

BAB II

LANDASAN TEORI

II.1. Pelaporan Keuangan

II.1.1. Pengertian Pelaporan Keuangan

Setiap perusahaan mendesain sistem akuntansinya untuk dapat menghasilkan informasi, baik yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pihak ekstern maupun pihak intern. Penyajian informasi akuntansi untuk memenuhi kebutuhan pihak ekstern biasanya lebih ringkas apabila dibandingkan dengan informasi akuntansi untuk memenuhi kebutuhan pihak intern. (Harnanto, 2002: 4)

Sementara pelaporan keuangan kepada pihak intern disesuaikan dengan kebutuhan manajemen, pelaporan keuangan kepada pihak ekstern diatur atau mengacu pada standar akuntansi keuangan yang ditetapkan organisasi profesi akuntansi. (Harnanto, 2002: 4)

Pelaporan keuangan mencakup tidak hanya laporan keuangan, tetapi juga media-media lain yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan informasi baik yang secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses akuntansi. . (Harnanto, 2002: 5)

Pelaporan keuangan menyediakan sebagian besar, namun tidak semua informasi yang dibutuhkan oleh pihak eksternal perusahaan untuk membuat keputusan investasi, keputusan kredit dan keputusan-keputusan ekonomik sejenis. (Harnanto, 2002: 5)

II.1.2. Tujuan Pelaporan Keuangan

Menurut FASB, pelaporan keuangan harus mencakup tiga komponen, yaitu: (Harnanto, 2002: 17)

1. Tujuan umum, yaitu menyediakan informasi yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan
2. Tujuan pokok, yaitu menyediakan informasi:
 - Untuk menilai prospek arus kas
 - Tentang kondisi finansial perusahaan
 - Tentang kinerja dan laba yang dihasilkan oleh perusahaan
 - Bagaimana perusahaan memperoleh dan menggunakan dana
3. Tujuan lain, yaitu menyediakan informasi:
 - Yang memungkinkan manajemen untuk dapat membuat keputusan dan kebijakan menyangkut masa depan perusahaan
 - Yang memungkinkan para pemilik untuk menilai kinerja manajemen
 - Berupa penjelasan dan interpretasi yang dapat membantu para pemakai dalam memahami informasi yang disajikan.

Tujuan pelaporan keuangan lebih ditekankan pada upaya untuk memenuhi kebutuhan informasi dari para pemodal dan kreditur, sebagai pihak-pihak ekstern yang dianggap paling dominan, karena dengan memenuhi kebutuhan informasi mereka, maka kebutuhan

informasi akuntansi dari pihak ekstern yang lain akan secara otomatis dapat terpenuhi.

II.2. Laporan Keuangan

Pemakai laporan keuangan terdiri dari berbagai macam pihak, yang masing-masing mempunyai kebutuhan yang berbeda. Perbedaan kepentingan tersebut mengakibatkan timbulnya suatu masalah mengenai penyajian laporan keuangan oleh akuntan. Masalah yang timbul tersebut berupa pertanyaan mengenai laporan keuangan yang harus disajikan oleh akuntan, apakah laporan tersebut harus didesain secara spesifik untuk memenuhi kebutuhan masing-masing pengguna ataukah akuntan harus menyajikan hanya satu set laporan keuangan yang dipandang umum yang dipandang layak untuk memenuhi kebutuhan dari sebagian besar pemakai informasi akuntansi.

Dewasa ini akuntansi keuangan mengutamakan penyajian laporan keuangan yang bersifat umum karena: (Harnanto, 2002: 5)

1. Akuntan percaya bahwa banyak pemakai informasi membutuhkan informasi yang sama.
2. Dari sudut pandang manfaat dan biaya, laporan keuangan yang bersifat umum lebih menguntungkan.

Dalam konteks laporan keuangan yang bersifat umum, akuntan berusaha untuk menyajikan informasi yang dapat dipahami oleh mereka yang memiliki cukup pengetahuan di bidang bisnis dan aktivitas

ekonomiknya dan secara tekun mau mempelajari atau mendalami informasi terkait. (Harnanto, 2002: 5)

II.2.1. Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Seperti yang telah dikatakan diatas, hasil akhir dari proses akuntansi adalah berupa satu set laporan keuangan yang bersifat umum. laporan-laporan keuangan sebagai bagian pokok dari pelaporan keuangan tersebut meliputi:

1. Neraca

Neraca merupakan suatu ikhtisar tentang posisi atau keadaan keuangan perusahaan pada tanggal atau saat tertentu. (Harnanto, 2002:5)

Neraca seringkali disebut dengan laporan posisi keuangan. Para pemodal, kreditur dan para pemakai laporan keuangan lainnya menganalisis neraca suatu perusahaan untuk mengevaluasi faktor-faktor: (Harnanto, 2002:118)

- Likuiditas, yang menunjukkan seberapa cepat aktiva perusahaan dapat diubah bentuknya menjadi kas
- Struktur permodalan, yang menunjukkan seberapa besar aktiva yang diperoleh dari pinjaman atau utang dan seberapa besar diperoleh dari pemilik atau ekuitas.
- Fleksibilitas finansial yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan sumber-sumber keuangan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan.

Elemen-elemen yang terdapat dalam neraca meliputi:
(Harnanto, 2002:118)

- Aktiva. Aktiva merupakan kemungkinan manfaat ekonomi di masa mendatang yang didapat atau dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari transaksi atau kejadian di masa lalu.
- Kewajiban. Kewajiban merupakan kemungkinan pengorbanan manfaat ekonomi dari kewajiban sekarang yang sudah ada, untuk menyerahkan barang atau menyediakan jasa kepada pihak lain di masa yang akan datang sebagai akibat dari transaksi atau kejadian di masa lalu.
- Ekuitas. Ekuitas merupakan sisa hak atas aktiva perusahaan setelah dikurangi dengan kewajiban-kewajibannya.

2. Laporan Laba-Rugi

Laporan laba-rugi menunjukkan hasil usaha dari suatu perusahaan dalam jangka waktu atau periode akuntansi tertentu. Laporan laba-rugi mengikhtisarkan operasi perusahaan dan menggambarkan hasil yang diperoleh dari aktivitas pengadaan barang atau produksi dan penjualannya. (Harnanto, 2002:90)

Komponen pokok laporan laba rugi mencakup: (Harnanto, 2002:92)

- **Pendapatan.** Pendapatan merupakan aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu perusahaan atau penurunan kewajiban (atau keduanya) yang terjadi dalam suatu periode akuntansi, yang berasal dari aktivitas produksi dan penjualan barang, penyerahan jasa dan aktivitas lain yang merupakan usaha pokok perusahaan.
- **Beban.** Beban merupakan aliran keluar atau penurunan aktiva suatu perusahaan atau kenaikan kewajiban (atau keduanya) yang terjadi dalam suatu periode akuntansi, yang berasal dari aktivitas produksi dan penjualan barang, penyerahan jasa dan aktivitas lain yang merupakan usaha pokok perusahaan.
- **Untung atau rugi.** Keuntungan adalah kenaikan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari peripheral atau transaksi insidental yang terjadi pada suatu perusahaan, dan semua transaksi dan kejadian yang mempengaruhi perusahaan dalam suatu periode akuntansi, selain yang berasal dari pendapatan atau investasi oleh pemilik. Kerugian adalah penurunan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari peripheral atau transaksi insidental yang terjadi pada suatu perusahaan, dan semua transaksi dan kejadian yang mempengaruhi perusahaan dalam suatu periode akuntansi, selain yang berasal dari beban atau distribusi kepada pemilik.

Laporan laba-rugi bermanfaat digunakan untuk: (Harnanto, 2002:90)

- Memprediksi arus kas. Informasi tentang laba yang dihasilkan oleh perusahaan di masa lalu dan komponen-komponen yang membentuk laba tersebut akan sangat membantu para pemodal dan kreditur dalam membuat prediksi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, dan dalam mengevaluasi secara lebih baik tentang peluang mereka untuk bisa memperoleh kembali pembayaran atas investasi dan pinjamannya kepada perusahaan.
- Mengevaluasi kinerja manajemen. Para pemakai laporan keuangan memperlakukan laporan laba-rugi sebagai suatu indikasi tentang keberhasilan manajemen. Para pemodal atau pemegang saham pada khususnya, berkepentingan untuk memberikan insentif kepada manajemen yang dianggap sukses dan mengganti mereka yang dianggap gagal dalam memanfaatkan sumber-sumber yang pengelolaannya dipercayakan kepada mereka.

3. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas merupakan merupakan laporan keuangan yang menyajikan informasi tentang penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan dalam suatu periode akuntansi. Tujuan pokok disajikannya laporan arus kas adalah untuk memberikan informasi tentang penerimaan dan pengeluaran

kas perusahaan dalam suatu periode akuntansi. (Harnanto, 2002:129)

Informasi tentang arus kas akan membantu para pemodal dan kreditur untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas bersih yang positif dan memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjangnya, termasuk pemakai laporan keuangan untuk mengetahui alasan-alasan tentang perbedaan antara laba bersih atau laba akuntansi dengan laba tunainya. Laporan arus kas juga membantu para pemakai laporan keuangan untuk menentukan efek dari transaksi-transaksi cash dan noncash investing serta pendanaannya terhadap posisi keuangan perusahaan. (Harnanto, 2002:130)

Kegunaan laporan arus kas menjadi semakin nyata apabila pemakai laporan keuangan ingin mengetahui tingkat kesehatan perusahaan dan profitabilitasnya. Informasi yang terdapat dalam laporan arus kas juga bermanfaat untuk kinerja perusahaan relatif dalam perbandingannya dengan kinerjanya dalam tahun-tahun sebelumnya, atau relatif dalam perbandingannya dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. (Harnanto, 2002:130)

Di dalam laporan arus kas, penerimaan dan pengeluaran kas harus diklasifikasikan ke dalam tiga kategori menurut sumber

dan atau penggunaannya terkait dengan aktivitas perusahaan yang meliputi: (Harnanto, 2002:130-132)

- Aktivitas operasi. Termasuk dalam kategori aktivitas operasi adalah transaksi dan peristiwa atau kejadian yang efeknya ikut dipertimbangkan dalam penentuan laba rugi operasi
- Aktivitas investasi. Transaksi dan peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan sekuritas selain yang memenuhi kriteria sebagai setara kas, tanah, bangunan, ekuipmen dan aktiva lain yang tujuan kepemilikannya tidak untuk dijual kembali dan penerimaan kembali sebagian atau seluruh pokok pinjaman yang diberikan kepada pihak lain diklasifikasikan sebagai arus kas yang berasal dari aktivitas investasi. Aktivitas investasi tersebut berlangsung secara teratur dan menghasilkan atau mengakibatkan terjadinya penerimaan dan pengeluaran kas.
- Aktivitas pendanaan. Transaksi dan peristiwa yang berakibat terjadinya penerimaan kas dari atau pengeluaran kas kepada para pemilik atau pemegang saham disebut pendanaan ekuitas, sedang transaksi dan peristiwa yang berakibat terjadinya penerimaan kas dari atau pengeluaran kas kepada para kreditur disebut pendanaan utang.

4. Laporan Perubahan Ekuitas

Meskipun tidak terjadi secara rutin dalam setiap tahun bukunya, kadang-kadang perusahaan mengalami perubahan pula pada hak-hak pemegang sahamnya atau rekening-rekening ekuitasnya selain laba ditahan. Perubahan pada hak-hak pemegang saham selain laba ditahan tersebut bisa terjadi sebagai akibat adanya transaksi-transaksi modal berupa: (Harnanto, 2002:113)

1. Penerbitan dan penjualan atau emisi saham baru
2. Pembelian dan penjualan kembali saham treasury
3. Pengkonversian sekuritas utang dan saham preferen dengan sekuritas saham biasa
4. Kuasi reorganisasi

Pada umumnya, perusahaan mengungkapkan perubahan-perubahan yang terjadi pada hak-hak pemegang saham dalam suatu laporan keuangan tersendiri berupa laporan perubahan ekuitas yang mengikhtisarkan semua faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan pada hak-hak pemegang saham, termasuk laba ditahan

5. Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan merupakan media yang digunakan untuk mengungkapkan informasi yang tidak memenuhi kriteria untuk disajikan dalam batang tubuh laporan keuangan pokok, tanpa mengurangi *understandability* dari dari

laporan keuangan pokok itu sendiri. Catatan atas laporan keuangan harus dipandang sebagai bagian integral dan oleh sebab itu harus disajikan dan dibaca sebagaimana mestinya. Catatan atas laporan keuangan harus cukup ringkas, lengkap dan mudah dipahami oleh para pemakai laporan

II.2.2. Karakteristik Laporan Keuangan

Beberapa karakteristik penting yang dimiliki oleh laporan keuangan pokok, antar lain: (Harnanto, 2002:90)

- Masing-masing merupakan suatu *subset*. Walaupun hanya sebagai *subset*, namun keseluruhan informasi tersebut dibutuhkan oleh para pemakai untuk membuat keputusan investasi, keputusan kredit dan keputusan sejenis yang lain
- Pada dasarnya bersifat historis
- Merupakan suatu ikhtisar atau informasi yang sudah diringkas
- Memuat banyak unsur taksiran atau estimasi
- Merupakan laporan-laporan yang bersifat umum, yang didesain untuk memenuhi kebutuhan dari banyak pihak yang berbeda.
- Saling berhubungan satu sama lain.

II.3. Pengungkapan (*Disclosure*)

II.3.1. Pengertian Pengungkapan

Salah satu tujuan pelaporan keuangan adalah untuk memberikan informasi guna pengambilan keputusan. Untuk mencapai hal ini diperlukan suatu pengungkapan yang layak

mengenai mengenai data keuangan dan informasi-informasi lainnya yang relevan.

Secara umum, pengungkapan (*disclosure*) merupakan penyajian informasi keuangan perusahaan dalam pelaporan keuangan. Dalam hal ini, informasi yang diungkap dapat berupa informasi kuantitatif dan informasi nonkuantitatif.

Pengungkapan dalam pelaporan keuangan merupakan penyajian informasi untuk operasi optimal pasar modal yang efisien. Secara tidak langsung, ini berarti bahwa informasi yang memadai harus disajikan untuk memungkinkan dilakukannya prediksi mengenai tren dividen di masa yang akan datang dan variabilitas serta kovariabilitas hasil pengembalian di masa depan. Tekanannya harus diarahkan pada preferensi-preferensi para investor yang canggih dan para analis keuangan. Tetapi, semua investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi risiko relatif masing-masing perusahaan. Para kreditur dan instansi pemerintah pada umumnya memiliki kemampuan untuk meminta informasi tambahan yang mereka butuhkan. (Hendriksen, 1997: 204)

II.3.2. Konsep Pengungkapan

Tiga konsep pengungkapan yang pada umumnya diusulkan antara lain: (Hendriksen, 1997: 204)

1. Adequate disclosure

Merupakan pengungkapan yang cukup. Hal ini menyiratkan syarat minimum yang harus disajikan untuk memenuhi syarat agar laporan keuangan tidak menyesatkan.

2. *Fair disclosure*

Pengungkapan yang wajar ini secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama bagi semua pengguna informasi.

3. *Full disclosure*

Pengungkapan yang lengkap ini merupakan penyajian semua informasi yang relevan. Namun bagi beberapa pihak, pengungkapan informasi yang lengkap ini diartikan sebagai penyajian informasi yang berlebihan dan karena itu tidak dapat dikatakan layak. Terlalu banyak informasi akan membahayakan karena penyajian rincian yang tidak penting justru akan mengaburkan informasi yang signifikan dan membuat laporan keuangan tersebut menjadi sulit ditafsirkan

Studi empiris dan review literatur telah membuktikan bahwa perusahaan sebenarnya enggan untuk memperluas pengungkapan keuangan tanpa tekanan dari profesi akuntansi atau pemerintah. Akan tetapi pengungkapan merupakan hal yang vital bagi pengambilan keputusan optimal para investor dan untuk pasar modal yang stabil. Pengungkapan informasi yang relevan cenderung untuk mencegah kejutan yang mungkin dapat mengubah secara total masa depan perusahaan yang bersangkutan. Tetapi

jumlah data yang diungkapkan tidak dapat ditetapkan tanpa informasi lain yang menyangkut model-model keputusan para investor. Akan tetapi, pada saat ini tidak mungkin informasi yang terlalu banyak akan disajikan untuk dipergunakan oleh para analis keuangan.

Watt dan Zimmerman (1978) menyatakan bahwa perusahaan harus meningkatkan pengungkapan sukarela untuk menghindari tuntutan pengaturan dari pemerintah dan stakeholders. Lev (1992) menyatakan bahwa tanpa pengungkapan secara aktif oleh perusahaan, kebenaran tidak akan pernah nampak, kesenjangan informasi permanen tetap ada antara *insiders* dan *outsiders*. (Suripto, 2005)

Argumen-argumen yang pada dasarnya digunakan oleh perusahaan untuk menambah jumlah data keuangan yang diungkapkan, antara lain: (Hendriksen, 1997: 204-205)

1. Pengungkapan akan membantu para pesaing dan merugikan para pemegang saham. Argumen ini sebenarnya kurang kuat, karena para pesaing biasanya akan mencari informasi dari sumber lain.
2. Serikat buruh akan memperoleh keuntungan dalam tawar menawar tingkat upah dan gaji. Sebenarnya hal ini justru akan menyehatkan perundingan antara pihak manajemen dengan serikat buruh.

3. Seringkali dinyatakan bahwa para investor tidak dapat memahami prosedur dan kebijakan akuntansi dan bahwa pengungkapan yang lengkap justru akan menyesatkan daripada memberi penjelasan.
4. Seringkali sumber informasi keuangan lainnya bisa menyediakan informasi dengan biaya yang lebih rendah daripada disajikan oleh perusahaan dalam laporan keuangannya.
5. Kurangnya pengetahuan mengenai kebutuhan para investor.

II.4. Internet

II.4.1. Definisi Internet

Beberapa definisi mengenai internet:

- Internet adalah suatu jaringan internasional dari berbagai jaringan yang menghubungkan puluhan juta penduduk pada lebih dari 100 negara sehingga merupakan lalu lintas informasi yang luar biasa di bumi. (Widjajanto, 2001: 180)
- Internet merupakan suatu sistem jaringan raksasa yang melayani jutaan komputer dengan menawarkan informasi pada bisnis, ilmu pengetahuan, dan pemerintah serta memberikan alur komunikasi untuk lebih dari 170.000 jaringan terpisah di seluruh dunia. (Griffin dan Ebert, 2003: 563)

II.4.2. Fungsi dan Kemampuan Internet

Kemampuan yang menonjol dari internet adalah kemampuannya untuk menghubungkan berbagai pihak di berbagai lokasi di seluruh dunia. Fungsi dan kemampuan internet antara lain terletak pada aspek-aspek: (Widjajanto, 2001: 182-184)

- Kemampuan komunikasi

Kemampuan ini memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain di berbagai penjuru dunia. Fasilitas-fasilitas tersebut misalnya:

1. *Electronic mail (E-mail)*, merupakan fasilitas yang memberikan peluang kepada pengguna untuk mengirim pesan, sehingga dapat digunakan oleh para pengusaha di seluruh dunia untuk memperlancar bisnisnya, para peneliti untuk saling berdiskusi, berbagi pendapat ataupun mengirim dokumen-dokumen penelitian.
2. *Chatting*, fasilitas yang memungkinkan para pengguna mengobrol untuk membahas berbagai topik yang dapat dilakukan oleh berbagai pihak dimanapun berada.
3. *Usenet*, merupakan forum yang disediakan bagi pengguna untuk berbagi informasi dan pemikiran mengenai suatu topik melalui buletin elektronik. Melalui forum ini, pengguna dapat mengirim pesan mengenai suatu topik tertentu dan menerima tanggapan dari pihak lain.

- Kemampuan menyediakan informasi

Internet terhubung dengan ratusan katalog perpustakaan, sehingga penggunanya dapat meneliti ribuan *database* yang terbuka untuk umum melalui jaringan tersebut yang disediakan oleh perusahaan, pemerintah, ataupun organisasi nirlaba. Pengguna internet ini dapat mempergunakan informasi ini untuk berbagai keperluan bisnisnya, sehingga dapat mengetahui kondisi lingkungannya, termasuk pesaing dan perkembangan kepentingan para *stakeholders*.

- Mempermudah promosi

Kemampuan ini membuat internet dapat digunakan sebagai wahana penawaran dan pemasaran produk. Fungsi ini dilaksanakan oleh *World Wide Web (the Web)*. *The Web* adalah seperangkat standar untuk menyimpan, menarik, memformat dan menampilkan informasi dengan mempergunakan arsitektur *client-server*, *graphical user interface* dan bahasa hiperteks sehingga terhubung secara dinamis dengan dokumen lainnya. Dengan menggunakan hubungan tersebut, pengguna hanya perlu mengetahui kata kuncinya saja, kemudian mengklik kata kunci tersebut dan selanjutnya akan dikirim ke dokumen lain yang mungkin saja tersimpan di komputer lain yang bisa berada di belahan dunia manapun. Dengan menggunakan kemampuan ini, perusahaan dapat menampilkan iklan di internet sehingga bisa dibaca oleh setiap pengunjung jaringan tersebut.

Client-server adalah suatu sistem teknologi informasi yang terdiri dari klien (pengguna) yang secara elektronik menyambung untuk berbagi sumber daya jaringan yang disediakan oleh suatu *server*, dimana server ini memberikan jasa yang digunakan secara bersama-sama oleh pengguna *network*. (Griffin dan Ebert, 2003: 585) Sedangkan *graphical user interface* adalah suatu software yang menyediakan visual display yang user friendly yang membantu penggunanya memilih aplikasi yang paling memungkinkan di komputer. Biasanya monitor memperlihatkan sejumlah *icon* (*image* kecil) seperti pengolah kata, grafik, DOS. Pengguna memberitahu apa yang harus dilakukan oleh komputer dengan cara menggerakkan kursor di sekitar layar monitor untuk mengaktifkan *icon* yang diinginkan. (Griffin dan Ebert, 2003: 585)

Pihak yang ingin melakukan promosi melalui *the Web* harus membuat *homepage*, yaitu suatu layar tampilan teks dan grafik yang bersifat menyambut pengguna serta menjelaskan organisasi yang memiliki homepage tersebut. Biasanya suatu *homepage* akan mempersilakan pengguna untuk membuka halaman-halaman berikutnya yang tercakup dalam website yang bersangkutan. Untuk membantu kelancaran pengguna dalam mencari informasi, *the Web* menggunakan teknologi *hypermedia*. Teknologi tersebut menghubungkan informasi

yang sama atau terkait dalam satu dokumen, pada dokumen lain dalam satu komputer ataupun pada dokumen yang berada pada komputer lain di berbagai penjuru dunia selama komputer tersebut terhubung dengan internet dan hubungan hypermedia diprogramkan di dalamnya. Dengan teknologi tersebut, perusahaan bisa menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholders*.

Teknologi *hypermedia* yang khusus digunakan dalam the web disebut *hyperlink*. Kata-kata atau grafik yang terhubung dengan dokumen lain biasanya ditandai dengan huruf tebal, warna yang berbeda, bergaris bawah atau kombinasi dari keduanya. Dengan *hyperlink*, pengguna dapat bergerak lebih lincah antara satu dokumen ke dokumen lainnya atau antara satu jaringan dengan jaringan lainnya.

II.4.3. Manfaat Internet

Secara umum manfaat internet antara lain: (Widjajanto, 2001: 182-184)

- Menghemat biaya komunikasi

Sebelum ada teknologi internet, untuk membentuk sistem informasi terpadu, perusahaan harus membangun sistem jaringannya sendiri atau menggunakan jasa pos dan faksimili, sehingga untuk menciptakan kemampuan komunikasi yang efektif harus mengeluarkan biaya yang tinggi. Namun dengan

menggunakan internet, perusahaan terbebas dari biaya komunikasi yang tinggi.

- Meningkatkan kemampuan komunikasi dan koordinasi

Bagi perusahaan multinasional yang memiliki proyek, perwakilan, cabang atau anak perusahaan di berbagai negara, internet sangat besar perannya untuk meningkatkan koordinasi.

- Mempercepat penyebaran pengetahuan

Informasi sangat diperlukan dalam berbagai aktivitas perusahaan. Intinya adalah sebagai masukan dalam pembuatan keputusan. Internet menyediakan fasilitas untuk menarik informasi itu dari berbagai sumber data, sehingga dengan menggunakan fasilitas itu, perusahaan akan dapat memperoleh tambahan pengetahuan dengan mudah untuk meningkatkan kualitas keputusan yang dihasilkannya.

- Meningkatkan layanan kepada pelanggan

Perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan dengan jalan membuka komunikasi melalui internet. Perusahaan-perusahaan yang berskala global pada umumnya menyediakan situs yang dapat diakses oleh siapapun yang ingin memperoleh informasi mengenai karakteristik produk, sehingga berbagai pertanyaan dapat terjawab, keluhan dapat terselesaikan, dan penggunaan produk oleh pelanggan dapat menjadi lebih efektif.

- **Memperlancar promosi dan penjualan**

Dengan menggunakan internet, perusahaan dapat memasarkan dan menjual produknya secara ofensif seperti yang biasa terjadi di praktek pemasaran tradisional. Internet merupakan suatu instrumen pasif dimana pelanggan sendiri yang harus mengunjungi situs-situs yang dikehendakinya dan memilih produk-produk yang ditawarkan oleh situs tersebut.

II.5. Keunggulan Teknologi yang Dimiliki oleh *Web Site*

II.5.1. *Site Map dan Search Box*

Untuk mengetahui dan menemukan informasi dalam laporan cetakan, umumnya akan mudah apabila ada daftar isinya. Sama dengan laporan cetakan, terdapat beberapa cara yang disediakan oleh perusahaan untuk memudahkan pengunjung mengetahui isi *web site* dan menemukan informasi yang ada di dalamnya. *Site map dan search box* cara yang dapat disediakan oleh perusahaan untuk memudahkan pengunjung menemukan informasi di dalam *web site* perusahaan. (Suripto, 2005)

II.5.2. *Feedback*

Yang dimaksud dengan *feedback* adalah fasilitas yang memungkinkan para pengguna website untuk memberikan masukan kepada perusahaan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perbaikan untuk *web site* perusahaan tersebut secara umum.

II.5.3. *E-mail Alerts*

E-mail alerts merupakan teknologi “*push*” yang memungkinkan bagi investor memesan untuk dikirim informasi melalui *e-mail* apabila perusahaan memasukkan informasi yang baru ke dalam *web site* perusahaan. (Suripto, 2005)

II.5.4. *Webcasting*

Webcasting events melalui teknologi internet merupakan teknologi relatif baru yang memungkinkan para analis dan investor menyaksikan siaran langsung suatu peristiwa seperti *conference call* dimanapun lokasinya sepanjang mereka mempunyai koneksi ke internet. Ulangan terhadap peristiwa tersebut juga dapat disediakan bagi mereka yang tidak dapat melihat siaran langsung peristiwa tersebut. Pada awalnya, pemakaian *webcast* di USA, didorong oleh diberlakukannya regulasi “*Fair Disclosure*” pada bulan Oktober 2000. (Suripto, 2005). Dalam regulasi ini dinyatakan bahwa: (SEC, 2000 dalam Suripto, 2005)

”apabila penerbit atau pihak yang bertindak untuk kepentingannya, mengungkap informasi nonpublik material kepada pihak tertentu (pada umumnya profesional pasar modal dan pemegang sekuritas penerbit sehingga dapat memperdagangkan dengan baik sekuritas berdasarkan informasi tersebut), maka mereka harus mengungkap informasi tersebut kepada publik”

Melalui internet, informasi tersebut dapat mencapai publik dengan biaya yang wajar baik dari sisi penerbit maupun pemakai. Oleh karena itu, *webcast* merupakan teknik yang populer di USA untuk memenuhi peraturan tersebut.

II.6. *Internet Financial Reporting*

II.6.1. Definisi *Internet Financial Reporting*

Internet Financial Reporting atau pelaporan keuangan menggunakan internet didefinisikan sebagai distribusi informasi keuangan perusahaan menggunakan teknologi internet, misalnya *World Wide Web*. (Asbaugh *et al.*, 1999)

II.6.2. Manfaat *Internet Financial Reporting*

Manfaat pelaporan keuangan menggunakan internet diantaranya adalah sebagai berikut: (Suripto, 2005):

1. Meningkatkan efisiensi biaya, karena:
 - a. menurunkan biaya produksi dan distribusi yang berhubungan dengan laporan tahunan cetakan dan
 - b. menekan jumlah permintaan laporan keuangan yang bukan pemegang saham
 2. Memperbaiki akses pemakai terhadap informasi dengan:
 - a. fleksibilitas akses yang tidak berurutan terhadap informasi dengan menggunakan *hyperlink*
 - b. menyediakan informasi lebih banyak dibanding yang tersedia dalam laporan cetakan tahunan
 - c. menyediakan informasi *real-time*
 - d. menyediakan informasi dalam cara yang interaktif, dan
 - e. memperbaiki keteraksesan informasi yang akan mengakibatkan penyebaran informasi yang lebih adil
- (Fisher *et al.*, 2004)

Semakin banyak artikel-artikel yang dimuat dalam media-media bisnis (Gowthorpe dan Flynn, 1997; Wildstrom, 1997; Asbaugh et al., 1999; Marston, 2003; Khadaroo, 2005 dan lainnya) mencerminkan tumbuhnya kesadaran arti penting internet sebagai media komunikasi informasi keuangan. Proses hubungan investor dapat ditingkatkan, lebih transparan dan dan inklusif dengan media pelaporan internet (Marston, 2003). Sebagai contoh, rekaman presentasi analisis dapat ditayangkan dalam website perusahaan

II.6.3. Keunggulan *Internet Financial Reporting*

Beberapa keunggulan internet financial reporting, antara lain: (Suripto, 2005)

1. Adanya fasilitas yang yang memungkinkan pemakai untuk berinteraksi dengan perusahaan untuk bertanya atau memesan informasi tertentu dengan cara yang jauh lebih mudah dan murah dibanding mengirim surat atau menelepon ke perusahaan.
2. Dapat menyajikan informasi yang lebih terinci dibanding yang dimungkinkan oleh laporan tahunan tradisional. (Kaplan, 1996)
3. Pelaporan keuangan menggunakan internet memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan keuangan dengan mengungkap data keuangan yang tidak ringkas dan data keuangan tambahan (misalnya penjualan mingguan atau kuartalan dalam web site. (Ashbaugh et al., 1999)

4. Dapat menyediakan informasi terkini melalui pemeliharaan secara teratur terhadap website (FASB, 2000)
5. Penggunaan internet untuk penyajian laporan keuangan dapat meningkatkan relevansi informasi melalui peningkatan ketepatan waktu penyajian laporan keuangan. (Ashbaugh et al., 1999)

II.7. Informasi Akuntansi

II.7.1. Karakteristik Kualitatif Informasi Akuntansi

Karakteristik kualitatif informasi akuntansi adalah atribut-atribut menyangkut kualitas yang harus tercermin atau dimiliki agar informasi akuntansi yang disajikan di dalam pelaporan keuangan berguna atau bermanfaat untuk pengambilan keputusan oleh para pemakaiannya. (Harnanto, 2002:21)

Tujuan dari pernyataan ini adalah untuk menjelaskan dan menguraikan karakteristik informasi agar suatu informasi berguna dalam pembuatan keputusan. Karakteristik informasi yang membuat informasi menjadi komoditas yang menarik, memberi petunjuk kepada penyusun pelaporan keuangan untuk menentukan kebijakan akuntansi yang sesuai dari yang tidak. Karakteristik ini dapat disusun ke dalam suatu hirarki dengan fokus utama pada kegunaan informasi untuk membantu pembuatan keputusan (*decision-usefulness*). Hirarki yang menjelaskan mengenai karakteristik ini disebut dengan hirarki kualitas informasi akuntansi

Setiap pengambil keputusan akan memilih informasi yang diperlukan sesuai dengan keputusan yang akan diambil. Pemilihan informasi yang diperlukan dipengaruhi oleh faktor-faktor:

1. Jenis keputusan yang akan diambil
2. Metode pembuatan keputusan yang digunakan
3. Informasi lain yang telah dimiliki atau yang diperoleh dari sumber lain.
4. Kemampuan pengambil keputusan dalam membuat keputusan.

Karakteristik kualitatif informasi akuntansi meliputi: (Kieso, 2002: 44-47)

1. Karakteristik Pemakai

Pemakai yang berpengetahuan mungkin akan menemukan beberapa informasi yang tidak relevan karena mereka sudah mengetahuinya. Pemakai yang canggih yang canggih mungkin mendapati bahwa informasi yang kompleks lebih relevan daripada pemula. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa karakteristik pemakai adalah penentu kunci dalam memutuskan informasi apa yang diberikan karena intelektualitas atau dapat dimengertinya informasi yang tersedia tergantung pada karakteristik pemakai.

a. Kemampuan memahami (*understandability*)

Yang dimaksud dengan *understandability* adalah kualitas informasi yang memungkinkan pemakai merasakan signifikansi dari informasi tersebut. Jenis keputusan yang

dibuat oleh pengambil keputusan sangat bervariasi, begitu juga dengan metode pengambilan keputusan yang mereka gunakan, informasi yang telah mereka miliki atau dapatkan dari sumber-sumber lain dan kemampuan mereka untuk memproses informasi tersebut. Agar informasi dapat menjadi bermanfaat, maka harus ada kaitan antara pemakai informasi dengan keputusan yang mereka buat. Kaitan ini berupa *understandability* atau kemampuan untuk memahami informasi.

Pemakai yang berpengalaman mungkin akan menemukan beberapa informasi yang tidak relevan karena mereka sudah mengetahuinya. Pemakai yang canggih yang canggih mungkin mendapati bahwa informasi yang kompleks lebih relevan daripada pemula. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa karakteristik pemakai adalah penentu kunci dalam memutuskan informasi apa yang diberikan karena intelektualitas atau dapat dimengertinya informasi yang tersedia tergantung pada karakteristik pemakai.

2. Kualitas Primer Informasi Akuntansi

Relevansi dan reliabilitas merupakan dua kualitas primer yang membuat informasi akuntansi berguna untuk pengambilan keputusan. Seperti yang dinyatakan dalam SFAC No.2 : (Kieso, 2002:45)

" kualitas primer yang membedakan informasi yang "lebih baik" (lebih berguna) dari informasi yang "inferior" (kurang berguna) adalah relevansi dan reliabilitas, serta sejumlah karakteristik lainnya yang terdapat dalam dua kualitas tersebut."

a. Relevansi (*relevance*)

Agar relevan, suatu informasi akuntansi harus mampu membuat perbedaan dalam sebuah keputusan. Jika tidak mempengaruhi keputusan, maka informasi tersebut dikatakan tidak relevan terhadap keputusan yang diambil

Agar dapat dikatakan relevan, suatu informasi akuntansi harus memiliki: (Kieso, 2002:45)

1. Nilai prediktif

Suatu informasi dikatakan mempunyai nilai prediktif apabila informasi tersebut dapat membantu pemakai dalam membuat prediksi tentang hasil akhir dari kejadian masa lalu, masa kini dan masa depan

2. Nilai umpan balik

Suatu informasi dikatakan mempunyai nilai umpan balik apabila informasi tersebut dapat membantu pemakai menjustifikasi atau mengoreksi ekspektasi atau harapan masa lalu

3. Disajikan tepat waktu

Suatu informasi dikatakan disajikan pada waktu yang tepat apabila informasi tersedia bagi para pembuat keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan

kapasitasnya untuk mempengaruhi keputusan yang dibuat.

b. Reliabilitas (*reliability*)

Reliabilitas sangat diperlukan oleh para pembuat keputusan yang tidak memiliki waktu atau keahlian untuk mengevaluasi isi faktual dari informasi.

Agar dapat dikatakan relevan, suatu informasi akuntansi harus memiliki: (Kieso, 2002:45)

1. Daya uji

Suatu informasi dikatakan memiliki daya uji apabila para pengukur independen dengan menggunakan metode pengukuran yang sama mendapatkan hasil yang serupa.

2. Ketepatan penyajian

Suatu informasi dikatakan disajikan secara tepat apabila angka-angka dan penjelasan akuntansi dalam laporan keuangan sesuai dengan sumber daya atau kejadian yang diklaim oleh angka-angka serta penjelasan tersebut.

3. Netralitas

Netralitas informasi berarti bahwa informasi tidak dapat dipilih untuk kepentingan sekelompok pemakai tertentu. Informasi yang disajikan harus faktual, benar dan tidak bias.

3. Kualitas Sekunder Informasi Akuntansi

a. Komparabilitas (*comparability*)

Suatu informasi dikatakan memiliki komparabilitas apabila informasi tersebut dapat diperbandingkan dengan informasi yang serupa menyangkut perusahaan lain. Informasi dari berbagai perusahaan dapat diperbandingkan apabila telah diukur dan dilaporkan dengan cara yang sama.

b. Konsistensi (*consistency*)

Informasi dikatakan konsisten apabila dapat diperbandingkan dengan informasi yang serupa dari perusahaan yang sama pada waktu yang berbeda

II.7.2. Pemakai Informasi Akuntansi

Pemakai informasi dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu pemakai internal dan pemakai eksternal. Pembagian pemakai informasi ke dalam dua kelompok ini menyebabkan akuntansi terbagi ke dalam dua bidang spesialisasi, yaitu akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. (Harnanto, 2002:4)

Pihak internal perusahaan yang utama adalah manajemen, yang memerlukan informasi akuntansi untuk membantu mereka dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajerialnya, khususnya untuk perencanaan kegiatan dan pengendaliannya. Karena otoritas yang dimilikinya, manajemen bisa memperoleh informasi apapun yang mereka inginkan. Dalam menyajikan informasi kepada manajemen, akuntan tidak dibatasi oleh standar atau prinsip akuntansi yang

lazim. Sebaliknya akuntan dapat menyajikan informasi apapun yang dianggap bermanfaat bagi manajemen. disiplin akuntansi dengan tujuan pokok menyediakan informasi akuntansi untuk memenuhi kebutuhan pihak internal perusahaan disebut akuntansi manajemen. (Harnanto, 2002:3)

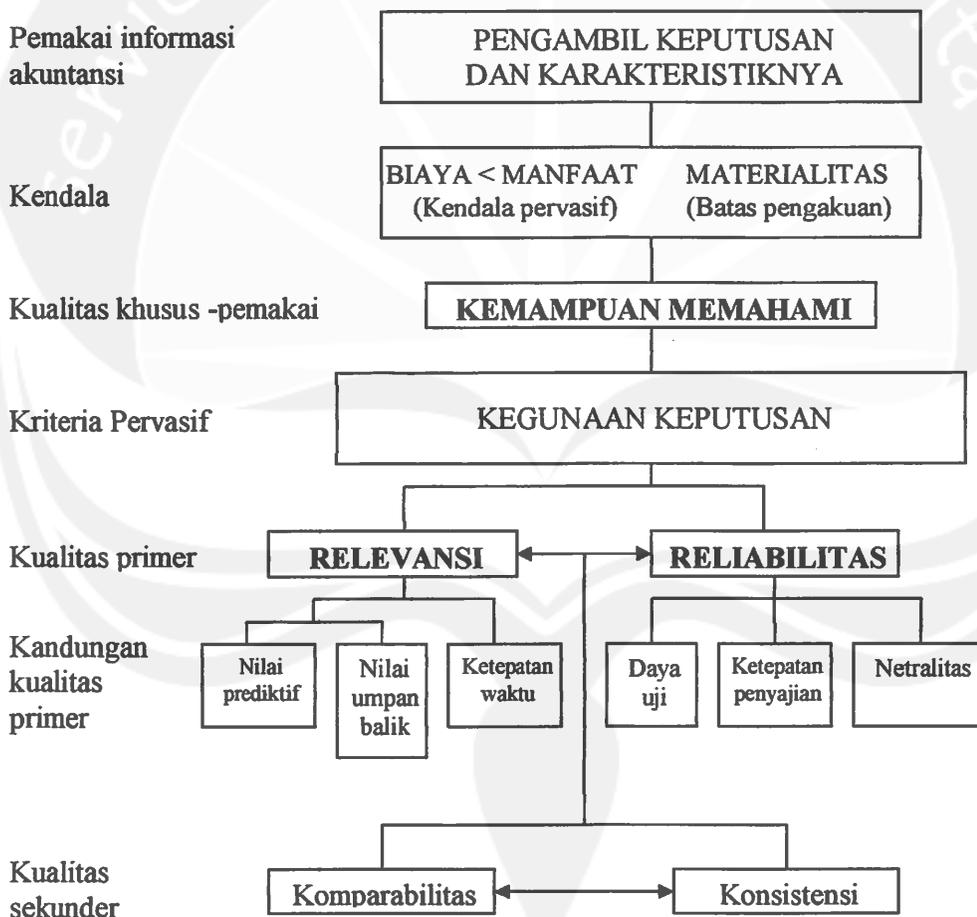
Pihak eksternal adalah para individu dan institusi di luar organisasi atau perusahaan yang mempunyai atau berniat untuk secara langsung atau tidak langsung mempunyai kepentingan di dalam perusahaan, yang meliputi para pemilik dan calon pemilik atau pemegang saham, kreditur, pemasok, karyawan, pelanggan, penyelenggara bursa efek, analis keuangan, instansi pemerintah, dan masyarakat pada umumnya. Dalam menyajikan informasi yang ditujukan kepada pihak eksternal, akuntan mengacu pada standar akuntansi yang ditetapkan oleh organisasi profesi, yaitu Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Penggunaan standar atau prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum dapat meningkatkan kepercayaan dan pemahaman oleh para pemakai, serta membantu mereka dalam membuat perbandingan atau komparasi antar perusahaan. Disiplin akuntansi yang tujuannya menyediakan informasi akuntansi untuk memenuhi kebutuhan pihak eksternal disebut akuntansi keuangan.

Para pemodal dan kreditur menyediakan sumber daya modal atau uang kepada perusahaan dan ingin tahu seberapa besar uang yang bisa mereka peroleh kembali serta kapan uang tersebut akan

diterima. Untuk menjawab kedua pertanyaan krusial tersebut, mereka menggunakan laporan keuangan untuk:

1. Memprediksi jumlah uang yang dapat diharapkan akan diperoleh
2. Mengukur atau memprediksi tingkat risiko terkait
3. Mengevaluasi profitabilitas dan solvabilitas perusahaan
4. Menilai prestasi atau kinerja manajemen

Hirarki Kualitas Informasi Akuntansi



Sumber : Kieso, Weygandt dan Warfield 2002: 45

Gambar 1.1.
Hirarki Kualitas Informasi Akuntansi

II.8. Corporate Governance

II.8.1. Definisi Corporate Governance

Beberapa definisi mengenai *corporate governance*: (Isgiyarta dan Tristiarini, 2005)

1. *Cadbury Committee: good corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan serta pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. Tujuan *good corporate governance* adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan.
2. *Malaysian High Level Finance Committee on Good Corporate Governance: good corporate governance* adalah sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis dan urusan-urusan perusahaan dalam rangka meningkatkan kemakmuran bisnis dan akuntabilitas perusahaan dengan tujuan utama mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan pihak-pihak lain.
3. Surat Keputusan Menteri Negara/ Kepala Badan Penanaman Modal dan Pembinaan BUMN No. 23/M-PM.PBUMN/2000 tentang Pengembangan Praktek *Good Corporate Governance*

dalam Perusahaan Perseroan (PERSERO): prinsip korporasi yang sehat dan perlu diterapkan dalam pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan semata-mata demi menjaga kepentingan perusahaan dalam rangka mencapai maksud dan tujuan perusahaan.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian dari *corporate governance* adalah seperangkat praturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. (Isgiyarta dan Tristiarini, 2005)

II.8.2. Prinsip *Corporate Governance*

Empat prinsip utama dalam *good corporate governance*, antara lain: (Isgiyarta dan Tristiarini, 2005)

1. Transparansi (*Transparency*)

Transparansi berhubungan dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Kepercayaan investor akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu dan dapat dibandingkan dengan indikator-indikator yang sama. Penyampaian informasi kepada publik secara terbuka, benar,

kredibel dan tepat waktu akan memudahkan untuk menilai kinerja dan resiko yang dihadapi perusahaan.

2. Kewajaran (*Fairness*)

Prinsip ini menekankan pada jaminan perlindungan hak-hak para pemegang saham, termasuk hak-hak pemegang saham minoritas dan para pemegang saham asing serta perlakuan yang setara terhadap semua investor. Praktek kewajaran ini juga mencakup adanya sistem hukum dan peraturan serta penegakannya yang jelas dan berlaku bagi semua pihak. Hal ini penting untuk melindungi kepentingan pemegang saham, khususnya pemegang saham minoritas dari praktek kecurangan dan *insider trading*.

3. Akuntabilitas (*Accountability*)

Akuntabilitas berhubungan dengan adanya sistem yang mengendalikan hubungan antara organ-organ yang ada di dalam perusahaan. Akuntabilitas diperlukan sebagai salah satu solusi mengatasi *agency problem* yang timbul antara pemegang saham dan direksi serta pengendaliannya oleh komisaris. Oleh karena itu, akuntabilitas dapat diterapkan dengan mendorong seluruh organ perusahaan menyadari tanggung jawab, wewenang dan hak kewajibannya.

4. Responsibilitas (*Responsibility*)

Responsibilitas menekankan pada adanya sistem yang jelas untuk mengatur mekanisme pertanggung jawaban perusahaan

kepada pemegang saham dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Hal tersebut untuk merealisasikan tujuan yang hendak dicapai dalam good corporate governance, yaitu mengakomodasi kepentingan pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan seperti masyarakat, pemerintah, asosiasi bisnis dan sebagainya.

II.9. Dewan Direksi dan Komite Audit

Dewan direksi, manajemen dan komite audit ini masing-masing memiliki tanggung jawab terhadap pemegang saham. Untuk memastikan bahwa mereka telah menjalankan tanggung jawabnya dengan baik, maka diperlukan adanya audit yang dilakukan oleh pihak yang independen, yaitu auditor independen.

Dewan direksi suatu perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan dioperasikan dengan cara terbaik untuk kepentingan para pemegang saham. (Boynton, Johnson dan Kell, 2002:58). Sedangkan pihak manajemen bertanggung jawab untuk menciptakan hal-hal yang membantu untuk menghasilkan laporan keuangan yang tepat, penetapan kebijakan akuntansi yang tepat, sistem estimasi yang lengkap dan efektif, perlindungan terhadap perusahaan, penyelenggaraan sistem pengendalian internal. Pendeknya, kewajaran penyajian laporan adalah tanggung jawab manajemen. (Sudibyo, 1987:55)

Hubungan auditor dengan para direksi sebagian besar tergantung pada komposisi dewan itu sendiri. Bila dewan terutama terdiri dari para pejabat

perusahaan, maka hubungan auditor, dewan dan manajemen pada dasarnya adalah satu dan sama. Namun apabila dewan terdiri dari sejumlah anggota yang berasal dari luar perusahaan, mungkin terdapat hubungan yang sedikit berbeda. Anggota-anggota yang berasal dari luar perusahaan bukanlah para pejabat atau pegawai perusahaan. Dalam hal ini, komite audit yang ditunjuk terutama yang anggotanya berasal dari luar dewan dapat bertindak sebagai penghubung antara auditor dan manajemen. Selama dekade yang lalu, terdapat kecenderungan meningkatnya penggunaan komite audit sebagai alat untuk memperkuat independensi auditor. Fungsi suatu komite audit yang secara langsung mempengaruhi independensi auditor adalah:
(Boynton, Johnson dan Kell, 2002:58)

- Mencalonkan kantor akuntan publik untuk melaksanakan audit tahunan
- Mendiskusikan lingkup audit dengan auditor
- Mengundang auditor secara langsung untuk mengkomunikasikan masalah-masalah besar yang dijumpai selama pelaksanaan audit.
- Mereview laporan keuangan dan laporan auditor bersama auditor pada saat penyelesaian penugasan.

II.10. Audit Atas Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang diterbitkan oleh suatu perusahaan perlu diaudit karena: (Boynton, Johnson, dan Kell, 2002:53)

1. **Pertentangan kepentingan (*conflict of interest*)**. Banyak pengguna laporan yang memberikan perhatian tentang adanya pertentangan

kepentingan aktual maupun potensial antara diri mereka sendiri dengan manajemen entitas. Kekhawatiran ini berkembang menjadi ketakutan bahwa laporan keuangan dengan data yang menyertainya telah disusun sedemikian rupa oleh manajemen sehingga menjadi bias untuk kepentingan manajemen. pertentangan kepentingan juga juga dapat terjadi di antara berbagai kelompok pengguna laporan keuangan seperti para kreditor dan pemegang saham. Oleh karena itu, para pengguna mencari keyakinan dari auditor independen bahwa informasi tersebut telah:

- Bebas dari bias untuk kepentingan manajemen
 - Netral untuk kepentingan berbagai kelompok pengguna
2. **Konsekuensi (*consequence*)**. Laporan keuangan yang diterbitkan menyajikan informasi yang penting, dan dalam beberapa kasus merupakan satu-satunya sumber informasi yang digunakan untuk membuat keputusan investasi yang signifikan, peminjaman, serta keputusan lainnya. Oleh karena itu para pengguna menginginkan laporan keuangan tersebut memuat sebanyak mungkin data yang relevan. Karena keputusan yang dibuat akan membawa konsekuensi ekonomi, sosial dan konsekuensi lain yang signifikan, maka para pengguna laporan akan melirik pada auditor independen untuk memperoleh keyakinan bahwa laporan keuangan telah disusun sesuai dengan GAAP, termasuk semua pengungkapan yang memadai
3. **Kompleksitas (*complexity*)**. Masalah akuntansi dan proses penyusunan laporan keuangan telah menjadi demikian kompleks.

Dengan meningkatnya tingkat kompleksitas, maka risiko salah interpretasi dan risiko timbulnya kesalahan yang tidak disengaja juga ikut meningkat. Karena para pengguna merasa semakin sulit, atau bahkan mustahil untuk mengevaluasi sendiri mutu laporan keuangan, maka mereka mengandalkan auditor independen untuk menilai mutu informasi yang dimuat dalam laporan keuangan.

4. **Keterpencilan (*remoteness*)**. Para pengguna laporan keuangan, bahkan pengguna yang paling pandai sekalipun menganggap tidak praktis lagi untuk mencari akses langsung pada catatan akuntansi utama guna melaksanakan sendiri verifikasi atas asersi laporan keuangan karena adanya faktor jarak, waktu, dan biaya. Daripada mempercayai mutu data keuangan begitu saja, sekali lagi, para pengguna lebih mengandalkan laporan auditor independen untuk memenuhi kebutuhannya.

II.11. Laporan Interim

Salah satu sumber informasi lainnya bagi investor adalah laporan interim. Laporan interim adalah laporan yang mencakup periode kurang dari setahun. (Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2002: 479-480). Laporan interim ini dapat disajikan secara kuartalan maupun semesteran.

Profesi akuntansi mengindikasikan bahwa prinsip akuntansi yang digunakan untuk laporan tahunan harus digunakan untuk laporan interim

II.12. Laporan Auditor

Laporan audit adalah media formal yang digunakan oleh auditor dalam mengkomunikasikan kepada pihak yang berkepentingan tentang kesimpulan atas laporan keuangan yang diaudit. Dalam menerbitkan laporan audit, auditor harus memenuhi empat standar pelaporan yang ditetapkan dalam standar auditing yang berlaku umum. (Boynton, Johnson dan Kell, 2002:73)

Empat standar pelaporan yang ditetapkan dalam standar auditing yang berlaku umum meliputi: (Boynton, Johnson dan Kell, 2002:62)

1. Laporan auditor harus menyatakan apakah laporan keuangan telah disajikan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum.
2. Laporan auditor harus menunjukkan keadaan dimana prinsip akuntansi tidak diterapkan secara konsisten dalam penyusunan laporan keuangan periode berjalan dibandingkan dengan prinsip akuntansi yang diterapkan pada periode sebelumnya.
3. Pengungkapan informatif dalam laporan keuangan harus dipandang memadai, kecuali dinyatakan lain dalam laporan auditor.
4. Laporan auditor harus memuat suatu pernyataan pendapat mengenai laporan keuangan secara menyeluruh, atau suatu asersi bahwa pernyataan demikian tidak dapat diberikan. Jika pendapat yang menyeluruh tidak dapat diberikan, maka alasannya harus dinyatakan. Dalam hal nama auditor dikaitkan dengan laporan keuangan, maka laporan auditor harus memuat petunjuk yang jelas mengenai sifat

pekerjaan auditor yang dilaksanakan, dan jika ada, tingkat tanggung jawab yang dipikulnya.

II.13. Laporan Pertanggung Jawaban Manajemen

Tanggung jawab manajemen adalah menyusun laporan keuangan, sedangkan tanggung jawab auditor adalah menyatakan pendapat atas laporan keuangan. Auditor menekankan pembagian tanggung jawab tersebut pada paragraf pendahuluan laporan standar auditor. (Boynton, Johnson dan Kell, 2002:79)

Namun demikian, auditor dapat saja membantu penyusunan laporan keuangan. Sebagai contoh, auditor dapat memberikan nasihat kepada manajemen tentang penerapan standar akuntansi yang baru atau berdasarkan temuan audit mengusulkan penyesuaian atas laporan keuangan klien. Walaupun demikian, penerimaan manajemen atas nasihat ini tidak mengubah pemisahan tanggung jawab yang mendasar. Pada akhirnya, manajemen jugalah yang bertanggung jawab atas semua keputusan berkenaan dengan bentuk dan isi laporan keuangan. (Boynton, Johnson dan Kell, 2002:79)

Untuk menyoroiti lebih jauh tentang pembagian tanggung jawab antara manajemen dan auditor independen, banyak perusahaan menyertakan laporan pertanggungjawaban manajemen dalam laporan tahunan kepada para pemegang saham. Laporan pertanggungjawaban manajemen ini biasanya juga mencantumkan komentar tentang pengendalian intern,

auditor internal serta akses auditor independen pada dean direksi dan komite audit.

II.14. Kebijakan Dividen

II.14.1. Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen atau keputusan dividen pada dasarnya adalah menentukan porsi keuntungan yang akan dibagikan kepada pemegang saham dan yang akan ditahan sebagai bagian dari laba ditahan (Levy dan Sarnat, 1990, dalam Wirjono, 2003)

II.14.2. Pertimbangan perusahaan dalam memutuskan kebijakan dividen

Beberapa pertimbangan yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan kebijakan dividen, antara lain: (Van Horn, 1986 dan Weston dan Copeland, 1991 dalam Wirjono, 2003)

1. Undang-undang tentang kebijakan dividen

Undang-undang tentang kebijakan dividen secara umum memberikan ketentuan yang mengatur bahwa pembayaran dividen harus berasal dari laba, baik laba tahun berjalan maupun laba tahun lalu yang ada pada akun laba ditahan di neraca. Hal lain adalah adanya larangan pembagian dividen dengan mengurangi modal, larangan ini merupakan isyarat untuk melindungi kepentingan pemberi modal.

2. Kebutuhan untuk pelunasan hutang

Apabila manajemen perusahaan memutuskan untuk melunasi utang yang jatuh tempo, maka perusahaan akan menahan laba dan tidak membagikan dividen kepada para pemegang saham

3. Likuiditas perusahaan

Posisi likuiditas perusahaan sangat mempengaruhi kebijakan dividen. Perusahaan yang sedang mengalami kesulitan likuiditas tidak dapat membayar dividen secara tunai, perusahaan yang sedang mengalami kepailitan tidak akan mungkin membagikan dividen

4. Posisi pemegang saham sebagai pembayar pajak

Posisi pemegang saham sebagai pemilik perusahaan mempengaruhi kebijakan pembagian dividen. Dalam perusahaan besar sering terjadi konflik kepentingan antara pemegang saham yang dibebani tarif pajak tinggi dan pemegang saham dengan tarif pajak rendah. Konflik ini menuntut perusahaan untuk menerapkan kebijakan dividen yang dapat menyelaraskan dua kepentingan golongan tersebut.

5. Tingkat ekspansi aktiva

Posisi perusahaan yang mengalami pertumbuhan akan semakin membutuhkan dana besar untuk membiayai ekspansi aktiva. Apabila kebutuhan dana masa yang akan

datang semakin besar, perusahaan akan melakukan penahanan laba daripada membayar dividen

6. Stabilitas laba

Stabilitas laba perusahaan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pembayaran dividen kepada pemegang saham, dimana perusahaan yang stabil dan mampu memprediksi laba tahun mendatang berani mengumumkan tingkat dividen yang tinggi atau stabil., namun tidak demikian dengan perusahaan yang berfluktuasi yang memiliki kecenderungan untuk menahan laba daripada membayarkannya sebagai dividen.

7. Akses ke pasar modal

Perusahaan yang memiliki kinerja baik akan memiliki akses yang mudah ke pasar modal. Perusahaan yang mapan cenderung memberikan dividen yang tinggi dibandingkan perusahaan kecil atau baru.

8. Kendali perusahaan

Kendali perusahaan dapat dipengaruhi oleh sumber-sumber pembiayaan alternatif lain yang memiliki risikonya masing-masing.

9. Tingkat inflasi

Inflasi mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan terlalu tinggi, karena perhitungan beban terlalu rendah sebagai akibat berlakunya prinsip historis. Untuk

ini, ada kecenderungan untuk memperbesar laba ditahan dan memperkecil pembagian dividen.

II.15. Pembahasan dan Analisis Manajemen

Bagian pembahasan dan analisis manajemen mencakup tiga aspek keuangan dari bisnis perusahaan, yaitu likuiditas, sumber daya modal dan hasil operasi. Bagian ini mengharuskan manajemen untuk menyoroti kecenderungan atau tren yang menguntungkan atau tidak menguntungkan serta mengidentifikasi peristiwa atau ketidakpastian signifikan yang mempengaruhi ketiga faktor tersebut. Pendekatan ini secara jelas melibatkan sejumlah estimasi, pendapat dan *data soft* yang subyektif. Akan tetapi, SEC yang memerintahkan pengungkapan ini, percaya bahwa relevansi dari informasi ini melebihi kurangnya reliabilitas yang potensial. (Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2002: 479-480)

Bagian pembahasan dan analisis manajemen ini juga harus memberikan informasi tentang pengaruh inflasi dan perubahan harga jika material terhadap kecenderungan laporan keuangan. Perhitungan spesifik tidak ditentukan, sehingga perusahaan cenderung hanya menyediakan analisis kecil atau perubahan harga. (Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2002: 480)

II.16. Struktur Organisasi

Struktur organisasi berkontribusi terhadap kemampuan suatu entitas untuk memenuhi tujuan dengan menyediakan kerangka kerja menyeluruh

atas perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan pemantauan aktivitas suatu entitas. Mengembangkan struktur organisasi suatu entitas melibatkan penentuan bidang kunci dari wewenang dan tanggung jawab serta garis pelaporanyang tepat. Hal ini sebagian akan tergantung pada ukuran entitas dan sifat aktivitasnya. Struktur organisasi entitas biasanya digambarkan dalam suatu bagan organisasi yang harus secara akurat merefleksikan garis wewenang dan hubungan pelaporan. (Boynton, Johnson dan Kell, 2002:382)

II.17. Visi dan Misi Perusahaan

Kata visi berasal dari kata *vision* dari Bahasa Inggris yang dapat diterjemahkan sebagai pandangan jauh ke depan. Visi sebuah organisasi adalah pandangan umum dari cita-cita yang ingin diwujudkan oleh organisasi tersebut. (www.wikipedia.org)

Sedangkan misi adalah pernyataan suatu organisasi mengenai bagaimana akan mencapai maksudnya dalam lingkungan tempat bisnis itu dijalankan. (Griffin dan Ebert, 1998: 148)

II.18. Informasi yang Bersifat *Forward Looking*

Pada tahun-tahun terakhir ini, tuntutan masyarakat investor akan informasi yang lebih banyak dan baik berfokus pada pengungkapan ekspektasi perusahaan di masa depan. Informasi ini dapat berupa: (Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2002: 480)

ekspektasi perusahaan di masa depan. Informasi inidapat berupa: (Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2002: 480)

- a. Peramalan keuangan. Laporan keuangan prosepktif yang menyajikan perkiraan posisi keuangan, hasil operasi dan arus kas entitas, sesuai dengan pengetahuan serta keyakinan terbaik dari pihak yang bertanggung jawab atas laporan keuangan tersebut. Peramalan keuangan didasarkan atas asumsi pihak yang bertanggung jawab yang mencerminkan kondisi-kondisi yang diyakininya akan terjadi dan arah tindakan yang diperkirakan akan diambil.
- b. Proyeksi keuangan. Laporan keuangan prospektif yang menyajikan perkiraan posisi keuangan, hasil operasi dan arus kas entitas dengan satu atau lebih asumsi hipotesis, sesuai dengan pengetahuan serta keyakinan terbaik dari pihak yang bertanggung jawab atas laporan keuangan tersebut. Proyeksi keuangan didasarkan atas asumsi pihak yang bertanggung jawab yang mencerminkan kondisi-kondisi yang diyakininya akan terjadi dan arah tindakan yang akan diambil dengan memandang satu atau lebih asumsi hipotesis

Perbedaan antara peramalan keuangan dengan proyeksi keuangan adalah bahwa peramalan keuangan mencoba memberikan informasi tentang apa yang diharapkan terjadi, sedangkan proyeksi keuangan dapat memberikan informasi tentang apa yang mungkin terjasi, walaupun tidak harus sesuatu yang diharapkan terjadi.

II.19. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

II.19.1. Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

- Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat (Bertens, 2000). Masyarakat dalam konteks ini bisa menunjuk pada masyarakat dalam arti sempit maupun luas (stakeholders).
- Tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan dengan cara suatu bisnis bertindak terhadap kelompok dan pribadi lainnya dalam lingkungan sosialnya. Kelompok dan individu tersebut sering disebut dengan *organizational stakeholders*. (Griffin dan Ebert, 2003: 118)

II.19.2. Area Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Empat hal yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam mendefinisikan tanggung jawab sosialnya: (Griffin dan Ebert, 2003: 121-130)

1. Tanggung jawab terhadap lingkungan

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dapat dilakukan dengan cara mencegah terjadinya berbagai macam polusi (polusi udara, air dan tanah), menangani secara serius pembuangan limbah beracun dan melakukan daur ulang secara benar. Penyelesaian masalah kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan operasi perusahaan biasanya akan memakan biaya yang sangat besar.

2. Tanggung jawab terhadap konsumen

Tanggung jawab terhadap konsumen umumnya terbagi ke dalam dua kategori, yaitu menyediakan produk yang berkualitas dan menetapkan harga secara adil. Tingkat tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen ini berbeda-beda, namun tidak seperti masalah dengan lingkungan, masalah dengan pelanggan tidak memerlukan solusi yang mahal untuk penyelesaiannya. Dalam kenyataannya, sebagian besar masalah dengan pelanggan dapat dihindari apabila perusahaan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan dan memperhatikan hukum yang berkaitan dengan hak-hak konsumen.

3. Tanggung jawab terhadap karyawan

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para karyawannya memiliki komponen hukum dan sosial. Menurut peraturan, bisnis tidak dapat melakukan berbagai macam bentuk diskriminasi ilegal terhadap orang-orang dalam setiap segi hubungan pekerjaan. Suatu perusahaan dikatakan memiliki tanggung jawab sosial terhadap para karyawannya apabila memberikan kesempatan yang sama terhadap semua karyawannya tanpa memandang faktor-faktor yang tidak relevan. Tanggung jawab sosial terhadap karyawan sebenarnya tidak hanya terbatas pada pemberian kesempatan yang sama. Menurut pandangan populer,

tanggung jawab sosial terhadap karyawan dilakukan oleh perusahaan dengan cara memastikan keamanan lingkungan kerja baik secara fisik maupun sosial, memperhatikan kesehatan para karyawan, apabila melakukan pemberhentian, pemberhentian itu harus dilakukan secara hormat dan penuh belas kasih.

4. Tanggung jawab terhadap penanam modal (investor)

Tanggung jawab terhadap investor dapat dilakukan oleh perusahaan dengan cara memberikan informasi yang tepat mengenai kinerja keuangan kepada para investor, menilai secara jujur dan akurat mengenai pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan, menghindari tindakan menyimpang dalam bidang-bidang yang peka seperti misalnya insider trading, manipulasi harga saham dan data keuangan

II.19.3. Tahap-tahap Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pelaksanaan tanggung jawab sosial suatu perusahaan memerlukan suatu program yang diorganisir dan dikelola dengan baik, khususnya para manajer harus melangkah setahap demi setahap untuk mengembangkan tanggung jawab sosial secara keseluruhan dalam perusahaan. Tahap-tahap tersebut antara lain: (Griffin dan Ebert, 2003: 121-130)

1. **Tanggung jawab sosial harus dimulai dari atas. Hal ini berarti bahwa manajemen puncak harus memperlihatkan dukungan yang kuat terhadap tanggung jawab sosial dan mengembangkan kebijakan yang memperlihatkan komitmen tersebut.**
2. **Manajer puncak harus mengembangkan suatu rencana yang merinci level dukungan manajemen. Hal ini dapat dilakukan oleh perusahaan misalnya dengan cara menetapkan persentase dari laba yang akan digunakan untuk membiayai kegiatan sosial atau dapat juga dengan menetapkan prioritas terhadap sasaran tanggung jawab sosial perusahaan.**
3. **Seorang eksekutif harus diberi tanggung jawab atas agenda perusahaan. Hal ini berarti membuat keputusan untuk memisahkan kegiatan sosial tersebut dari pekerjaan yang telah ada atau menambahkan kegiatan tersebut ke dalam pekerjaan yang telah ada. Individu yang terpilih harus bisa memonitor program tersebut dan menjamin bahwa implementasinya telah konsisten dengan kebijakan dan rencana strategis perusahaan.**
4. **Organisasi harus melakukan audit sosial. Yang dimaksud dengan audit sosial adalah analisis sistematis terhadap keberhasilan perusahaan dalam menggunakan dana yang telah ditetapkan untuk tujuan tanggung jawab sosial.**

Apabila suatu audit sosial menyatakan bahwa pelaksanaan suatu program tanggung jawab sosial gagal, maka kegagalan tersebut harus menjadi tanda pemikiran kembali atas implementasi dan prioritas program tersebut.

Dari uraian diatas, dapat kita katakan bahwa tanggung jawab sosial ini bukan hanya ditujukan pada pihak eksternal saja, namun dapat juga ditujukan pada pihak intern perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan ini dilakukan semata-mata untuk tujuan sosial dan tidak berorientasi pada keuntungan. Tanggung jawab sosial ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menunjukkan kepedulian dan komitmen moral terhadap kepentingan masyarakat. Pelaksanaan tanggung jawab sosial ini tentu saja juga membutuhkan sejumlah biaya yang disebut dengan biaya sosial.

Saat ini, penerapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat semakin mutlak dilakukan. Tanggung jawab sosial telah terbukti bukan merupakan kegiatan perusahaan yang membengkakkan pengeluaran, melainkan justru dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan membuat keberadaan perusahaan lebih dapat diterima oleh masyarakat, kerana melalui tanggung jawab sosial ini, tingkat kesenjangan yang tinggi dengan masyarakat sekitar dapat sedikit ditekan, sehingga secara tidak langsung juga dapat menaikkan reputasi perusahaan. Disamping itu, tanggung

jawab sosial juga dapat menjadi suatu aset yang strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim persaingan bisnis dan stakeholders yang semakin menuntut praktek yang etis dan bertanggung jawab.

Praktik tanggung jawab sosial tersebut diharapkan dapat menjadi landasan dasar bagi pertumbuhan berkelanjutan, bukan hanya untuk perusahaan, tetapi juga stakeholders. Melalui tanggung jawab sosial ini pula diharapkan tingkat kepercayaan masyarakat kepada perusahaan dan produk-produknya semakin tinggi, juga adanya hubungan baik diantara kedua pihak.

II.20. Hubungan Investor

Hubungan investor adalah pengelolaan hubungan antara perusahaan yang sekuritasnya diperdagangkan di bursa dengan para pemegang dan calon pemegang sekuritas perusahaan. (Suripto, 2005)

Marston (1996) menyatakan bahwa tujuan hubungan investor adalah menyediakan informasi kepada masyarakat keuangan dan masyarakat investor sedemikian rupa sehingga mereka dapat mengevaluasi perusahaan. Ryder dan Register (1989) seperti yang dikutip Marston (1996) menyatakan bahwa hubungan investor mempunyai arti penting strategik dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan investor. Mereka menyarankan aktivitas hubungan investor dipusatkan pada tiga prinsip, yaitu: (Suripto, 2005)

1. Mencapai dan mempertahankan harga saham tertinggi yang dimungkinkan
2. Menumbuhkan kepercayaan investor, sehingga dengan cara tersebut biaya pembelanjaan perusahaan dapat ditekan.
3. Melindungi kebutuhan pemegang saham utama dan menarik investasi institusional dan asing.

II.21. LQ45

Indeks LQ45 hanya terdiri dari 45 saham yang telah terpilih melalui berbagai kriteria pemilihan, sehingga akan terdiri dari saham-saham dengan likuiditas dan kapitalisasi pasar yang tinggi. Saham-saham pada indeks LQ45 harus memenuhi kriteria dan melewati seleksi utama sebagai berikut:

1. Masuk dalam ranking 60 besar dari total transaksi saham di pasar reguler (rata-rata nilai transaksi selama 12 bulan terakhir).
2. Ranking berdasar kapitalisasi pasar (Rata-rata kapitalisasi pasar selama 12 bulan terakhir)
3. Telah tercatat di BEJ minimum 3 bulan
4. Keadaan keuangan perusahaan dan prospek pertumbuhannya, frekuensi dan jumlah hari perdagangan transaksi pasar reguler.

Saham-saham yang termasuk dalam LQ45 terus dipantau dan setiap 6 bulan akan diadakan *review* (awal Februari dan Agustus). Apabila ada saham yang sudah tidak masuk kriteria, maka kedudukannya akan diganti dengan saham lain yang memenuhi syarat. Pemilihan saham-saham LQ45

harus wajar, oleh karena itu BEJ mempunyai komite penasehat yang terdiri dari para ahli di BAPEPAM, universitas dan profesional di bidang pasar modal.

Likuiditas menjadi indikator utama dalam pemilihan saham-saham yang masuk dalam golongan LQ45 karena likuiditas dianggap sebagai penunjuk kinerja yang solid dan mencerminkan nilai pasar yang sebenarnya. (www.e-samuel.com)

II.22. Penelitian Eksploratif

Penelitian eksploratif (*explorative research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan atau dugaan yang sifatnya masih baru dan untuk memberikan arahan bagi penelitian selanjutnya. Tujuan utama dari jenis penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi situasi penelitian dan tujuan khusus atau data yang diperlukan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian eksploratif ini sangat bermanfaat ketika si peneliti menginginkan pemahaman situasi yang lebih baik dan atau mengidentifikasi alternatif keputusan. (Kuncoro, 2003: 72)

Dalam praktek, penelitian eksploratif dapat dilakukan dengan empat prosedur, yaitu: (Kuncoro, 2003: 72)

1. Teknik informan kunci (*Key-informan technique*)

Metode ini dilakukan dengan cara mencari dan mewawancarai beberapa orang ahli atau informan kunci di bidang yang berhubungan dengan situasi yang akan diteliti

2. *Focus Group Interview* atau *Focus Group Discussion*(FGD)

Cara ini dilakukan dengan membuat forum diskusi yang biasanya terdiri dari 8 sampai 12 orang. Forum ini diberi suatu topik yang disesuaikan dengan penelitian dan dibuat dalam situasi yang informal dengan dipimpin oleh seorang moderator yang sudah terlatih dengan baik (*well-trained*)

3. Analisis data sekunder (*Secondary data analysis*)

Penelitian eksploratif juga bisa mengambil data sekunder, yaitu mengumpulkan data dari data yang sudah ada atau sudah dipublikasikan. Dengan cara ini akan menghemat waktu dan biaya yang diperlukan.

4. Metode Studi Kasus (*Case study method*)

Metode studi kasus merupakan pengujian yang mendalam terhadap unit yang berkepentingan, seperti pelanggan atau konsumen, toko, penjual, perusahaan dan area pasar. Dengan metode ini, si peneliti bisa memperoleh informasi secara detail tentang subjek yang diteliti.

Prosedur penelitian eksploratif yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data sekunder. Data sekunder yang akan digunakan diperoleh dari website perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dan masuk dalam golongan LQ45 selama periode Februari hingga Juli 2007.

II.23. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti mengenai praktek *internet financial reporting*, antara lain:

- Lymer (1999) membahas pelaporan keuangan menggunakan internet dengan menelaah literatur secara terinci, dia juga membahas berbagai masalah yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan, regulator, dan badan penyusun standar dalam menentukan bagaimana bentuk pelaporan ini. (Suripto, 2005)
- Debreceny dan Gray (1999) melakukan survey terhadap *web site* perusahaan Perancis, Jerman dan UK untuk mengetahui apakah laporan auditor dimasukkan dalam *web site* perusahaan. (Suripto, 2005)
- Deller *et al.* (1999) melakukan survey aktivitas hubungan investor dalam internet oleh perusahaan Amerika Serikat, UK dan Jerman dan menemukan bahwa hubungan investor melalui internet pada perusahaan Amerika Serikat lebih umum dan memberikan lebih banyak fitur dibandingkan dengan dua negara lainnya.
- Pirchegger dan Wagenhofer (1999) menganalisis *web site* perusahaan Austria sebanyak dua kali pada waktu yang berbeda dan membandingkan skor pengungkapan dengan website perusahaan Jerman. Mereka menemukan bahwa perusahaan besar Austria mengungkap lebih banyak, dan perusahaan yang sahamnya lebih banyak dimiliki oleh publik, mengungkap lebih banyak lagi. (Suripto, 2005)

- Ashbaugh et al. (1999) melakukan penelitian terhadap 290 perusahaan Amerika Serikat yang secara tradisional pelaporan keuangannya sudah dievaluasi oleh AIMR. Mereka menghipotesiskan ada hubungan antara pelaporan keuangan menggunakan internet (diukur sebagai variabel 0/1) dengan ukuran perusahaan, ROA, peringkat pelaporan oleh AIMR, dan persentase saham yang dimiliki oleh investor individu. Penelitian ini menemukan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan hanyalah ukuran perusahaan.
- Marston (2003) melakukan penelitian terhadap perusahaan besar Jepang dan menemukan bahwa mayoritas perusahaan mempunyai *web site* berbahasa Inggris dan ukuran perusahaan berhubungan dengan keberadaan website namun tidak berhubungan dengan luas pengungkapan.
- Zakimi dan Hamid (2005) melakukan survei terhadap *web site* 100 perusahaan terbesar di Malaysia dengan menggunakan indeks pengungkapan dan hasilnya mereka menemukan bahwa 70 persen perusahaan menyediakan materi hubungan investor dalam *web site* perusahaan dan materi yang paling banyak disajikan adalah profil perusahaan.
- Khadaroo (2005) melakukan survei terhadap website perusahaan Malaysia dan Singapura yang hasilnya menyatakan bahwa perusahaan Singapura lebih banyak menggunakan *web site* dan lebih banyak memanfaatkan potensi internet dibandingkan dengan perusahaan Malaysia.

- IASC dalam Lymer *et al.* (1999) telah mempublikasikan artikel pembahasan *Business Reporting on the Internet* yang mengusulkan beberapa standar untuk pelaporan usaha dalam web site. Artikel ini juga memuat survei pelaporan internet yang mencakup 30 perusahaan terbesar di 22 negara.
- FASB (2000) juga mempublikasikan *Electronic Distribution of Business Reporting Information* sebagai bagian dari *Business Reporting Research Project*. Artikel tersebut memasukkan hasil survey terinci perusahaan Fortune 100
- Suripto (2005) melakukan penelitian terhadap 58 perusahaan publik terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah kapitalisasi pasar yang ditentukan berdasarkan data ICMD 2003. penelitian ini dilakukan dengan melakukan *content analysis* terhadap website perusahaan yang menjadi sampel penelitian dan hasilnya menyatakan bahwa pelaporan keuangan menggunakan internet sebenarnya sudah banyak dipraktekkan oleh perusahaan Indonesia, namun penggunaan internet untuk tujuan pelaporan keuangan masih sebatas pada alat redistribusi informasi yang selama ini sudah dikomunikasikan dengan media tradisional. Perusahaan Indonesia belum banyak memanfaatkan potensi internet untuk meningkatkan dan memperbaiki proses pelaporan informasi keuangan pada pemakai.