



Spacing: 18pt

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTERNET FINANCIAL REPORTIN DALAM WEBSITE PERUSAHAAN

Font 14, Bold

Font 12, Bold

Hanny Sri Lestari, Anis Chariri ¹

Spacing: 18pt

Spacing: 12pt

Font 11,
Regular

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

Spacing: 18pt

ABSTRACT

The fast growing of the internet creates a new way for companies to communicate with investors. Internet could be used by companies for reporting financial information or usually called Internet Financial Reporting (IFR). IFR helps companies to extent financial information disseminating and to reduce agency costs such as corporate costs of printing and mailing annual reports. The use of IFR also helps companies in disseminating informations about company superiorities. Those informations are signal positive for companies to attract investors. This study examines the use of IFR by Indonesian companies and determinants of IFR. Research samples are Indonesian companies listed in 2005 at Bursa Efek Jakarta exclude finance companies because they have different characteristics of financial reporting. The results indicate that some determinants of IFR such as firm size, liquidity, leverage, auditor size and corporate listing age affect IFR practice. However, other factors, such as profitability and industrial type do not explain the company choice to use the internet as a medium for corporate financial reporting.

Font 11,
Italic

Spacing: 12pt

Keywords: internet financial reporting, website, annual reports, agency theory

Spacing: 18pt

PENDAHULUAN

Font 11,
Regular

Perkembangan yang cepat dalam dunia internet membawa perubahan dalam penyebaran informasi. Banyak perusahaan telah menggunakan internet sebagai alat komunikasi untuk menyediakan informasi mengenai perusahaan, termasuk penyebarluasan informasi keuangan. Menurut Jones *et al.*, (2003) internet merupakan alternatif baru dalam pelaporan keuangan yang biasa dikenal dengan *Internet Financial Reporting*. Informasi keuangan yang disajikan dalam IFR mencakup laporan keuangan komprehensif, termasuk di dalamnya *footnotes*, bagian laporan keuangan, *financial highlights* dan ringkasan laporan keuangan (Ettredge *et al.*, 2001; Oyelere *et al.*, 2003).

Spacing: 12pt

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Praktik IFR tidak dapat dipisahkan dari teori keagenan (agency theory) dan teori sinyal (signaling theory). Dalam kerangka teori keagenan, terdapat tiga macam hubungan keagenan, yaitu: 1) hubungan keagenan antara manajer dengan pemilik (*Bonus Plan Hypothesis*), 2) hubungan keagenan antara manajer dengan kreditur (*Debt/Equity Hypothesis*) dan 3) hubungan keagenan antara manajer dengan pemerintah (*Political Cost Hypothesis*). Hal ini berarti ada kecenderungan bagi manajer untuk melaporkan sesuatu dengan cara-cara tertentu dalam rangka memaksimalkan utilitas mereka dalam hal hubungannya dengan pemilik, kreditur maupun pemerintah. Praktik IFR merupakan media untuk menyampaikan informasi sebagaimana yang dikehendaki dalam kontrak keagenan.

Spacing: 12pt

METODE PENELITIAN

Variabel IFR dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan angka *dummy*. Kode 1 untuk perusahaan IFR (IFRC) dan kode 0 untuk perusahaan non-IFR (Non IFRC). Variable ukuran perusahaan diproxy dengan menggunakan log of *market capitalization* yang merupakan hasil perkalian antara harga saham per 31 Desember dengan jumlah saham yang beredar (Ang, 1997). Log of *market capitalization* lebih representatif dibandingkan log of *total assets* terutama untuk

¹ Corresponding author

perusahaan yang *go public* (Marston dan Polei 2004 dan Oyelere *et al.* 2003). Variabel profitabilitas diukur dengan ROA (Laba bersih setelah pajak/Total aktiva), karena ROA memiliki tingkat yang lebih independen dalam mengukur profitabilitas dibandingkan ROE (Oyelere *et al.*, 2003).

Spacing: 12pt

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan dengan formula Babbie (1983, dalam Rizal, 2001), diperoleh ukuran sampel sebanyak 73 perusahaan yang dapat dilihat pada tabel 1.

Spacing: 12pt

Font 10, bold

Tabel 1

Daftar Perusahaan Sampel Berdasarkan Jenis Industri

| No | Jenis Industri | Jumlah Perusahaan | Proporsi | Jumlah Sampel | Kategori |
|--------|-----------------------------------|-------------------|----------|---------------|----------------|
| 1 | Agriculture, Forestry and Fishing | 6 | 27,04 % | 2 | Non Manufaktur |
| 2 | Animal Feed and Husbandary | 6 | 27,04 % | 2 | Non Manufaktur |
| 3 | Mining | 11 | 27,04 % | 3 | Non Manufaktur |
| 4 | Service | 21 | 27,04 % | 6 | Non Manufaktur |
| 5 | Manufacturing | 153 | 27,04 % | 40 | Manufaktur |
| 6 | Whole Sale and Retail Trade | 14 | 27,04 % | 4 | Non Manufaktur |
| 7 | Real Estate and Property | 38 | 27,04 % | 10 | Non Manufaktur |
| 8 | Others | 21 | 27,04 % | 6 | Non Manufaktur |
| Jumlah | | 270 | 27,04 % | 73 | |

Sumber: *JSX Watch* 2006-2007

Yang diberi garis hanya ini

Font 10

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Berisi kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan Saran untuk penelitian selanjutnya

REFERENSI (ikuti pola Skripsi)