pendek dengan alasan perusahaan tersebut memiliki pengalaman lebih, dalam pengungkapan laporan tahunan. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki pengalaman lebih banyak akan memberikan pengungkapan informasi keuangan yang lebih luas dibandingkan perusahaan yang memiliki pengalaman sedikit.

Penelitian Wallace *et al.* (1994) pengungkapannya tidak melalui *website* sehingga sangat mungkin apabila hasilnya berbeda. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Lordanita (2006) mengenai *IFR* yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan dengan praktek *IFR*. Perusahaan yang lebih berpengalaman ingin mengubah metode pengungkapan informasi keuangannya sesuai dengan perkembangan teknologi sehingga menarik investor. Perusahaan yang lebih berpengalaman akan menggunakan *IFR* untuk meningkatkan luas pengungkapan informasi keuangan perusahaan. Sedangkan perusahaan yang baru *go publik* mungkin saja memiliki *website* tetapi belum melakukan praktek *IFR*. Umur perusahaan ini mungkin akan memberikan pandangan lebih lanjut mengenai praktek-praktek *IFR* (Oyelere *et al.*, 2003).

Penjelasan yang mungkin diberikan terkait dengan hasil penelitian ini adalah bahwa perusahaan yang lebih lama umurnya maka perusahaan tersebut memiliki pengalaman yang memadai. Pengalaman yang memadai tersebutlah yang menjadi dasar bagi perusahaan dengan umur yang lebih lama dapat mengetahui informasi keuangan apa saja yang lebih penting harus disampaikan dan dibutuhkan oleh investor, sehingga perusahaan tersebut akan mengungkapkan laporan keuangan secara pokok-pokoknya saja atau sebagian informasi yang jika disajikan maka akan menyedot perhatian investor. Dengan demikian perusahaan tersebut tidak perlu

menyajikan laporan keuangan secara detail yang mungkin bagi investor tertentu akan membingungkan dalam mengambil keputusan investasi, atau dengan kata lain perusahaan dengan umur lebih lama akan dapat mengungkapkan informasi keuangan secara efektif dan efisien yang mudah dipahami oleh investor. Perusahaan yang sudah lama berdiri (tua) dimungkinkan tidak mempunyai *website* karena ketidaksiapan sumberdayanya maupun biaya yang dikeluarkan, sehingga bisa saja meskipun suatu perusahaan sudah cukup umur tapi tidak mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan jenis industri merupakan faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan informasi keuangan melalui *website* perusahaan sedangkan variabel lain (profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik dan umur perusahaan) tidak berpengaruh. Untuk perbaikan dan penguatan hasil penelitian ini, penelitian berikutnya dapat menguji kembali variabel-variabel yang dalam penelitian ini belum berhasil menunjukkan pengaruhnya secara statistik terhadap luas pengungkapan informasi keuangan melalui *website* perusahaan dengan menggunakan ukuran dan alat analisis yang lebih tepat.

Penelitian ini belum berhasil menunjukkan pengaruh profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, dan umur perusahaan pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , oleh sebab itu pada penelitian mendatang variabel tersebut dapat diuji kembali untuk memberikan tambahan bukti empiris tentang pengaruh variabel-variabel tersebut. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan ukuran variabel yang lebih tepat dan melakukan pengelompokan jenis industri sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, serta menentukan faktor-faktor lain yang diduga juga berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan informasi keuangan melalui *website* perusahaan dengan menggunakan perbandingan antar periode pengamatan yang lebih panjang sehingga hasil penelitian dapat lebih kuat atau *robust*.