PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN REPUTASI AUDITOR

by Lppm 2022

Submission date: 21-Sep-2022 11:57AM (UTC+0700)
Submission ID: 1905167174
File name: 12_JAP_Pengaruh_Ukuran_Perusahaan.pdf (682.34K)
Word count: 5942
Character count: 39214

Available at http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap
Jurnal Akuntansi dan Pajak

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN REPUTASI AUDITOR TERHADAP PENGUNGKAPAN *INTERNET FINANCIAL REPORTING*

Mei Anisa Ahlaqulkarima[1], Ceacilia Srimindarti[2]
[1,2]Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi, Univesitas Stikubank Semarang
[1] Email: ahlasa98@gmail.com
[2] Email: caecilia@edu.unisbank.ac.id

Abstract

Internet financial reporting is the delivery of company financial information via the internet on the company's website with the aim of strengthening good relations with investors, analysts, shareholders, or other users of financial statements. The purpose of this research is to examine and analyze the effect of company size, profitability, and auditor reputation on internet financial reporting disclosures in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2020 period. The population used in this study were all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in four consecutive periods in 2017-2020, as many as 699 companies. In this study using a sampling method, namely purposive sampling technique with several selected criteria in order to obtain a sample of 308 companies. This study uses secondary data in the form of numbers that are processed into a statistical measurement scale. Data collection techniques using documentation techniques, literature study and observation of manufacturing company websites. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that company size (SIZE), profitability (ROA) and auditor reputation (REP_AUD) have a significant positive effect on disclosure of internet financial reporting.

Keywords : *internet financial reporting; profitability; auditor's reputation; company size*
JEL Clasification : L86, L25, M4

1. PENDAHULUAN

Perkembangan internet sebagai alat untuk menyebarkan informasi perusahaan telah menciptakan bentuk komunikasi antara perusahaan dengan para *stakeholders* (Sari dan Imam, 2011). Perkembangan ini menjadikan pertumbuhan internet meningkat secara drastis. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan, secara umum pengguna internet di seluruh dunia baik mobile maupun *fixed* mengalami kenaikan terus menerus. Hingga tahun 2020, total pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 196,71 juta jiwa atau sekitar 73,7% dari total penduduk. Kontribusi penggunaan internet paling tinggi pada wilayah Jawa, bahkan angkanya melebihi setengah pengguna internet di Indonesia yaitu 56,4%. Wilayah Sumatera berada pada posisi kedua yaitu 22,1%, kemudian Sulawesi sebesar 7%, Kalimantan 6,3%, Bali dan Nusa Tenggara 5,2%, dan yang sedikit yaitu wilayah Maluku dan Papua yaitu 3%.

Perkembangan internet menjadi salah satu alternatif baru bagi perusahaan untuk menyajikan informasi baik secara finansial maupun non finansial (Prasetya dan Irwandi, 2012). Salah satu media yang digunakan perusahaan dalam mendistribusikan informasi melalui internet, yaitu dengan menggunakan *website*. Atas dasar penggunaan media internet sebagai sarana untuk memperoleh informasi keuangan maka muncul suatu media pendukung penyajian laporan keuangan yaitu pelaporan keuangan melalui internet atau *Internet financial reporting* (Wardhanie, 2012).

Penelitian ini dilakukan, karena adanya fenomena dan *reseacrh gap* dari hasil penelitian terdahulu. Beberapa indikator yang dapat mempengaruhi manajemen perusahaan dalam pengungkapan *Internet financial reporting*, yaitu

ukuran perusahaan, profitabilitas, dan reputasi auditor.

Indikator pertama yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Internet financial reporting*, yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan perusahaan. Semua informasi mengenai perusahaan akan dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan maupun dalam memasarkan produk perusahaan. Sehingga, perusahaan akan diminta untuk mengungkapkan informasi mengenai perusahaan secara lengkap dan tepat waktu pada *website* perusahaan ataupun di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faisal, Diantimala dan Dinaroe (2021); Putri dan Azizah (2019); Ilmawati dan Indrasari (2018); Meinawati, Suhendro, dan Masitoh (2020); Saputro, Masitoh, dan Samrotun (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Internet financial reporting*. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Sari, Ernawati, dan Rizal (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan IFR.

Indikator kedua yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Internet financial reporting*, yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan suatu aspek penting yang dapat dijadikan acuan oleh investor atau pemilik untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Perusahaan - perusahaan yang *profitable* akan memiliki dorongan yang lebih kuat untuk menyebarluaskan informasi perusahaan, terutama informasi keuangan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan para investor terhadap perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Azizah (2019); Ilmawati dan Indrasari (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan IFR. Hal ini berbeda arah dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputro, Masitoh dan Samrotun (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan IFR. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Meinawati, Suhendro dan Masitoh (2020); Sari, Ernawati, dan Rizal (2019) menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh tehadap pengungkapan IFR.

Indikator ketiga yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Internet financial reporting*, yaitu reputasi auditor. Reputasi auditor merupakan prestasi dan kepercayaan publik yang disandang auditor atas nama besar yang dimiliki auditor tersebut (Badera dan Rudyawan, 2009). Reputasi auditor dapat memberikan pengaruh terhadap pengungkapan *Internet financial reporting* karena sebuah Kantor Akuntan Publik (KAP) dalam mempertahankan reputasinya wajib untuk menjaga tingkat indepedensi. Oleh karena itu, mereka akan berusaha untuk melaporkan informasi secara lengkap kepada para *investor* maupun pihak-pihak yang berkepentingan lainnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosini dan Hakim (2020) menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh positif tehadap pengungkapan IFR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Meinawati, Suhendro, dan Masitoh (2020) menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh negatif tehadap pengungkapan IFR.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulan bahwa terdapat hasil yang tidak konsisten pada penelitian terhadap *Internet Financial Reporting* (IFR), sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Internet Financial Reporting* (IFR) secara lanjut untuk mengetahui konsistensi hasil penelitian apabila diterapkan pada suatu sampel yang berbeda. Oleh karena itu, akan dilakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran persuahaan, profitabilitas dan reputasi auditor terhadap pengungkapan *internet financial reporting* pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor ukuran perusahaan, profitabilitas dan reputasi auditor yang mempengaruhi pengungkapan *internet financial reporting*.

Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976), teori agensi menjelaskan adanya hubungan kerjasama antara para investor dengan manajer atau pengelola perusahaan. Apabila hubungan kedua belah pihak tersebut dapat terjalin dengan baik

atas tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka pihak manajer atau pengelola perusahaan akan bertindak sesuai dengan kepentingan para investor, dan para investor akan memberikan insentif yang sesuai untuk pihak manajer sebagai upaya untuk membatasi aktivitas yang menyimpang.

Selaku pihak pengelola perusahaan, seorang manajer berkewajiban untuk memenuhi keinginan para investor dalam mengungkapkan informasi perusahaan secara lengkap dan luas. Oleh karena itu, muncul asimetri informasi antara pihak manajer dengan dengan para investor. Asimetri informasi yaitu sebuah kondisi dimana seorang manajer selaku pihak pengelola perusahaan dapat mengetahui informasi perusahaan secara lebih banyak dibandingkan dengan para investor. Hal tersebut menimbulkan sebuah konflik keagenan antara seorang manajer dengan para investor. Untuk menanggulangi hal tersebut, dapat dilakukan dengan mengungkapkan informasi keuangan perusahaan secara lengkap dan lebih luas.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Hartono (2008), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila pengumuman bersifat positif diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu sinyal tersebut di terima oleh pasar, pelaku pasar akan menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). *Signaling theory* merupakan sinyal-sinyal yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan (Suwardjono, 2005).

Menurut teori sinyal, sebuah perusahaan yang memberikan sinyal-sinyal positif (*good news*) mengenai informasi perusahaannya akan menarik perhatian lebih bagi para investor untuk menanamkan modalnya dan menarik perhatian pada para *supplier,* konsumen, ataupun para *stakeholder* lainnya untuk dapat bekerjasama dengan perusahaan tersebut. Sehingga informasi dalam bentuk sinyal positif (*good news)* dapat meningkatkan kepercayaan pada para *stakeholder*.

IFR *(Internet Financial Reporting)*

Internet financial reporting adalah penyampaian informasi keuangan perusahaan melalui internet pada *website* perusahaan dengan tujuan untuk mempererat hubungan baik dengan para investor, analisis, pemegang saham, ataupun para pengguna laporan keuangan yang lain. *Internet financial reporting* menjadi salah satu solusi dalam proses pengungkapan informasi keuangan perusahaan, hal ini dikarenakan *internet financial reporting* mampu menekan dan menghemat biaya produksi dan distribusi informasi perusahaan. Kualitas dikarenakan *internet financial reporting* dapat dinilai melalui empat komponen sebagai berikut :

a) Isi *(Content),* komponen ini berisi informasi keuangan seperti; laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan posisi keuangan serta laporan keberlanjutan perusahaan. Informasi keuangan yang diungkapkan dalam bentuk format file html memiliki skor yang lebih tinggi dibandingkan dengan file format pdf, karena file dalam bentuk html lebih mudah diakses oleh para pengguna informasi.
b) Ketepatan waktu *(Timeliness),* sebuah perusahaan dapat dikatakan tepat waktu apabila sering melakukan *update* informasi terkini mengenai perusahaannya.
c) Pemanfaatan teknologi, komponen ini berkaitan dengan pemanfaatan teknologi, fitur canggih, alat analisis dan penggunaan teknologi multimedia.
d) User support, komponen ini berisikan sarana dalam *website* perusahaan seperti situs pencari, peta situs ataupun *frequently asked questions* (FAQ).

Bentuk format file yang dapat digunakan oleh perusahaan pada saat mengungkapkan laporan keuangannya di internet adalah sebagai berikut:

a) Portable Document Format (PDF)
Format file ini dikembangkan oleh *Adobe Corporation* untuk membuat dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk

mewakili dokumen asli. Semua elemen dalam dokumen yang asli disimpan dalam bentuk elektronik.

b) *Hypertext Markup Language (HTML)*
Format file ini merupakan standar yang biasa digunakan untuk mempresentasikan informasi melalui internet.

c) *Graphics Interchange Format (GIF)*
Format file ini berbentuk sebuah grafik ringkasan mengenai gambaran dari sebuah informasi.

d) *Joint Photograpic Expert Group (JPEG)*
Format file ini berupa sebuah grafik yang digunakan untuk meringkas foto agar mempunyai ukuran yang dapat digunakan dalam *website*.

e) *Microsoft Excel Spreadsheet*
Sebuah aplikasi komputer yang berupa spreadsheet dengan menyimpan, memperlihatkan dan memanipulasi data yang disusun dalam kolom dan lajur.

f) Microsoft Word
Microsoft Word merupakan aplikasi dari program komputer yang paling sering digunakan dalam pengungkapan IFR.

g) *Zip Files*
Zip Files atau *winzip* adalah program windows yang mengizinkan para pengguna untuk menyimpan dan meringkas dokumen informasi, sehingga mereka dapat menyimpan dan mendistribusikan informasi tersebut dengan lebih efisien.

h) *Macromedia Flash Software*
Format file yang merupakan standar untuk mengirim informasi secara cepat.

i) *Real Networks Real Player Software*
Format file yang menggunakan efek video.

j) *Macromedia Shockwave Software*
Shockwave merupakan bagian dari multimedia player. (Lai, et al., 2002).

Ukuran Perusahaan

Sebuah perusahaan besar memiliki *agency cost* yang juga besar, karena pada perusahaan besar diwajibkan untuk menyampaikan laporan keuangannya secara lengkap kepada para *stakeholders* sebagai wujud pertanggungjawaban manajemen (Prasetya dan Soni, 2012). Sedangkan menurut Meelere et al., dalam Hanny dan Chariri (2007), *agency cost* tersebut berupa biaya untuk menyebarluaskan laporan keuangan. Dalam hal ini termasuk biaya cetak dan biaya pengiriman laporan keuangan kepada para pihak yang dituju oleh perusahaan. Praktik pengungkapan IFR dalam penyebarluasan laporan keuangan melalui internet merupakan usaha untuk mengurangi besarnya *agency cost*.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu indikator penting yang dapat dijadikan tolak ukur para investor untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Aspek ini juga merupakan sebuah indikator keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bagi perusahaannya (Hilmi dan Ali, 2008).

Reputasi Auditor

Menurut Praptitorini dan Januarti (2007), reputasi auditor menunjukkan sebuah prestasi dan kepercayaan publik terhadap nama besar yang dimiliki oleh sebuah Kantor Akuntan Publik (KAP). Reputasi kantor akuntan publik didasarkan pada kepercayaan para pemakai jasa auditor. Auditor yang memiliki reputasi dari nama besar dapat menyediakan kualitas audit yang lebih baik. Dalam pengungkapan *going concern*, auditor tersebut akan selalu menjaga reputasinya dari kesalahan dan kekeliruan saat memberikan opini audit. Hal dikarenakan para auditor bernama besar memiliki teknologi yang lebih canggih, karyawan yang lebih berbakat serta telah memperoleh pengakuan secara internasional.

Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) dapat dibedakan menjadi dua yaitu, KAP ukuran besar *(the big four auditor)* dan KAP ukuran kecil *(non the big four auditor)*. Pembedaan tersebut dilakukan berdasarkan pada aspek – aspek seperti; jumlah klien yang dilayani oleh suatu KAP, jumlah rekan atau anggota yang bergabung, serta total pendapatan yang diperoleh dalam satu periode. Ukuran skala kantor akuntan publik diukur dari jumlah klien dan presentase dari *audit fees* dalam usaha mempertahankan kliennya

untuk tidak berpindah pada kantor akuntan publik yang lain. Auditor yang mempunyai kekayaan atau *asset* yang lebih besar akan mempunyai dorongan untuk menghasilkan laporan audit yang lebih akurat dibandingkan dengan auditor dengan kekayaan yang lebih sedikit.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Internet Finacial Reporting*

Menurut Brigham dan Houston (2010) ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukan atau dinilai oleh total *asset*, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan merupakan pengelompokan perusahaan menjadi beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, perusahaan sedang dan perusahaan kecil. Besar kecilnya sebuah perusahaan dapat diukur dalam skala yang didasarkan pada total *asset* yang dimiliki perusahaan.

Perusahaan yang tergolong besar memiliki tingkat kualitas pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) yang juga besar. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut memiliki insentif dana yang lebih banyak untuk melakukan proses pengungkapan *Internet Financial Reporting*. Perusahaan yang besar juga memiliki sistem informasi manajemen yang lebih lengkap serta kompleks sehingga dapat mengungkapkan informasi keuangan perusahaan yang lebih berrkualitas. Sebuah perusahaan besar juga lebih mudah diawasi kegiatannya oleh pasar modal, sehingga memberikan tekanan kepada perusahaan tesebut untuk melakukan praktik pengungkapan *Internet Financial Reporting* secara lengkap dan lebih luas. Selain itu perusahaan besar juga memiliki sumber daya dengan kualitas yang lebih unggul sehingga dapat melakukan strategi bisnis maupun pengungkapan *Internet Financial Reporting* yang hasilnya dapat menarik perhatian dari investor, *stakeholder,* masyarakat, pemerintah ataupun rekan bisinis.

Apabila dihubungkan dengan teori keagenan maka informasi keuangan maupun non keuangan perusahaan yang diungkapkan melalui *internet financial reporting* secara cepat dan efisien mampu mengurangi adanya *delay aksesbilitas* informasi. Oleh karena itu, informasi keuangan perusahaan yang dapat diungkapkan dengan tepat akan menghasilkan reaksi positif dari pihak-pihak yang berkepentingan. Hal ini juga membawa manfaat dimana seorang investor akan lebih mudah untuk menentukan baik atau buruknya sebuah perusahaan sehingga dapat terjalin hubungan kerja yang lebih baik antara pihak investor dengan pihak pengelola perusahaan.

Semakin besar tingkat ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula tingkat pegungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) perusahaan. Pernyataan ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faisal, Diantimala dan Dinaroe (2021); Putri dan Azizah (2019); Ilmawati dan Indrasari (2018); Meinawati, Suhendro, dan Masitoh (2020); Saputro, Masitoh, dan Samrotun (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *internet financial reporting*. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif tehadap pengungkapan *internet financial reporting*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Internet Finacial Reporting*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri (Sartono, 2010: 122). Perusahaan yang baik memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi serta meningkat di setiap tahun. Profitabilitas merupakan sebuah indikator untuk menilai sebuah perusahaan, sehingga sebuah perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan berupaya untuk mengungkapkan informasi keuangannya secara lengkap melalui *Internet Financial Reporting*. Apabila dikaitkan dengan teori sinyal, maka perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik perhatian investor sehingga investor dapat terpengaruh saat menentukan keputusan. Hubungan positif antara variabel profitabilitas dengan *internet financial reporting* menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *internet financial reporting*.

Hubungan tersebut menunjukkan bahwa terdapat indikator pengelolaan manajemen

perusahaan yang baik. Manajemen perusahaan akan mengungkapkan informasi keuangan maupun non keuangan secara lebih kompleks apabila terjadi peningkatan jumlah laba perusahaan. Perusahaan yang memiliki jumlah laba yang lebih besar akan berupaya mengungkapkan pengelolaan manajemen perusahaan yang lebih baik dengan cara memperluas tingkat penungkapan *internet financial reporting*. Hal ini akan menghasilkan *goodnews* kepada para investor ataupun pihak yang berkepentingan lainnya. Sehingga dapat terjalin hubungan kerjasama yang lebih baik antara pihak manajemen dan para pemangku kepentingan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka dapat memacu manajemen perusahaan untuk menerapkan proses pengungkapan *internet financial reporting* yang lebih berkualitas. Pernyataan ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri dan Azizah (2019); Ilmawati dan Indrasari (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan IFR. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif tehadap pengungkapan *Internet financial reporting*.

Pengaruh Reputasi Auditor Terhadap *Internet Finacial Reporting*

Reputasi auditor merupakan sebuah pencapaian dan kepercayaan publik atas nama baik yang dimilliki oleh auditor. Saat menghadapi konflik kepentingan yang terjadi, KAP yang bereputasi tinggi (*big four)* akan mempertahankan reputasinya dengan menjaga tingkat independensi serta melakukan pengungkapan secara menyeluruh. Reputasi sebuah auditor mempengaruhi kualitas audit yang dilakukan pada perusahaan. Menurut Lestari dan Anis (2007), KAP bereputasi tinggi *(big four)* memiliki kemampuan yang lebih unggul dalam mendeteksi kecurangan pada pelaporan keuangan. Hal tesebut dikarenakan KAP bereputasi tinggi *(big four)* memiliki kemampuan yang lebih baik untuk dapat bertahan dari tekanan klien. KAP *big four* juga memiliki sumber daya dengan kompetensi tiap personel yang lebih berkualitas serta teknologi yang canggih sehingga dapat melakukan strategi audit yang lebih unggul dan terus dapat berupaya mempertahankan reputasinya.

KAP yang bereputasi tinggi (*big four*) akan menuntut perusahaan untuk mengungkapkan laporan keuangan maupun non keuangan secara lebih lengkap dan luas, sehingga dapat memberikan keyakinan bagi pengguna laporan keuangan yang selanjutnya. Penggunaan KAP bereputasi tinggi (*big four*) akan diartikan oleh para insvestor, *stakeholder,* pemerintah serta masyarakat sebagai perusahaan yang terpercaya terutama terkait dengan kineja keuangan perusahaan (Saud et al., 2019).

KAP yang bereputasi tinggi (*big four*) menggunakan teknologi yang canggih, seperti *internet financial reporting* untuk mendukung profesionalisme dalam bekerja akan membawa sinyal yang baik kepada klien. Klien cenderung lebih percaya dan yakin bahwa reputasi auditor tersebut lebih baik dan lebih canggih daripada auditor lainnya. Dengan demikian, reputasi auditor yang baik akan diikuti dengan penggunaan teknologi (internet financial reporting) yang canggih pula. Argumen tersebut didukung peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Rosini dan Hakim (2020) yang menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh positif tehadap pengungkapan IFR. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Reputasi Auditor berpengaruh positif tehadap pengungkapan Internet financial reporting.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2020. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria penelitian sebagai berikut : (1) Perusahaan manufaktur yang telah menerbitkan laporan keuangan lengkap selama empat tahun secara berturut – turut dari tahun 2017 – 2020, (2) Perusahaan manufaktur yang memiliki *website* dapat diakses dan tidak dalam perbaikan, (3) Perusahaan manufaktur yang memiliki data-data

lengkap terkait dengan variabel – variabel dalam penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka atau numerik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan pada perusahaan manufaktur yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2020. Data tersebut didapatkan dari Bursa Efek Indonesia maupun *website* dari masing-masing perusahaan.

Teknik Analisis

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif dan uji hipotesis. Dalam penelitian ini, model regresi menggunakan uji linier berganda yang dinyatakan dalam persamaan:

$$IFR = a + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROA + \beta_3 REP_AUD + e$$

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Internet Financial Reporting

Internet financial reporting adalah pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet atau *website* perusahaan yang bersifat sukarela (Lai et al., 2002). Pengukuran IFR dilakukan menggunakan indeks IFR yang dikembangkan Luciana dan Sasongko (2009), yaitu menggunakan aspek *content* (40%), *timeliness* (20%), *technology* (20%), dan *user support* (20%). Formulasi indeks IFR adalah sebagai berikut:

$$IFRi = \left(\frac{Score}{Max}\%CONT\right) + \left(\frac{Score}{Max}\%TIME\right) + \left(\frac{Score}{Max}\%TECH\right) + \left(\frac{Score}{Max}\%SUPP\right)$$

Keterangan:

IFRi	= IFR Indeks
Score	= Skor/nilai total setiap komponen pengungkapan
Max	= Skor/nilai maksimal setiap komponen pengungkapan
%CONT	= Proporsi kriteria penilaian isi laporan keuangan sebesar 40%
%TIME	= Proporsi kriteria penilaian waktu pelaporan keuangan sebesar 20%
%TECH	= Proporsi kriteria penilaian teknologi sebesar 20%
%SUPP	= Proporsi kriteria penilaian dukungan pengguna sebsar 20%

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (Size) merupakan ukuran atau besarnya *asset* yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar total *asset* perusahaan maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Menurut Tarang (2011) ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total *asset*. Skala pengukurannya adalah skala rasio. Pengukuran variabel ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

Size=Ln (Total Asset)

Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri (Sartono, 2010: 122). Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas menunjukkan bahwa suatu perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan aktivanya untuk memperoleh laba (Kasmir, 2012: 114). Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *return on asset* (ROA). Menurut Brigham, Eugene dan Houston (2001), ROA dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Roa = \left(\frac{Net\ Income}{Total\ Asset} x\ 100\%\right)$$

Reputasi Auditor

Reputasi KAP menunjukkan kepercayaan public atas kemampuan auditor untuk selalu bersikap independen dan melaksanakan audit secara profesional. Kantor akuntan publik (KAP) dapat diklasifikasikan menjadi dua golongan, yaitu KAP *big four* dan KAP *non big four*. Dalam penelitian ini, variabel reputasi auditor diukur dengan variabel dummy. Menurut Aly et al., (2010), reputasi auditor diukur dengan menggunakan variabel dummy, yaitu angka 1 diberikan untuk perusahaan yang diaudit oleh

KAP *big four* dan angka 0 diberikan untuk perusahaan yang diaudit oleh KAP *non big four*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1.Hasil penelitian

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
IFR	298	0,45	0,98	0,7812	0,11366
SIZE	298	25,8	33,49	28,9367	172,377
ROA	298	0,01	0,72	0,0806	0,08551
REP_AUD	298	0	1	0.35	0,476
Valid N (listwise)	298				

Sumber : data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 1, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 298 perusahaan. Jumlah tersebut diperoleh setelah eleminasi data karena adanya *oulier* saat dilakukan uji normalitas. Variabel *internet financial reporting* (IFR) memiliki nilai minimum sebesar 0,45 yang terdapat pada perusahaan PT. Star Petrochem Tbk tahun 2020 dan nilai maksimum variabel IFR sebesar 0,98 yang terdapat pada perusahaan PT Trias Sentosa Tbk tahun 2019. Nilai mean variabel IFR menunjukkan angka 0,7812 dan nilai standar deviasi menunjukkan angka 0,11366.

Variabel ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai minimum sebesar 25,80 yang terdapat pada perusahaan PT Pyridam Farma Tbk tahun 2017 dan nilai maksimum variabel SIZE sebesar 33,49 yang terdapat pada perusahaan PT Astra International Tbk tahun 2019. Nilai mean variabel SIZE menunjukkan angka 28,9367 dan nilai standar deviasi menunjukkan angka 1,72377.

Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum sebesar 0,01 yang terdapat pada perusahaan PT Semen Baturaja Tbk tahun 2019 dan nilai maksimum variabel ROA sebesar 0,72 yang terdapat pada perusahaan PT Multi Prima Sejahtera Tbk tahun 2017. Nilai mean variabel ROA menunjukkan angka 0,0806 dan nilai standar deviasi menunjukkan angka 0,08551.

Variabel reputasi auditor (REP_AUD) memiliki nilai minimum sebesar 0 yang tedapat pada 201 sampel perusahaan dan nilai maksimum variabel REP_AUD sebesar 1 yang terdapat pada 107 sampel perusahaan. Nilai mean variabel REP_AUD menunjukkan angka 0,35 dan nilai standar deviasi menunjukkan angka 0,476.

Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilakukan dengan analisa grafik dengan melihat *One Sampel Kolmogorov- Smirnov Test*. Pada pengujian ini data dapat dikatakan terdistribusi dengan normal apabila angka signifikasi lebih besar dari pada 0,05.

Tabel 2. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	298
Kolmogorov-Smirnov Z	0,052
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,054

Sumber : data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov z* sebesar 0,054. Nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov z* lebih besar daripada taraf signifikansi (0,054 > 0,05). Sehingga dari hasil tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikoleniaritas

Tabel 3. Uji Multikoleniaritas

Variable	Tolerance	VIF
SIZE	0,741	1,350
ROA	0,885	1,130
REP_AUD	0,671	1,490

Sumber : data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 variabel SIZE, ROA, dan REP_AUD memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10. Nilai *tolerance* pada variabel SIZE menunjukkan angka sebesar 0,741. Nilai *tolerance* pada variabel ROA menunjukkan angka sebesar 0,885. Dan nilai *tolerance* pada variabel REP_AUD menunjukkan angka sebesar 0,671. Sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel SIZE, ROA dan REP_AUD tidak ada yang lebih besar dari 10. Nilai VIF pada variabel SIZE menunjukkan angka sebesar 1,350. Nilai VIF variabel ROA menunjukkan angka

sebesar 1,130. Nilai VIF pada variabel REP_AUD menunjukkan angka sebesar 1,490. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas antar variabel.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
2,154

Sumber : data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4, nilai Durbin Watson menunjukkan angka sebesar 2,154. Dari hasil tersebut, diperoleh nilai batas bawah (dl) sebesar 1,79358 dan batas atas (du) sebesar 1,82134. Sehingga nilai 4-du sebesar 2,17866 dan nilai 4-dl sebesar 2,20642. Dengan demikian disimpulkan bahwa du < dw < 4-du atau 1,82134 < 2,154 < 2,17866. Nilai Durbin Watson sebesar 2,154 lebih besar dari nilai du dan lebih kecil dari nilai 4-du, yang artinya tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variable	Sig.
(Constant)	0,908
SIZE	0,160
ROA	0,068
REP_AUD	0,083

Sumber : data sekunder diolah, 2022

Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Berdasarkan tabel 5, masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi diatas tingkat kepercayaan 0,05. Variabel SIZE memiliki nilai signifikansi sebesar 0,160, variabel ROA memiliki nilai signifikansi sebesar 0,068 dan variabel REP_AUD memiliki nilai signifikansi sebesar 0,083. Dari data tesebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian.

Uji Statistik F

Tabel 6. Uji Statistik F

F	Sig.
40,115	0,000

Sumber : data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel 6 hasil nilai F menunjukkan angka sebesar 40,115 dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari taraf signigikansi (0,000 < 0,05). Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi penelitian ini variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu *internet financial reporting*.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,539	0,290	0,283

Sumber : data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 nilai Adjusted R Square (R^2) menunjukkan angka sebesar 0,283 atau 28%. Artinya, variabel dependen *internet financial reporting* (IFR) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu ukuran dewan perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA), dan reputasi auditor (REP_AUD) sebesar 28%. Sedangkan sisanya 72% (100% - 28%) dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Uji Regresi Linier Berganda

	Koefisien Regresi	t	Sig.
(Constant)	0,162	1,510	0,132
SIZE	0,020	5,284	0,000
ROA	0,326	4,699	0,000
REP_AUD	0,049	3,447	0,001

Sumber : data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

IFR = 0,162 + 0,020SIZE + 0,326ROA + 0,049REP_AUD + e

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dapat dilihat berdasrkan tabel 8. Pada kolom t tabel 8 menunjukkan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel ukuran perusahaan (SIZE) menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,284 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 > 0,05. Artinya, ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap tingkat internet financial reporting, sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap internet financial reporting, **diterima.**
2. Variabel profitabilitas (ROA) menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.699 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 > 0,05. Artinya, profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap tingkat *internet financial reporting*, sehingga hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*, **diterima.**
3. Variabel ukuran reputasi auditor (REP_AUD) menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,447 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 > 0,05. Artinya, reputasi auditor berpengaruh secara positif terhadap tingkat *internet financial reporting*, sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh positif terhadap *internet financial reporting*, **diterima.**

3.2.Pembahasan

Ukuran Perusahaan Berpengaruh Secara Positif Terhadap Pengungkapan *Internet Financial Reporting*

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *internet financial reporting*. Artinya, semakin besar tingkat ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula tingkat pegungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa informasi keuangan maupun non keuangan perusahaan yang diungkapkan melalui *internet financial reporting* secara cepat dan efisien mampu mengurangi adanya *delay aksesbilitas* informasi. Oleh karena itu, informasi keuangan perusahaan yang dapat diungkapkan dengan tepat akan menghasilkan reaksi positif dari pihak-pihak yang berkepentingan.

Dengan demikian, perusahaan harus mempertimbangkan besarnya total *asset* perusahaan. Semakin tinggi nilai ukuran perusahaan, maka perusahaan akan semakin membutuhkan pengungkapan *internet financial reporting*. Hasil penelitian ini mendukung peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Faisal, Diantimala dan Dinaroe (2021); Putri dan Azizah (2019); Ilmawati dan Indrasari (2018); Meinawati, Suhendro, dan Masitoh (2020); Saputro, Masitoh, dan Samrotun (2021) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *internet financial reporting*.

Profitabilitas Berpengaruh Secara Positif Terhadap Pengungkapan *Internet Financial Reporting*

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *internet financial reporting*. Artinya, sebuah perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan berupaya untuk mengungkapkan informasi keuangannya secara lengkap melalui *Internet Financial Reporting*. Hal ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik perhatian investor sehingga investor dapat terpengaruh saat menentukan keputusan.

Dengan demikian, perusahaan harus mempertimbangkan besarnya *return on assets* perusahaan. Semakin tinggi nilai profitabilitas, maka perusahaan akan semakin membutuhkan pengungkapan *internet financial reporting*. Hasil penelitian ini mendukung peneliti terdahulu yang dilakukan Putri dan Azizah (2019); Ilmawati dan Indrasari (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *internet financial reporting*.

Reputasi Auditor Berpengaruh Secara Positif Terhadap Pengungkapan *Internet Financial Reporting*

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa reputasi auditor berpengaruh secara positif terhadap

pengungkapan *internet financial reporting*. Artinya, reputasi auditor yang baik akan diikuti dengan penggunaan teknologi *internet financial reporting* yang canggih pula. Hal ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa KAP yang bereputasi tinggi (*big four*) menggunakan teknologi yang canggih, seperti *internet financial reporting* untuk mendukung profesionalisme dalam bekerja sehingga akan membawa sinyal yang baik kepada klien. Klien cenderung lebih percaya dan yakin bahwa reputasi auditor tersebut lebih baik dan lebih canggih daripada auditor lainnya.

Dengan demikian, perusahaan harus mempertimbangkan reputasi auditor. KAP yang bereputasi tinggi *(big four)* akan semakin membutuhkan pengungkapan *internet financial reporting*. Hasil penelitian ini mendukung peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Rosini dan Hakim (2020) yang menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh positif tehadap pengungkapan *internet financial reporting*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian hipotesis dan analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ukuran perusahaan yang diukur dengan size berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *internet financial reporting*.
2. Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *internet financial reporting*.
3. Reputasi auditor yang diukur dengan menggunakan variabel dummy, yaitu angka 1 diberikan untuk perusahaan yang diaudit oleh KAP *big four* dan 0 untuk perusahaan yang diaudit oleh KAP *non big four* berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *internet financial reporting*.

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan-keterbatasan tersebut dikarenakan adanya beberapa data yang terbuang karena *outlier* saat melakukan analisis statistik deskriptif, sehingga mengurangi sampel pada penelitian ini. Dan pada pengujian koefisien determinasi (Adjusted R^2) diperoleh hasil nilai Adjusted R Square (R^2) sebesar 28%. Hal ini berarti sisanya 72% masih bisa dijelaskan dengan beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi *internet financial reporting*.

Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah periode tahun agar dapat memberikan sampel yang lebih banyak sehingga semakin akurat dan juga menggunakan variabel lain agar hasil penelitian lebih maksimal, misalnya variabel umur listing, leverage, likuiditas, atau internationalization.

5. REFERENSI

Aly, D., Simon, J., & Hussainey, K. (2010). *Determinants of corporate internet reporting: Evidence from Egypt. Managerial Auditing Journal, 25*(2), 182-202.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (11 ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Faisal, C. N., Diantimala, Y., & Dinaroe. (2021). *Determinants of Corporate Internet Financial Reporting in Asia-Pacific Countries: A Cross Country Analysis. Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis, 8*(1), 27-46.

Hartono, J. (2008). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (5 ed.). Yogyakarta: BPFE.

Hilmi, U., & Ali, S. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di BEJ). *Simposium Nasional Akuntansi XI Ikatan Akuntan Indonesia*.

Ilmawati, 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). *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia, 2*(2), 186-196.

Jensen, & Meckling. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and

Ownership Structure. *Jurnal of Financial Economics, 3*(4), 305-360.

Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan* (10 ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Lai, S.-C., Lin, C., & Lee, H.-C. (2002). *An Empirical Study of the Impact of Internet Financial Reporting on Stock Prices*.

Lestari, H. S., & Chariri, A. (2007). Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan di Internet (*Internet Financial Reporting*) dalam *Website* Perusahaan. *Fakultas Ekonomi Univesitas Diponegoro*, 1-28.

Luciana, S., & Sasongko, B. (2009). The Impact of Internet Financial and Sustainability Reporting On Profitability, Stock Price and Return in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Business, 1*(2), 127-142.

Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Meinawati, T., Suhendro, & Masitoh, E. (2020). Analisis Determinan Pengungkapan *Internet Financial Reporting* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 4*(2), 412-422.

Oyelere, P., Laswad, & Risher. (2003). *Determinants Of Internet Financial Reporting By New Zealand Companies*. *Journal of Internet Financial Management and Accounting, 14*(1), 26-51.

Praptitorini, M. D., & Januarti, I. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Audit, Debt Default dan Opinion Shopping terhadap Penerimaan Opini Going Concern. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar.

Prasetya, M., & Agus, S. I. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet *(Internet Financial Reporting)* Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *The Indonesian Accounting Review, 2*(2), 151-158.

Putri, M. N., & Azizah, D. F. (2019). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP PELAPORAN KEUANGAN MELALUI INTERNET/(*INTERNET FINANCIAL REPORTING)* (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri dan Kimia yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 72*(2), 205-213.

Rosini, I., & Hakim, D. R. (2020). PENGUNGKAPAN *INTERNET FINANCIAL REPORTING* BERDASARKAN REPUTASI AUDITOR DAN PROFITABILITAS. *Jurnal Akuntansi, 15*(2), 80-90.

Saputra, A. C., Masitoh, E., & Samrotun, Y. C. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTERNET FINANCIAL REPORTING* (IFR) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR FOOD AND BAVERAGE YANG TERDAFTAR DI BEI 2015-2019. *Jurnal Proaksi, 8*(1), 21-31.

Sari, D. A., Ernawati, E., & Rizal, N. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Internet Financial Reporting* pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2014-2017 (Pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar Di BEI). *Progress Conference, 2*, 313-324.

Sari, I. P., & Ghozali, I. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Praktik Penerapan *Internet Financial Reporting* (IFR) Pada Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Univesitas Diponegoro*.

Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (4 ed.). Yogyakarta: BPFE.

Saud, I. M., Ashar, B., & Nugraheni, P. (2019). ANALISIS PENGUNGKAPAN *INTERNET FINANCIAL REPORTING* PERUSAHAAN ASURANSI-PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA-MALAYSIA. *Jurnal Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi, 19*(1), 35-52.

Suwardjono. (2005). *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.

Taliyang, S., Sultan, U., Abidin, Z., Latif, R., & Mustafa, N. (2011). T*he Determinants of Intellectual Capital Disclosure Among Malaysian Listed Companies*.

International Journal of Management and Marketing Research.

Wardhanie, S. N. (2012). Analisis *Internet Financial Reporting Index;* Studi Komparasi Antara Perusahaan High-Tech Dan Non High-Tech Di Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan, 2*(2), 287-300.

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN REPUTASI AUDITOR

ORIGINALITY REPORT

15%	27%	12%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id Internet Source	2%
2	conference.binadarma.ac.id Internet Source	1%
3	jema.unw.ac.id Internet Source	1%
4	jurnal.stieykp.ac.id Internet Source	1%
5	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
6	kompaspedia.kompas.id Internet Source	1%
7	journal.untar.ac.id Internet Source	1%
8	journal.uta45jakarta.ac.id Internet Source	1%
9	Ahmad Zakie Mubarrok, Almer Reyhan Islam. "THE EFFECT OF MANAGEMENT CHANGE,	1%

AUDIT OPINION, COMPANY SIZE, FINANCIAL DISTRESS AND AUDITOR REPUTATION ON AUDITOR SWITCHING", ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja), 2020
Publication

---

10 V.Wiratna Sujarweni, Lila Retnani Utami. "The Deciding Factor Is The Timeliness Of Corporate Internet Reporting On Manufacturing Companies Registered In Bei", 085228282256, 2017
Publication
1 %

---

11 Submitted to Clayton College & State University
Student Paper
1 %

---

12 Submitted to High Tech High
Student Paper
1 %

---

13 Muhammad Hamdani. "Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Dividen dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan di Moderasi Ukuran Perusahaan", Jurnal Akuntansi dan Ekonomika, 2020
Publication
1 %

---

14 Siti Ma'sumah. "HUBUNGAN ANTARA RASIO HUTANG DAN PROFITABILITAS DENGAN REAKSI PASAR (STUDI PADA PERUSAHAAN YANG MENGELUARKAN SUKUK)", el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam, 2018
1 %

Publication

15	Dspace.uii.ac.id Internet Source	1 %
16	Submitted to Universitas Muhammadiyah Ponorogo Student Paper	1 %
17	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	1 %
18	moam.info Internet Source	1 %
19	www.journalmabis.org Internet Source	1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		