BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Rerangka Teori.

a. *Agency Theory* (Teori Keagenan).

Agency Theory (teori keagenan) adalah teori yang menjadi dasar praktik bisnis dalam perusahaan selama ini. *Agency Theory* menjelaskan hubungan manajemen suatu usaha (*agent*) dengan pemilik usaha (*principal*) dalam bentuk kontrak kerja. Dalam praktik hubungan manajemen usaha dengan pemilik usaha, pemilik perusahaan merekrut atau membayar pihak manajemen untuk menjalankan atau mengendalikan perusahaan dan menjadi wakil pemilik dalam mewujudkan kepentingan (Reskino dan Sinaga, 2016).

Agency Theory mengasumsikan bahwa pada dasarnya semua individu akan bertindak atas kepentingan atau motivasi dirinya sendiri. Pemilik usaha (*principal*) memotivasi dirinya untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dalam perusahaannya dengan cara mengadakan kontrak dengan investor-investor. Sedangkan motivasi manajemen usaha (*agent*) yaitu menginginkan kepentingannya diakomodasi dengan adanya pemberian

bonus/kompensasi/insentif yang memadai dan sebesar-besarnya atas kinerja yang telah mereka lakukan.

b. *Signaling Theory* (Teori Sinyal).

Signaling Theory (Teori sinyal) merupakan teori yang menjelaskan bahwa dalam perusahaan harus memanfaatkan laporan keuangan dengan memberikan sinyal positif maupun negatif kepada pihak internal (Amelia dan Linda, 2016). Perusahaan akan mengeluarkan informasi-informasi penting, karena informasi itu berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi pihak eksternal perusahaan. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan penting bagi pihak eksternal perusahaan dan pelaku bisnis untuk berinvestasi karena pada hakikatnya informasi tersebut menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk masa sekarang, masa lalu, maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan juga efeknya bagi perusahaan.

Internet Financial Reporting diuji menggunakan teori sinyal. Teori sinyal mengemukakan bagaimana cara perusahaan memberi sinyal berupa informasi kepada investor. Sinyal tersebut diantaranya berupa informasi tentang kinerja perusahaan, baik informasi keuangan maupun non keuangan dalam pengungkapan IFR (Narsa dan Pratiwi, 2012).

c. Internet Financial Reporting.

Internet Financial Reporting adalah cara suatu perusahaan dalam melakukan penyampaian mengenai laporan keuangan melalui internet yaitu berupa website yang dimiliki oleh perusahaan. Penyebarluasan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan praktik IFR mengenai keunggulan-keunggulan perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi perusahaan untuk menarik investor. Hal ini berarti, IFR merupakan sarana untuk mengomunikasikan sinyal positif perusahaan kepada publik, terutama investor (Jannah, 2015).

Penerapan IFR ini sifatnya tidak wajib bagi perusahaan dalam melakukan penyampaian informasi mengenai laporan keuangan, karena itulah penerapan IFR dipandang sebagai pengungkapan sukarela (Handayani dan Almilia, 2013). IFR memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan *Paper Based Reporting* yaitu perusahaan dapat menyajikan laporan keuangan secara lebih lengkap karena perusahaan tak perlu memperhitungkan biaya yang diperlukan untuk mencetak laporan keuangan secara *hard copy, stakeholder* juga dapat menghemat waktu karena dapat melihat laporan keuangan yang mereka butuhkan kapanpun dan dimanapun, dan yang terakhir perusahaan dapat menarik investor dari semua pihak yang dapat melihat laporan keuangan suatu perusahaan.

Selain keuntungan yang dimiliki dari penerapan IFR terdapat pula kekurangan dari penerapan IFR yaitu, biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memelihara *website* perusahaan dan menerapkan IFR mungkin tidak sebanding dengan manfaat yang di peroleh perusahaan.

d. Ukuran Perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat di ukur dengan nilai aset, penjualan, atau dari nilai pasar ekuitas perusahaan (Kurniawati, 2018). Sedangkan menurut Amelia dan Linda (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecil suatu perusahaan.

Dengan demikian dapat di pahami bahwa ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang diketahui dari transaksi penjualan yang dilakukan, jumlah aset yang dimiliki perusahaan tersebut, serta tingkat kapitalisasi pasar.

e. Kepemilikan Saham oleh Publik.

Kepemilikan saham oleh publik merupakan persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik terhadap jumlah keseluruhan saham perusahaan (Diatmika dan Yadyana, 2017). Perusahaan yang memiliki struktur kepemilikan oleh publik cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi pada *website*

perusahaan untuk memberikan informasi yang diperlukan kepada pemegang saham.

Keputusan menteri Negara BUMN tahun 2002, dalam prinsip transparansi disebutkan bahwa seluruh pemegang saham harus diberi kesempatan untuk berperan dalam pengambilan keputusan atas perubahan mendasar dalam perusahaan dan dapat memperoleh informasi yang benar, akurat dan tepat waktu mengenai perusahaan. Hal ini berarti bahwa perusahaan mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi kepada para pemegang saham mengenai perusahaan secara jelas, benar, dan tepat waktu yang dapat dilakukan baik secara internal maupun melalui *website* perusahaan. Dalam hal ini manajemen perusahaan dapat menerapkan *internet financial reporting* sebagai alat untuk melakukan penyebarluasan informasi yang efektif dan efisien.

f. Profitabilitas.

Profitabilitas merupakan suatu aspek penting yang menjadi acuan bagi investor atau pemilik perusahaan untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan (Narsa dan Pratiwi, 2014). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memiliki dorongan untuk menyebarluaskan informasi perusahaan terutama yang berkaitan dengan informasi keuangan

perusahaan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan investor maupun *stakeholders* terhadap perusahaan.

Dalam penelitian Amelia dan Linda (2016) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan indikator pengelolaan manajemen perusahaan yang baik, sehingga manajemen akan memiliki kecenderungan untuk mengungkapkan informasi keuangan perusahaan lebih banyak ketika ada peningkatan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut terjadi karena perusahaan berkeinginan untuk memberikan informasi kepada publik dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama.

g. Leverage.

Leverage merupakan salah satu rasio keuangan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa semakin besar aktivitas perusahaan yang didanai melalui hutang (Kurniawati, 2018). Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan memiliki risiko menderita kerugian yang tinggi pula, karena perusahaan kemungkinan tidak dapat memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

Menurut Diatmika dan Yadyana (2017) perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan berusaha menghindari

pengungkapan secara sukarela seperti pengungkapan melalui *internet financial reporting* karena perusahaan ingin menghindari *image* buruk terhadap perusahaan. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang rendah akan memiliki risiko yang kecil apabila perekonomian sedang dalam keadaan menurun.

h. Umur Perusahaan.

Umur perusahaan merupakan pertanda seberapa kuat perusahaan berdiri dan bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan yang lebih lama berdiri atau lebih tua mampu mengambil peluang bisnis untuk terus menerus bertahan dan beroperasi di waktu yang cukup panjang dengan menyajikan informasi laporan keuangan lebih baik dari pada perusahaan yang baru berdiri atau perusahaan yang lebih muda (Susanti, 2017).

Asogwa (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih tua, berpengalaman dan mapan cenderung mengungkapkan informasi lebih lanjut karena mereka telah menetapkan biaya sistem pelaporan yang efektif sedangkan sebaliknya, perusahaan yang lebih muda mengungkapkan informasi lebih banyak untuk meningkatkan kepercayaan investor dan mengurangi skeptisisme.

B. Hasil Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. Ukuran Perusahaan Dan Pengungkapan Melalui Praktik IFR.

Perusahan besar memiliki *agency cost* yang besar karena perusahaan besar harus menyampaikan pelaporan keuangan yang lengkap kepada pengguna informasi yang berkepentingan sebagai wujud pertanggungjawaban. Salah satu cara yang dapat mengurangi *Agency Cost* adalah dengan menerapkan praktik IFR, karena *Agency Cost* merupakan biaya yang digunakan dalam penyebarluasan laporan keuangan, yang termasuk di dalamnya yaitu biaya cetak dan biaya pengiriman laporan keuangan kepada pihak-pihak yang dituju oleh perusahaan. Menurut Kurniawati (2018) perusahaan yang lebih besar dan memiliki kompleksitas yang lebih tinggi akan membutuhkan informasi keuangan yang lebih banyak dalam pengambilan investasi yang lebih baik.

Penelitian Kurniawati (2018) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan melalui praktik IFR. Hasil penelitian ini juga serupa dengan yang dilakukan oleh Abdullah dan Ardiansyah (2017) dan juga penelitian dari Aqel (2014). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka hipotesis yang diajukan:

H_1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan melalui praktik IFR.

2. Kepemilikan Saham Oleh Publik dan Pengungkapan Melalui Praktik IFR.

Kepemilikan saham oleh publik ditentukan dari jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Pengertian publik di sini adalah individu atau institusi yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Kepemilikan saham ini digunakan untuk diperdagangkan bukan untuk dimiliki atau dipegang selamanya.

Semakin besar jumlah kepemilikan saham oleh publik semakin banyak pula pihak yang membutuhkan informasi mengenai perusahaan. Dalam penelitian ini diharapkan bahwa semakin besar komposisi saham perusahan yang dimiliki oleh publik, maka semakin lengkap pula ketersediaan informasi keuangan perusahaan.

Penelitian Kurniawati (2018) menemukan bahwa kepemilikan saham oleh publik tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik IFR. Hasil penelitian ini sejalan dengan Diatmika dan Yadyana (2017). Berbeda dengan hasil penelitian Abdullah dan Ardiansyah (2017) tentang efek ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan saham oleh publik dan kualitas audit terhadap IFR pada perusahaan listing di Indonesia Stock Exchange (ISSI), yang mengemukakan bahwa kepemilikan saham oleh publik berpengaruh signifikan terhadap IFR. Dari uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H_2: Kepemilikan saham oleh publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan melalui praktik IFR.

3. Profitabilitas dan Pengungkapan Melalui Praktik IFR.

Faktor penting yang dapat dijadikan acuan oleh investor atau pemilik usaha untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan adalah profitabilitas. Performa perusahaan juga dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka perusahaan akan terindikasi memiliki kinerja yang semakin baik.

Perusahaan dengan kinerja yang baik akan berusaha menyebarluaskan reputasi baiknya, penyebaran informasi dengan menggunakan internet yang disampaikan dalam website perusahaan merupakan salah satu cara yang digunakan dalam menyebarluaskan reputasi baik perusahaan (Diatmika dan Yadyana, 2017). Dengan demikian profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan melalui praktik IFR.

Penelitian Kurniawati (2018) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat IFR. Penelitian ini didukung oleh Andriyani dan Mudjiyanti (2017). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2013)

tentang analisis faktor-faktor yang memengaruhi indeks pelaporan keuangan melalui internet di 48 perusahaan yang termasuk *50 Leading Companies In Market Capitalization*, menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap IFR. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan:

H_3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan melalui praktik IFR.

4. *Leverage* dan Pengungkapan Melalui Praktik IFR.

Perusahaan yang beroperasional dalam kegiatan sehari-harinya pasti membutuhkan modal. Modal yang dibutuhkan dapat berasal dari modal sendiri atau modal yang berupa pinjaman. Perusahaan yang operasionalnya menggunakan modal dari luar baik pembiayaan jangka pendek maupun pembiayaan jangka panjang merupakan penerapan dari kebijakan *leverage.*

Rasio *leverage* mengukur sejauh mana pembelanjaan dilakukan dengan hutang yang dibandingkan dengan modal, dan kemampuan untuk membayar bunga dan beban tetap yang lain. Sehingga *leverage* bisa kita artikan sebagai daya ungkit bagi perusahaan atas ketergantungannya pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki risiko yang tinggi karena perusahaan kemungkinan tidak akan dapat melunasi kewajibannya. Hal ini

akan mengancam posisi manajer perusahaan yang dianggap tidak mampu mengelola perusahaan dengan baik. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan menghindari pengungkapan yang bersifat sukarela seperti pengungkapan melalui praktik IFR untuk menghindari *image* buruk terhadap perusahaan (Diatmika dan Yadyana, 2017). Akan tetapi, manajer dapat menggunakan IFR untuk membantu menyebarluaskan informasi-informasi positif perusahan dalam rangka mengalihkan perhatian kreditur dan pemagang saham untuk tidak terlalu fokus hanya pada leverage yang tinggi.

Penelitian Reskino dan Sinaga (2016) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap IFR. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Yassin (2017) pada perusahan yang listing di Jordania menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap IFR, dan penelitian ini didukung oleh Kurniawati (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap IFR. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan:

H_4: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan melalui praktik IFR.

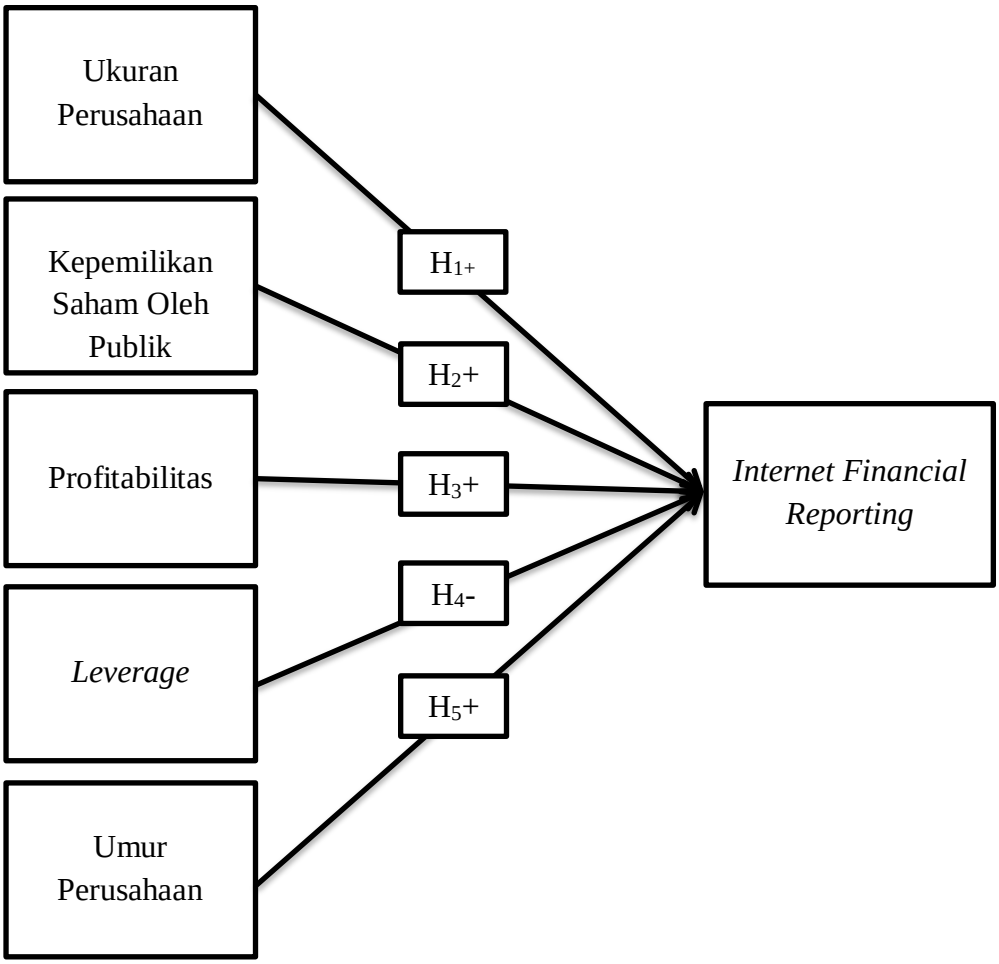
5. Umur Perusahaan dan Pengungkapan Melalui Praktik IFR.

Umur perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam bersaing dan memanfaatkan peluang bisnis untuk dapat tetap eksis di dunia perekonomian (Asogwa, 2013). Perusahaan yang lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak dan telah meningkatkan praktik-praktik pelaporan keuangan mereka dari waktu ke waktu, seperti penerapan IFR untuk menarik investor, sedangkan perusahaan yang lebih muda mungkin saja memiliki website perusahaan tetapi belum tentu menerapkan IFR. Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah dan Ardiansyah (2017) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan melalui praktik IFR. Hasil penelitian ini didukung oleh Aboetera dan Hussein (2017) tentang faktor yang mempengaruhi *Internet Financial Reporting* di perusahaan Mesir.

Berbeda dengan penelitian yang di lakukan oleh Jannah (2015) menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap IFR. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan:

H_5: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan melalui praktik IFR.

C. Model Penelitian



Gambar 2.1

Model Penelitian.