

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP INTERNET FINANCIAL REPORTING

Bianka Cahaya Fitriani¹ dan Navilah²

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie

Jl. H.R. Rasuna Said Kav. C-22, Kuningan, Jakarta Selatan 12920

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap internet financial reporting. populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan pada sektor perdagangan, jasa, dan investasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016 – 2020 yang berjumlah 166. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *purposive sampling*. Berdasarkan metode tersebut diperoleh ukuran sampel sebanyak 73. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi data panel dengan menggunakan *software* Eviews versi 12. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*.

Kata kunci: ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *internet financial reporting*

Abstract

This study aims to examine the effect of company size, profitability, and leverage on internet financial reporting. the population of this research about 166 trading, service, and investment companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2016 – 2020. The sampling technique used purposive sampling method. Based on the method a sample size of 73 was obtained. The data analysis method used panel data regression using Eviews software version 12. The result showed that company size, profitability, and leverage do not affect on internet financial reporting.

Key word: company size, profitability, leverage, and internet financial reporting

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Luasnya jangkauan internet yang dapat diakses membuat para pengguna teknologi semakin mudah mengakses dunia internet. Internet memberikan peluang kepada setiap perusahaan untuk dapat memberikan informasi kepada pengguna laporan keuangan. Pada era digital internet bukan hanya untuk mencari informasi, tetapi juga digunakan untuk memberikan informasi.

Para perusahaan dituntut untuk bisa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai laporan keuangan. Selain itu penggunaan teknologi informasi dianggap dapat memberikan banyak manfaat seperti menarik investor yang berasal dari luar negeri untuk berinvestasi khususnya untuk perusahaan publik yang sudah listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Informasi yang diharuskan diungkapkan pada masing-masing web perusahaan adalah informasi laporan keuangan perusahaan atau yang biasa disebut *Internet Financial Reporting* (IFR).

Menurut Widari, Saifi, dan Nurlailiy (2018) setiap perusahaan mempunyai tingkat pengungkapan laporan perusahaan

yang berbeda-beda. Ketentuan pengungkapan laporan keuangan yang sudah *go- public* diatur dalam Bapepam dan LK No: kep-347/BL/2012 tentang penyajian dan pengungkapan laporan keuangan emiten atau perusahaan publik. Pengungkapan laporan keuangan perusahaan melalui internet diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 8/POJK.04/2015 Bab I Pasal 1 ayat (2) tentang situs web emiten atau perusahaan publik.

Pengungkapan laporan keuangan perusahaan melalui internet saat ini sudah banyak dilakukan oleh perusahaan publik di Indonesia yang dianggap memiliki efisiensi waktu dan tenaga dengan cara memanfaatkan *website* masing-masing tiap perusahaan, pengungkapan IFR juga dinilai dapat menekan *agency cost*.

Perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2020 belum semuanya menyampaikan laporan keuangan pada situs website pada tepat waktu. Berdasarkan data yang ditemukan, menunjukkan bahwa terdapat beberapa sektor seperti industri dan kimia, sektor perdagangan, jasa, dan investasi, sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi, sektor pertambangan, sektor pertanian,

sektor aneka industri, dan sektor *property* dan *real estate* yang masih belum menyampaikan laporan keuangan pada situs resmi website BEI untuk periode 2020.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *internet financial reporting* adalah ukuran perusahaan. Menurut Soegoto (2017) ukuran perusahaan adalah faktor penting dalam melaksanakan kebijakan manajerial. Penelitian Budiarto (2018); Meinawati, Suhendro, dan Masitoh (2020); Hestiani dan Filianti (2021) Menyimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*. Hal ini disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin luas pengungkapan dengan *internet financial reporting* untuk mengurangi *agency cost* terkait dengan pencetakan dan pengiriman laporan keuangan.

Faktor lain yang mempengaruhi *internet financial reporting* adalah profitabilitas. Menurut Rahmawati (2020) profitabilitas merupakan usaha untuk mendapatkan keuntungan dengan cara suatu perusahaan harus bekerja dalam kondisi laba, yang berarti bahwa pendapatan harus melebihi biaya yang

terlibat dalam mencapai aktivitas. Penelitian yang dilakukan oleh Ayuningtias dan Khairunnisa (2019); Dewi dan Suryono (2019); dan Kurniawati (2018) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*. Hal ini berarti bahwa elemen pengelolaan manajemen perusahaan yang bagus akan memilih untuk menyampaikan informasi yang lebih banyak terkait keuangan dan non keuangan apabila terdapat pertumbuhan profit.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ilmawati dan Indrasari (2019) menyimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Hal ini disimpulkan bahwa banyak perusahaan yang profitabilitasnya menurun namun tetap melakukan praktik *internet financial reporting* untuk menunjukkan kepada *stakeholder* dan publik mengenai keterbukaan manajemen perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *internet financial reporting* yaitu *leverage*. Menurut Hery (2017), *leverage* atau utang merupakan salah satu penting dalam unsur pendanaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh

Andriyani dan Mudjiyanti (2017); Sari, Ernawati, dan Rizal (2019), Oktavia dan Laila (2021) menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*. Hal ini diartikan bahwa semakin besar tingkat *leverage* maka semakin besar juga tingkat pendanaan perusahaan yang dibiayai oleh hutang.

Berbeda pendapat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Khairunisa, Yudowati, dan Majidah (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Hal tersebut disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka semakin sedikit perusahaan dalam mengungkapkan *internet financial reporting*. Sebaliknya, jika semakin rendah tingkat *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin banyak perusahaan dalam *mengungkapkan internet financial reporting*.

Berdasarkan hasil penjelasan diatas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan terhadap hasil penelitian sebelumnya, sehingga penelitian ini termotivasi untuk melakukan penelitian kembali mengenai *internet financial reporting*. Penelitian ini

menggunakan variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan oleh publik (Deegan, 2016). Teori legitimasi menempatkan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi didalam laporan keuangan (Ulum, 2017).

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan yang yakin dapat diterima oleh publik adalah perusahaan yang mampu melakukan pengungkapan oleh manajemen perusahaan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pengungkapan laporan keuangan melalui internet dengan profitabilitas yang tinggi dilakukan oleh manajemen perusahaan berpotensi untuk menarik investor atau pemegang saham untuk melakukan investasi.

Berdasarkan teori legitimasi yang telah dijelaskan diatas, performa suatu perusahaan yang memiliki profitabilitas akan meyakinkan perusahaan untuk pengungkapan informasi laporan keuangan melalui internet. Hal ini dikarenakan profitabilitas dapat membuktikan bagaimana suatu perusahaan bisa berhasil dan juga manajemen perusahaan yang baik. Perusahaan yang berada pada level sukses, maka perusahaan tersebut dengan percaya diri untuk melakukan pengungkapan informasi kepada publik sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Internet Financial Reporting

Laporan keuangan adalah alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi keuangan dari suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan eksistensi suatu perusahaan (pihak intern dan pihak ekstern) (Akbarina, 2018). Dalam meningkatkan transparansi melalui keterbukaan informasi laporan keuangan oleh emiten atau perusahaan publik maka perlu dilakukan dengan memanfaatkan pengembangan teknologi.

Internet Financial Reporting merupakan metode untuk menyampaikan

laporan keuangan melalui internet dari perusahaan swasta maupun negeri yang sudah *go public* atau perusahaan yang sudah terdaftar di BEI. Setiap perusahaan yang sudah terdaftar di BEI seharusnya memiliki website pribadi untuk mempublikasikan hasil laporan keuangan tahunan perusahaan.

Menurut Arifianti dan Africa (2021) *internet financial reporting* merupakan kegiatan pengungkapan atas laporan keuangan yang dilakukan oleh suatu perusahaan secara sukarela tanpa didasari oleh adanya peraturan yang berlaku. Pengungkapan laporan keuangan melalui internet dibagi menjadi 2, yaitu pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela. Pengungkapan yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus memenuhi konsep pengungkapan yang cukup, wajar, dan lengkap.

Ukuran Perusahaan

Perusahaan berskala besar memiliki pengaruh yang besar dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil. Perusahaan besar lebih dikenal masyarakat luas dan dapat menarik calon investor dalam memilih investasi modalnya. Selain itu, ukuran perusahaan memiliki pengaruh

terhadap tingkat *underpricing* dan menjadi faktor dalam memutuskan untuk membeli saham di bursa efek. Ukuran perusahaan dapat diketahui melalui besarnya aktiva perusahaan pada periode terakhir sebelum perusahaan tersebut melakukan penawaran umum (Ilham *et al*, 2020).

Menurut Wati (2019) ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang dipertimbangkan para investor dalam melakukan investasi. Ukuran perusahaan dapat menunjukkan adanya perbedaan risiko antara usaha perusahaan besar dan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mendapat perhatian dari pasar maupun publik.

Indikator dalam ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan logaritma natural total aset. Ukuran perusahaan juga dapat dilakukan menggunakan logaritma natural total penjualan. Penjualan adalah kegiatan yang paling utama yang dapat mempengaruhi naik turunnya pendapatan usaha pada suatu perusahaan (Artistiana, 2019). Selain itu, jumlah karyawan dapat digunakan sebagai indikator ukuran perusahaan. Jumlah karyawan adalah suatu tolak ukur yang digunakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dalam menilai usaha kecil atau besar yang dimiliki oleh

suatu perusahaan (Hasanah, Muhtar, & Muliastari, 2020).

Profitabilitas

Menurut Akbar (2019) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah pengukuran kinerja yang pada umumnya digunakan untuk melihat keberhasilan kinerja keuangan. Profitabilitas berhubungan secara langsung dengan produktivitas dan faktor perbaikan harga penjualan atas produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi merupakan cerminan yang menggambarkan imbalan hasil yang tinggi pula yang akan didapatkan oleh perusahaan. Profitabilitas dianggap dapat menarik seorang investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan apabila profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut relatif tinggi.

Menurut Irham (2014) dalam Ubaidillah (2020) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan risiko keuangan yang digunakan untuk mengukur efektivitas dalam manajemen secara keseluruhan, yang diarahkan dan dihubungkan dengan investasi atau penjualan. Hal tersebut dilihat apabila rasio profitabilitasnya baik maka akan semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dan jumlah laba yang diperoleh dapat menutupi hutang perusahaan.

Profitabilitas dianggap sebagai tolok ukur efisiensi dan panduan manajemen untuk mendapatkan efisiensi yang lebih besar. Profitabilitas perusahaan yang tinggi menunjukkan adanya pertumbuhan laba dan manajemen memanfaatkan profitabilitas sebagai salah satu alat pengendali oleh pihak internal dalam menyusun target yang ingin dicapai, anggaran, koordinasi, serta untuk mengevaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan sebagai dasar untuk menentukan suatu keputusan (Turiastini & Damayanti, 2018).

Leverage

Menurut Hery (2017), *leverage* atau utang merupakan salah satu penting dalam unsur pendanaan. *Leverage* dapat dipahami dengan perkiraan dari risiko yang terdapat pada suatu perusahaan. Pada umumnya, investor lebih menghindari perusahaan yang memiliki *leverage* yang besar karena semakin besar rasio *leverage* maka semakin besar juga risiko yang akan dibebankan, khususnya ketika perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya dengan tepat waktu.

Salah satu rasio yang digunakan

dalam keuangan yaitu rasio *leverage* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak dana yang akan di tawarkan oleh pemilik perusahaan dibandingkan dengan dana yang akan diperoleh dari kreditur (Intyas & Abidin, 2018). *Leverage* merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hutang yang dimiliki perusahaan dapat ditutupi dengan modal sendiri. Semakin tinggi tingkat *leverage* yang dimiliki suatu perusahaan maka akan semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut untuk melaporkan laba yang lebih tinggi (Halida, 2020).

Leverage adalah layanan bagi para investor untuk melakukan pembelian suatu instrumen trading hanya dengan mengeluarkan modal investasi jauh lebih kecil dari harga instrumen tersebut (Suharto, 2012). Pengukuran *leverage* dapat menggunakan rasio *leverage* seperti *debt to equity ratio* (DER) untuk mengukur perbandingan antara total utang dan total ekuitas.

Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Internet Financial Reporting*

Hasil penelitian yang telah

dilakukan oleh Budianto (2018); Hestiani dan Filianti (2021); Meinawati, Suhendro, dan Masitoh (2020); menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*. Berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Oktaviani, Andrianti, dan Larasari (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan dan menjaga ukuran perusahaan tetap berada dalam skala besar dapat meningkatkan *internet financial reporting*. Berdasarkan teori dan hasil dari penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini:

H₁: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap *Internet Financial Reporting*

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Internet Financial Reporting*

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh; Ayunungtias dan Khairunnisa (2019); Saputra, Masitoh, dan Samrotun (2021), Dewi dan Suryono (2019); dan Kurniawati (2018) menyatakan bahwa profitabilitas

berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*. Berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Diatmika dan Yadnyana (2017); Ilmawati dan Indrasari (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Hal ini terjadi karena perusahaan tidak terlalu memperhatikan besarnya profit dalam menerapkan praktik *internet financial reporting*. Banyak perusahaan yang profitabilitasnya menurun namun tetap harus melakukan praktik *internet financial reporting* untuk menunjukkan kepada *stakeholder* dan publik mengenai keterbukaan informasi perusahaan.

H₂: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap *Internet Financial Reporting*

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Internet Financial Reporting*

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Oktavia dan Laila (2021); Andriani dan Mudjiyanti (2017); Sari, Ernawati, dan Rizal (2019); menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*. Berbeda pendapat dengan penelitian yang

dilakukan oleh Husna dan Priyadi menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap *internet financial reporting*. Berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Khairunisa, Yudowati dan Majidah (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*.

H₃: *Leverage* Berpengaruh Positif Terhadap *Internet Financial Reporting*

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan pada sektor perdagangan, jasa, dan investasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016 - 2020. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel yang hanya memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling*.

Adapun kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut; (1) Perusahaan pada sektor perdagangan, jasa, dan

investasi yang tidak memiliki website; (2) Perusahaan pada sektor perdagangan, jasa, dan investasi yang tidak mempublikasikan laporan tahunan di website periode 2016-2020; (3) Perusahaan yang tidak menyampaikan data pada laporan keuangan dengan lengkap; (4) Perusahaan pada sektor perdagangan, jasa, dan investasi yang tidak menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan; (5) Perusahaan yang mengalami delisting 2016 – 2020.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka jumlah perusahaan jasa yang akan dijadikan sampel yaitu sebanyak 73 perusahaan perdagangan, jasa, dan investasi dengan tahun penelitian sebanyak 5 tahun dari tahun 2016 sampai 2020. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode dokumentasi dengan mengumpulkan data-data sekunder dari sumber yang sudah ada. Mengumpulkan data dengan cara mencatat dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

Definisi Operasional Variabel

Internet financial reporting adalah kegiatan pengungkapan atas laporan

keuangan yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela tanpa didasari oleh adanya peraturan yang berlaku (Arifianti & Africa, 2021). *Internet financial reporting* dapat diukur menggunakan *Internet Disclosure Indeks* (IDI), menurut Zadeh, Salehi, dan Shabestari (2018) IDI disusun menjadi 32 bagian. Pengukuran indeks menggunakan angka *dummy*, kode 1 untuk perusahaan yang sesuai dengan item dari indeks dan kode 0 untuk perusahaan yang tidak sesuai dengan item indeks, selanjutnya total skor indeks dibagi jumlah indeks.

Ukuran perusahaan menjelaskan bahwa suatu perusahaan yang mapan dan besar memiliki akses yang sangat mudah ke pasar modal dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dapat diukur dengan logaritma natural total karena dinilai lebih stabil dibandingkan dengan penjualan bersih, dan jumlah karyawan.

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

Profitabilitas dalam penelitian ini dapat diukur menggunakan *Return on Aset* (ROA). Rasio ROA menunjukkan hasil pengembalian jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Tujuan dari

rasio ROA yaitu untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan selama periode tertentu (Kasmir, 2018).

$$\text{Return on Aset} = \frac{\text{Earning After Income and Tax}}{\text{Total Asset}}$$

Leverage dapat digambarkan sebagai hubungan antara utang perusahaan dengan modal ataupun aset. *Leverage* dalam penelitian ini dapat diukur menggunakan *Debt to Equit Ratio* (DER). Rasio *leverage* juga dapat menjelaskan seberapa jauh perusahaan dapat dibiayai utang atau oleh pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang dibiayai oleh modal perusahaan itu

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}}$$

sendiri (oktaviani, andriati & larasari, 2020).

Metode Analisis Data

Dasar pengambilan kesimpulan berdasarkan nilai signifikan yaitu jika nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Sebaliknya jika nilai signifikansi > 0,05 maka hasil koefisiensi tindak signifikan secara parsial antara satu variabel independen

terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Persamaan regresi untuk menguji hipotesis yang diajukan, dapat dinyatakan dalam model sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Internet Financial Reporting (IFR)
 X₁ = Ukuran Perusahaan
 X₂ = Profitabilitas
 X₃ = *Leverage*
 α = Konstanta
 β = Koefisien regresi
 e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif pada variabel *internet financial reporting* menggunakan metode *Internet Disclosure Indeks* (IDI) yang memiliki nilai minimum sebesar 0.66, nilai maksimum sebesar 1, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.944904 dan standar deviasi sebesar 0.0562. Variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 21.29, nilai maksimum sebesar 32.39, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28.49762, dan nilai standar deviasi pada variabel ukuran perusahaan

sebesar 1.651545.

Variabel profitabilitas menunjukkan nilai minimum sebesar -1.02, nilai maksimum sebesar 0.62, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.035945, dan nilai standar deviasi pada variabel profitabilitas sebesar 0.139189. Variabel *leverage* menunjukkan nilai minimum sebesar 0.01, nilai maksimum sebesar 39.03, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1.294521, dan nilai standar deviasi pada variabel *leverage* sebesar 2.701545.

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji *Jarque-Bera*. Apabila hasil dari histogram menunjukkan nilai *probability* > 0.05 maka data terdistribusi normal dan jika nilai *probability* < 0.05 maka data tidak terdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Jarque-Bera* ditemukan nilai *probability* sebesar 0.389706. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas karena nilai *probability* 0.389706 > 0.05 yaitu data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya

tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan tidak terjadi multikolinearitas. Nilai matriks korelasi antar variabel independen yang tidak terjadi multikolinearitas yaitu $< 0,80$ (Ghozali, 2018).

Pada hasil uji multikolinearitas tidak terdapat nilai korelasi antar variabel independen yang lebih besar dari 0,80. Nilai korelasi dari variabel ukuran perusahaan terhadap profitabilitas dan sebaliknya memiliki nilai korelasi sebesar 0,0202094629. Pada variabel ukuran perusahaan terhadap leverage dan sebaliknya memiliki nilai korelasi sebesar 0,2145925086. Nilai korelasi pada variabel profitabilitas terhadap leverage memiliki nilai korelasi sebesar -0,0541267271. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat masalah atau bebas dari uji multikolinearitas antar variabel pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik yaitu yang bersifat homoskedastitas, yaitu model yang memiliki variansi yang nilainya tetap dari residualnya (Ghozali, 2018:120). Dalam menguji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan uji glejser.

Apabila nilai signifikannya lebih dari 0,05 (5%) maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser diketahui bahwa probabilitas chi square memiliki nilai 0,0713 dengan arti p value $\geq 0,05$ (5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas atau terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tujuan dilakukan uji autokorelasi yaitu untuk menguji apakah terdapat korelasi didalam model regresi antar residual pada periode tertentu dengan residual pada periode sebelumnya (Paranita, 2020). Untuk mengetahui ada atau tidak adanya korelasi dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji breusch-godfrey. Pada hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji breusch-godfrey ditemukan bahwa nilai prob chi-square $0,5104 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi atau terbebas dari autokorelasi.

Common Effect Model (CEM)

Common effect model yaitu model data panel yang menggabungkan data *time series* dan *cross section*. Model ini menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS). Pada model ini tidak ada perbedaan antar perusahaan dan antar waktu, sehingga data perusahaan dianggap sama dalam berbagai kurun waktu.

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,895876 dengan probabilitas sebesar 0,0000. Persamaan regresi common effect model memiliki adjusted R^2 sebesar 0,025787 yang menjelaskan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage sebesar 2,5787% dan sisahnya sebesar 97,4213% dipengaruhi dari variabel independen lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Fixed Effect Model (FEM)

Dalam metode estimasi *fixed effect model* mengasumsikan bahwa terdapat perbedaan antar perusahaan, namun tidak terdapat perbedaan antar waktu. Hasil estimasi regresi data panel *fixed effect model* memiliki nilai konstanta sebesar 0,839512 dengan probabilitas sebesar 0,0000. Estimasi regresi data panel *fixed effect model* memiliki *adjusted R²* sebesar

0,608356 dengan artian bahwa varian ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* sebesar 60,8356% dan sisahnya sebesar 39,1644% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Random Effect Model (REM)

Dalam model estimasi regresi data panel ini terdapat gangguan yang kemungkinan saling berhubungan antar waktu dan individu. Pada hasil estimasi regresi data panel random effect model memiliki nilai konstanta sebesar 0,865613 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Estimasi regresi random effect model memiliki adjusted R^2 sebesar 0,002756 dengan artian bahwa varian ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage sebesar 0,2756% dan sisahnya sebesar 99,7244% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Uji Chow (*Common Effect Model vs Fixed Effect Model*)

Chow test merupakan uji dalam menentukan apakah *common effect model* lebih baik digunakan daripada *fixed effect model* ataupun sebaliknya. Pengambilan

kesimpulan pada uji chow apabila nilai probabilitas pada *cross section* $F \geq 0,05$ model yang paling tepat digunakan yaitu *common effect model*. Apabila nilai probabilitas pada *cross section* $F \leq 0,05$ maka model yang paling tepat digunakan adalah *fixed effect model*. Hasil uji chow memiliki nilai probabilitas pada *cross section* F sebesar $0,0000 \leq 0,05$ sehingga model yang paling tepat digunakan yaitu *fixed effect model*.

Uji Hausman (*Fixed Effect Model vs Random Effect Model*)

Uji hausman merupakan pengujian statistik dalam menentukan apakah *fixed effect model* lebih baik digunakan daripada *random effect model* ataupun sebaliknya. Apabila probabilitas pada nilai *cross section random* $\geq 0,05$ maka model yang paling tepat digunakan yaitu *random effect model*. Tetapi, apabila probabilitas pada nilai *cross section random* $\leq 0,05$ maka digunakan *fixed effect model*. Hasil uji hausman memiliki nilai probabilitas pada *cross section random* sebesar $0,4253 \geq 0,05$ sehingga model yang paling tepat digunakan yaitu *random effect model*.

Uji Lagrange Multiplier (*Common*

***Effect Model vs Random Effect Model*)**

Uji lagrange multiplier merupakan uji yang digunakan untuk menentukan apakah *common effect model* lebih baik daripada *random effect model* dalam uji lagrange multiplier. Pengambilan kesimpulan dalam uji lagrange multiplier yaitu apabila nilai *cross section breusch-pagan* $> 0,05$ maka model yang paling tepat untuk digunakan yaitu *common effect model*. Sedangkan apabila nilai *cross section breusch-pagan* $\leq 0,05$ maka model yang paling tepat untuk digunakan yaitu *random effect model*. Hasil uji lagrange multiplier memiliki nilai *cross section breusch-pagan* sebesar $0,0000 \leq 0,05$ sehingga model yang paling tepat digunakan yaitu *random effect model*.

Hasil pengujian dalam pemilihan model regresi data panel sebelumnya memiliki tujuan untuk memperkuat kesimpulan metode estimasi regresi data panel yang akan dipakai. Dapat ditarik kesimpulan bahwa model yang tepat digunakan untuk melakukan analisis data lebih lanjut dalam penelitian ini yaitu menggunakan *random effect model*.

Uji Hipotesis

Dasar pengambilan kesimpulan

berdasarkan nilai probabilitas yaitu jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Sebaliknya jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hasil koefisiensi tidak signifikan secara parsial antara satu variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, maka persamaan regresi data panel dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 0,865613 + 0,019682 X_1 - 0,007155 X_2 + 0,002251 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi data panel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta sebesar 0,865613 menunjukkan bahwa *internet financial reporting* dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. Pada hasil statistik uji t, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai probabilitas sebesar $0,1427 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa **H₁ ditolak**.

Pada hasil statistik uji t, variabel profitabilitas memiliki nilai probabilitas sebesar $0,3925 > 0,05$. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa **H₂ ditolak**.

Pada hasil statistik uji t, variabel *leverage* memiliki nilai probabilitas sebesar $0,3582 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa **H₃ ditolak**.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Internet Financial Reporting*

Pada hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting* atau menunjukkan bahwa H₁ ditolak. Hal tersebut bertolak belakang dengan hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya. Sehingga, besar atau kecilnya tingkat ukuran perusahaan tidak mempengaruhi baik atau buruknya pengungkapan laporan keuangan melalui internet. Kemajuan teknologi yang terus berkembang serta media informasi yang semakin mudah diakses membuat ukuran perusahaan yang kecil dapat memberikan keunggulan bersaing dengan ukuran

perusahaan yang besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Oktaviani, Andrianti, dan Larasati (2020), Mayasari, Verawaty, dan Jaya (2014) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap internet financial reporting. Sebaliknya, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Budianto (2018), Afrianda (2017), Hestiani dan Filianti (2021), dan Meinawati, Suhendro, dan Masitoh (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Internet Financial Reporting*

Pada hasil hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Dengan demikian, besar atau kecilnya profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan tidak mempengaruhi baik atau buruknya *internet financial reporting*. Capaian profitabilitas yang kecil membuat suatu perusahaan tidak mudah untuk mengungkapkan *internet financial reporting* kepada pihak eksternal. Tingkat profitabilitas perusahaan yang kecil

menjadi salah satu faktor perusahaan dalam melakukan tindakan penghindaran pajak (Dewinta & Setiawan, 2016).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ilmawati dan Indrasari (2018), Diatmika dan Yadnyana (2017), Lestari dan Chairiri (2007) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ayunungtias dan Khairunnisa (2019), Saputra, Masitoh, dan Samrotun (2021), Dewi dan Suryono (2019); dan Kurniawati (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*.

Pengaruh Leverage Terhadap *Internet Financial Reporting*

Pada hasil hipotesis menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap internet financial reporting. Dengan demikian besar atau kecilnya leverage yang dimiliki oleh suatu perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *internet financial reporting*. Suatu perusahaan akan tetap mengungkapkan laporan keuangan

melalui internet sebagai salah satu strategi perusahaan dalam mencari pendanaan dari kreditur dan investor untuk kegiatan operasional perusahaan. Selain itu, perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang tinggi dapat mengurangi pajak yang akan ditanggung oleh pihak perusahaan (Brigham dan Gapenski, 2000 dalam Lestari dan Rahmawati, 2009).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Khairunisa, Yudowati, dan Majidah (2019), dan Almilialia (2008) yang menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Oktavia dan Laila (2021), Andriani dan Mudjiyanti (2017), Sari, Ernawati, dan Rizal (2019); yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa besar atau kecil ukuran perusahaan tidak mempengaruhi *internet financial reporting*.

Variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya profit yang dimiliki oleh suatu perusahaan tidak mempengaruhi *internet financial reporting*. Serta variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap *internet financial reporting*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya *leverage* atau tingkat hutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan tidak mempengaruhi *internet financial reporting*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, dikarenakan hasil yang didapatkan tidak berpengaruh dari variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap *internet financial reporting*, pada sector perdagangan, jasa, dan investasi. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menggunakan objek penelitian pada sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode penelitian atau menambah

variabel independen lain pada rasio solvabilitas seperti *debt to asset ratio* dan juga menambahkan variabel lain pada rasio profitabilitas seperti *return on equity*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. (2019). *Kajian Kinerja Profitabilitas Bank Pada Perspektif Bank Umum Berdasarkan Kegiatan Usaha*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Akbarina, F. (2018). *Pengantar Bisnis*. Malang: POLINEMA PRESS.
- Almilia, L. S. (2008). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela "Internet Financial and Sustainability Reporting".
- Andriyani, R., & Mudjiyanti, R. (2017). Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Leverage, Jumlah Dewan Komisaris, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan Internet Financial Reporting (IFR) di Bursa Efek Indonesia.
- Arifianti, S. A., & Africa, L. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Internet Financial Reporting Pada Perusahaan High Profile.
- Artistiana, N. R. (2019). *Bisnis Patiseri yang Menggiurkan*. Penerbit Duta.
- Ayuningtyas, D., & Khairunnisa. (2019). Faktor-Faktor yang Menentukan Penerapan Internet Financial Reporting (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017).
- Budianto. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Reputasi Auditor dan Market Activity Terhadap Internet Financial Reporting Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Deegan, C. M. (2016). *Financial Accounting, 8 Edition*. McGraw-Hill Education Australia.
- Dewi, A. E., & Suryono, B. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Blockholder Terhadap Internet Financial Reporting.
- Dewinta, I. A., & Setiawan, P. E. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance . *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Diatmika, I. P., & Yadnyana, I. K. (2017). Pengungkapan Pelaporan Keuangan Melalui Website dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. ISBN, UNDIP Semarang.
- Halida, U. M. (2020). *Teori Pengantar Bisnis*. Duta Media Publishing.

- Hasanah, N., Muhtar, D., & Muliastuti, I. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hestiani, N., & Filianti, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Internet Financial Reporting* Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Ilham, R. N., Fachrudin, K. A., & Khaddafi, M. (2020). *Manajemen Investasi (Legal Investment Versus Fake Investment)*. Sukabumi, Jawa Barat: CV Jejak, Anggota IKAPI.
- Imawati, Y., & Indrasari, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Internet Financial Reporting* di Indonesia dan Malaysia (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia Tahun 2014-2016).
- Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2018). *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Malang: UB Press.
- Keputusan Ketua Bapepam dan LK No: kep-347/BL/2012 Tentang Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik.
- Khairunisa, S., Yudowati, S. P., & Majidah. (2019). Pengaruh Tingkat Profitabilitas, *Leverage* Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pelaporan Keuangan di Internet.
- Kurniawati, Y. (2018). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada *Internet Financial Reporting (IFR)* Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Surabaya (BES).
- Lestari, H. S., & Chariri, A. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui *Internet (Internet Financial Reporting)* Dalam Website Perusahaan.
- Lestari, H. S., & Rahmawati. (2009). Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas Pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
- Mayasari, K., Verawaty, & Jaya, A. K. (2014). Determinan Aksesibilitas *Internet Financial Reporting* Pada Website Perusahaan Manufaktur Go Public di Indonesia.
- Meinawati, T., Suhendro, & Masitoh, E. (2020). Analisis Determinan Pengungkapan *Internet Financial Reporting* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Oktavia, R. D., & Laila, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan

- Internet Financial Reporting Pada Bank Umum Syariah di Indonesia.
- Oktaviani, A. D., Andriati, H. N., & Larasati, R. (2020). Analisis Pengungkapan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Internet Financial Reporting (IFR) Sebagai Voluntary Disclosure Pada Tahun 2014-2018.
- Paranita, E. S. (2020). *Hedging Berbasis Valuta Asing*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 8/POJK.04/2015 Bab I Pasal 1 Ayat (2) Tentang Situs Web Emiten atau Perusahaan Publik.
- Rahmawati. (2020). *Corporate Social Responsibility Berbasis Kearifan Lokal: Perspektif Keadatan Luwu*. Malang: Penerbit Peneleh.
- Saputra, A. C., Masitoh, E., & Samrotun, Y. C. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Internet Financial Reporting (IFR) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI 2015- 2019.
- Sari, D. A., Ernawati, E., & Rizal, N. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Internet Financial Reporting Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2014-2017.
- Soegoto, E. S. (2017). *Tren Kepemimpinan Kewirausahaan dan Manajemen Inovatif di Era Bisnis Modern*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Suharto, F. T. (2012). *Mengungkap Rahasia Forex*. Jakarta: PT. Elec Media Komputindo.
- Ulum, I. (2017). *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan & Kinerja Organisasi*. Malang: UMM Press.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. . Jawa Timur: Myria Publisher.
- Widari, P. P., Saifi, M., & Nurlaily, F. (2018). Analisis Internet Financial Reporting (IFR). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Zadeh, F. N., Salehi, M., & Shabestari, H. (2018). The relationship between corporate governance mechanisms and internet financial reporting in Iran.