

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Grand Theory**

##### **2.1.1 Signalling Theory**

Menurut Suwardjono (2013:583) teori sinyal bermanfaat untuk menekankan informasi penting terhadap keputusan dalam berinvestasi bagi pihak eksternal. Informasi sangat penting bagi investor karena pada hakekatnya informasi selalu menyajikan keterangan, gambaran, dan catatan baik keadaan masa lalu, saat ini maupun kegiatan masa mendatang bagi kelangsungan hidup perusahaan. Teori Sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan (Dimita, 2012). Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dibanding perusahaan lain. Tujuan utama yang ingin dicapai oleh semua pihak baik internal maupun eksternal yaitu untuk memperoleh laba dari tahun ke tahun dan perusahaan dapat terus berkembang bukan mengalami kebangkrutan atau likuidasi. Brigham dan Houston (2011:185) signal atau isyarat merupakan suatu tindakan perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi tentang apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena berpengaruh terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan selalu berusaha untuk memberikan informasi yang terbaik mengenai kinerja dan kondisi keuangan perusahaan melalui media laporan keuangan atau Internet Financial Reporting (IFR). Dalam penelitian ini, teori sinyal digunakan untuk memberikan informasi dari pihak perusahaan ke pihak luar. Misalnya investor untuk pengambilan keputusan investasi. Informasi yang diberikan sebaiknya menyajikan informasi yang lengkap, tepat waktu, relevan, akurat dan benar. Laporan keuangan

yang telah disajikan oleh perusahaan bermanfaat bagi pihak luar untuk melihat kinerja perusahaan pada setiap periode, apabila kinerja dan kondisi keuangan suatu perusahaan baik maka menunjukkan bahwa terdapat sinyal yang positif bagi pengguna laporan keuangan, sedangkan apabila kinerja dan kondisi keuangan suatu perusahaan mengalami kerugian atau penurunan aset maka hal ini menunjukkan sinyal negatif bagi para pengguna laporan keuangan karena dikhawatirkan dapat mengalami kebangkrutan, dan biasanya apabila dalam kondisi seperti itu perusahaan selalu berusaha untuk menghindari pelaporan keuangan melalui internet atau Internet Financial Reporting (IFR).

### **2.1.2 Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Penerapan praktik IFR dalam perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan teori keagenan (*agency theory*). Teori agensi merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, teori sosiologi dan teori organisasi (Handoko, 2013). Menurut Fahmi (2014:19-20), *agency theory* (teori keagenan) merupakan suatu kondisi yang terjadi pada suatu perusahaan dimana pihak manajemen sebagai pelaksana yang disebut lebih jauh sebagai agen dan pemilik modal (*owner*) sebagai prinsipal membangun sebuah kontrak kerjasama yang disebut dengan “*nexus of contract*”, kontrak kerjasama ini berisi kesepakatan-kesepakatan yang menjelaskan bahwa pihak manajemen perusahaan harus bekerja secara maksimal untuk memberi kepuasan yang maksimal seperti profit yang tinggi kepada pemilik modal (*owner*). Manajemen bertindak sebagai agent sedangkan pemilik sebagai *principal*. Prinsip utama teori keagenan ini menyatakan bahwa adanya hubungan antara pihak investor (*principal*) dengan pihak perusahaan (*agensi*), dalam bentuk kontrak kerja sama. Alasan yang mendasari perlunya praktek pengungkapan laporan keuangan oleh manajemen perusahaan kepada *shareholder* dijamin dalam hubungan antara *principal* dan *agen*. Laporan keuangan merupakan sarana akuntabilitas manajemen kepada pemilik. Oleh sebab itu penerapan praktik IFR dalam suatu perusahaan adalah bagian dari media

penyampaian informasi sesuai yang dikehendaki sebagaimana tercantum dalam kontrak keagenan.

## **2.2 Internet Financial Reporting**

Semenjak tahun 1995, terdapat perkembangan penelitian empiris terkait dengan Internet Financial Reporting (IFR) yang merefleksikan perkembangan bentuk pengungkapan informasi perusahaan. Beberapa penelitian menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan dalam website perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Pirchegger dan Wagenhofer (1999) dan Sasongko dan Luciana (2008a dan 2008b). Beberapa penelitian menguji sifat dan perluasan pelaporan keuangan pada website perusahaan sebagai instrument yang menghubungkan dengan stakeholder. Internet Financial Reporting adalah pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet atau website perusahaan yang bersifat sukarela (Lai et al. 2010). Perusahaan dikatakan mempraktikkan IFR ketika mengungkapkan laporan keuangan secara keseluruhan, laporan keuangan semesteran, atau informasi keuangan penting lainnya yang disajikan pada website perusahaan (Mooduto, 2013). Menurut Khikmawati dan Agustina (2015) IFR dengan menggunakan teori sinyal akan memberikan informasi dari pihak manajemen yang dianggap penting untuk diinformasikan dan memberikan sinyal kepada para investor sehingga dapat mendorong investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Investor, yang memiliki akses ke informasi dan sadar apa yang terjadi dengan perusahaan dapat aktif bergabung dalam diskusi mengenai masa depan perusahaan. Hal tersebut bisa dipastikan akan menjadi menguntungkan bagi kepentingan pemegang saham dan manajer. (Ojah & Mokoaleli-Mokoteli 2012) Perusahaan memiliki hak dalam memberikan informasi yang berguna bagi pemakai atau penerima informasi laporan keuangan guna untuk mempermudah dan mempercepat dalam pengambilan keputusan investasi. IFR sendiri mengacu pada pemakaian situs website perusahaan untuk menyebar luaskan informasi yang terkait dengan kinerja keuangan perusahaan (Handayani dan Almilia, 2013). Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel dummy untuk mengukur internet financial reporting.

### 2.3 Profitabilitas

Menurut Made Sudana (2011:22) mendefinisi rasio profitabilitas sebagai alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:197) diantaranya:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.

Sedangkan manfaat yang diperoleh rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:198), yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Perusahaan-perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan memiliki dorongan lebih kuat untuk menyebarluaskan informasi perusahaan, terutama informasi keuangan melalui website perusahaan. Perusahaan dengan kinerja buruk menghindari teknik pelaporan keuangan melalui internet seperti IFR karena mereka berusaha untuk menyembunyikan badnews (Hanny, 2012). Berbeda dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, mereka menerapkan praktik IFR untuk membantu menyebarluaskan goodnews (Dimita, 2012). Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara. Menurut I Made Sudana (2011:22) cara untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan antara lain:

1. Return On Assets (ROA)

2. Return On Equity (ROE)
3. Profit Margin Ratio
4. Basic Earning Power

Sedangkan Menurut Kasmir (2014:115) secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

1. Profit Margin (Profit Margin on Sale)
2. Return on Investment (ROI)
3. Return on Equity (ROE)
4. Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share)

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan alat ukur yaitu Return On Equity (ROE) karena Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan dan ROE dapat menunjukkan berapa keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dari setiap rupiah yang diinvestasikan oleh pemegang saham. ROE juga bisa digunakan sebagai ukuran efektivitas manajemen dalam menggunakan biaya ekuitas untuk aktivitas operasi dan pengembangan perusahaan. Sehingga lebih mudah dicermati jika pihak investor atau pihak eksternal dalam menganalisis dan berinvestasi dengan adanya Internet Financial Reporting.

#### **2.4 Leverage**

Menurut Harahap (2013) leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Sedangkan menurut Fahmi (2012) leverage merupakan ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor. Adapun tujuan rasio solvabilitas atau leverage ratio menurut Kasmir 2012:153 adalah:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lain.

2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap seperti angsuran pinjaman termasuk bunga.
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap terhadap modal.

Menurut Kasmir 2012:154, mengemukakan pula manfaat dari rasio solvabilitas atau leverage ratio yaitu:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap seperti angsuran pinjaman termasuk bunga.
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal

Rasio leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. Menurut Agus Sartono (2010:120) rasio leverage secara umum ada 5, yaitu:

1. Debt Ratio
2. Debt to equity
3. Time interest earned
4. Fixed charge coverage
5. Debt service coverage

**Didalam penelitian ini rasio leverage yang digunakan ialah Total Debt to Equity Ratio dikarenakan** Perbandingan antara utang dengan ekuitas tentang pendanaan perusahaan yang menunjukkan kemampuan modal sendiri untuk memenuhi seluruh kewajiban adalah rasio yang tepat digunakan untuk saling berkorelasi dengan adanya Internet Financial Reporting.

## 2.5 Ukuran Perusahaan

Menurut Butar dan Sudarsi (2012) pengertian ukuran perusahaan adalah nilai yang menunjukkan besar/kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya skala perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan lebih rinci dalam pengungkapan laporan keuangannya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Berdasarkan teori signal, perusahaan yang besar akan selalu memberikan sinyal kepada investor terkait dengan informasi keuangannya untuk mempermudah investor dalam mengakses informasi keuangan yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur aset. Untuk mengukur ukuran perusahaan menurut I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) dapat dinyatakan dengan total asset yang di miliki oleh perusahaan. Menurut Taliyang (2011) dalam Lina (2013) ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Sehingga dalam penelitian ini untuk mengukur ukuran perusahaan dapat menggunakan total aset karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma natural (Ghozali,2006).

## 2.6 Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi atas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan, atau untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. (Aisyah, 2017). Sedangkan menurut Kasmir (2013:114) Rasio aktivitas adalah Rasio yang dipakai untuk melihat ukuran tingkat efektivitas perusahaan dalam mempergunakan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Aktivitas perusahaan yang rendah pada tingkat penjualan akan mengakibatkan semakin besarnya kelebihan dana yang tertanam pada aset tersebut. Dana kelebihan tersebut akan lebih baik apabila ditanamkan pada aset lain yang lebih produktif. Beberapa tujuan yang hendak dicapai perusahaan dari penggunaan rasio aktivitas menurut Kasmir (2013:173) antara lain:

1. Untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.
2. Untuk menghitung hari rata-rata penagihan piutang (days of receivable), dimana hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah hari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih.
3. Untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

Kemudian disamping tujuan yang ingin dicapai terdapat beberapa manfaat dari rasio aktivitas menurut Kasmir (2013:174), yakni sebagai berikut:

1. Perusahaan atau manajemen dapat mengetahui berapa lama piutang mampu ditagih selama satu periode.
2. Manajemen dapat mengetahui hari rata-rata sediaan tersimpan dalam gudang. Hasil ini dibandingkan dengan target yang telah ditentukan atau rata-rata industri. Kemudian perusahaan dapat pula membandingkan hasil ini dengan pengukuran rasio beberapa periode yang lalu.
3. Manajemen dapat mengetahui penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan dalam suatu periode tertentu.

Rasio aktivitas menjelaskan bahwa ketika perusahaan menunjukkan kinerja yang baik, maka manajemen perusahaan memiliki dorongan yang kuat untuk menyebarluaskan informasi perusahaan dalam rangka meningkatkan kepercayaan investor. Perusahaan dengan kondisi memiliki tingkat aktivitas yang baik dalam mengelola aset-asetnya akan berusaha menyampaikan informasi laporan keuangannya sebanyak dan selengkap mungkin. Menurut Kasmir (2012:175) untuk mengukur rasio aktivitas diantaranya adalah:

1. Perputaran Piutang (Receivable Turnover)
2. Perputaran Modal Kerja (Working Capital Turnover)
3. Perputaran Aset Tetap (Fixed Assets Turnover)
4. Perputaran Total Aset (Total Assets Turnover)



Dalam penelitian ini digunakan alat ukur perputaran total asset (Total assets turnover) dikarenakan dengan menggunakan alat ukur ini dapat mengetahui perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva.

## **2.7 Rasio Pertumbuhan Perusahaan**

Rasio pertumbuhan perusahaan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah perkembangan pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Kasmir, 2015: 107). Suatu perusahaan dianggap memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi apabila ditunjukkan dengan pendapatan yang terus meningkat. Semakin tinggi tingkat rasio pertumbuhan perusahaan maka akan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik, sehingga perusahaan akan menyebarluaskan goodnews dengan teknik pelaporan seperti IFR.

Menurut *Sofyan* (2013:309) Rasio ini terdiri atas:

1. Kenaikan penjualan
2. Kenaikan laba bersih
3. Earning per share
4. Kenaikan deviden per share

Kemudian menurut *Fahmi* (2012:69) rasio pertumbuhan perusahaan dapat diukur melalui:

1. Sales (Penjualan)
2. Earning After Tax (EAT)
3. Laba per lembar saham
4. Dividen per lembar saham
5. Harga pasar per lembar saham

Didalam penelitian ini digunakan earning per share untuk menghitung rasio pertumbuhan perusahaan dikarenakan akan memudahkan para investor untuk tahu

berapa nilai laba yang akan diterimanya di suatu perusahaan dengan media internet financial reporting.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dari penelitian ini maka peneliti tidak lupa untuk melihat penelitian terdahulu antara lain:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

<b>Peneliti</b>	<b>Judul Peneliti</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Muhammad Fauzi Alghofur (2014)	Analisi Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Umur Listing Perusahaan dan Reputasi Auditor Terhadap Penerapan Internet Financial Reporting	Yaitu untuk variabel ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh signifikan terhadap penerapan IFR sedangkan variabel umur listing dan reputasi auditor tidak berpengaruh terhadap penerapan IFR.
Madadina Nur Amalina dan Putri Devi Farah Azizah (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pelaporan Keuangan Melalui Internet/(Internet Financial Reporting)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pelaporan keuangan melalui internet/Internet Financial Reporting.
Amelia Poppy Hapsari (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Listing Age, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Internet Financial Reporting Pada	Kesimpulannya adalah 1. Profitabilitas, listing age dan kepemilikan saham tidak berpengaruh terhadap internet financial reporting sedangkan ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh terhadap

	Sektor Property Dan Real Estate	Internet Financial Reporting yang berarti
Wenny Anggeresia Ginting (2018)	Regresi Logistik Dalam Menganalisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet	Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu Variabelprofitabilitas, likuiditas, dan reputasi auditor secara simultan berpengaruh terhadap pelaporan keuangan melalui internat (IFR).
Puput Sulvi Arlinda (2018)	Pengaruh Rasio Aktivitas, Leverage, Profitabilitas, Dan Rasio Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Penyajian Internet Financial Reporting (IFR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016	Kesimpulannya adalah untuk variabel rasio aktivitas dan rasio pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap penyajian IFR sedangkan variabel profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap penyajian IFR.

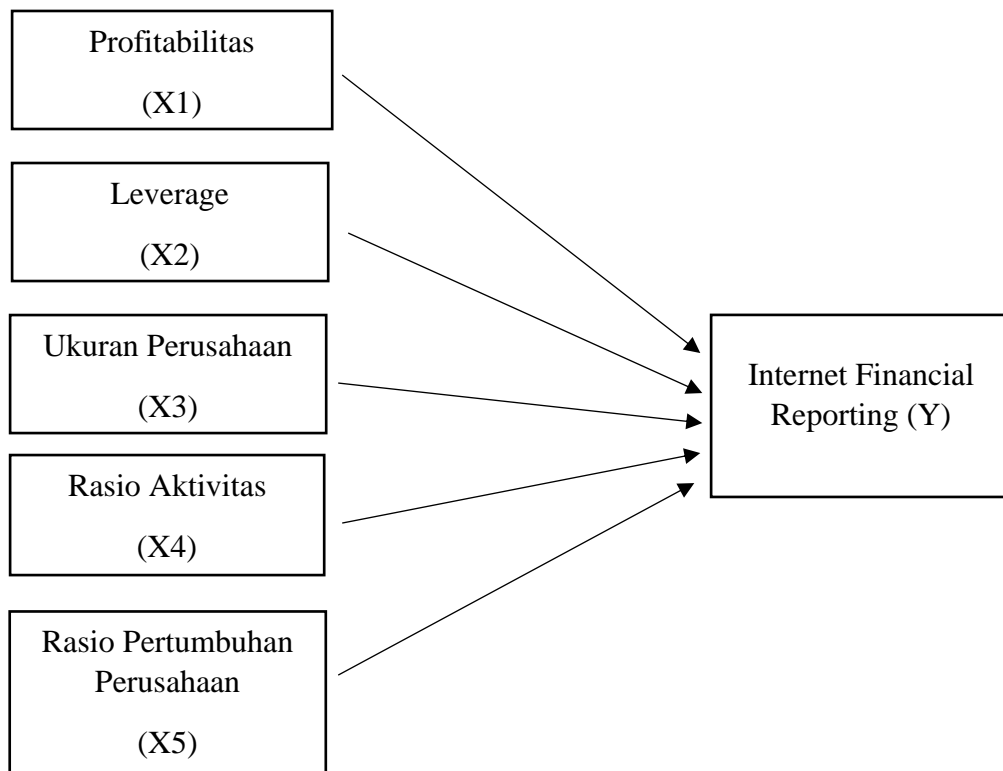
## 2.9 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan diatas maka dapat digambarkan kerangka pemikiran pada gambar 2.1

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.2**

**Kerangka Pemikiran**



## **2.10 Bangunan Hipotesis**

### **2.10.1 Hubungan Profitabilitas Terhadap Internet Financial Reporting**

Ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas rendah maka banyak pihak internal yang akan menghindari teknik pelaporan seperti IFR, karena perusahaan berusaha untuk menyembunyikan badnews agar banyak investor yang tetap tertarik untuk berinvestasi atau menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Berbeda dengan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, maka perusahaan akan memutuskan untuk menyebarluaskan informasi dengan melalui IFR untuk menarik perhatian investor. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka akan semakin tinggi pula tuntutan perusahaan dalam meningkatkan aksesibilitas

IFR. Hasil penelitian terdahulu dari Bagasan dan Hakim (2015), Mayasari dkk (2014), Aqel (2014), Rozak (2012), dan Almilia (2008) memberikan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap penyajian Internet Financial Reporting (IFR). Namun, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian dari Khikmawati dan Agustina (2015), Mohammed dan Basuony (2014), Septiarsi dan Prastiwi (2013), olana dkk (2013), Prasetya dan Irwandi (2012), Lestari dan Chariri (2012) dan Pubandani dan Restuti (2012) yang memberikan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap penyajian Internet Financial Reporting (IFR).

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Internet Financial Reporting.

### **2.10.2 Hubungan Leverage Terhadap Internet Financial Reporting**

Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi biasanya dituntut untuk lebih meningkatkan dalam menyebarluaskan informasi dengan melalui internet. Leverage yang tinggi tidak akan menjamin bahwa perusahaan akan melakukan penyajian informasi yang lebih banyak. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan tingkat liabilitas yang tinggi akan memberikan private information kepada pemberi pinjaman sehingga penyajian informasi melalui website menjadi rendah. Hasil penelitian terdahulu dari Aqel (2014), Lestari dan Chariri (2012) memberikan hasil bahwa leverage berpengaruh terhadap penyajian Internet Financial Reporting (IFR). Namun, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian dari Khikmawati dan Agustina (2015), Mayasari dkk (2014), Mohammed dan Basuony (2014), Septiarsi dan Prastiwi (2013), Yolana dkk (2013), Prasetya dan Irwandi (2012), Pubandani dan Restuti (2012), Rozak (2012), dan Almilia (2008) yang memberikan hasil bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap penyajian Internet Financial Reporting (IFR).

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap Internet Financial Reporting.

### **2.10.3 Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Internet Financial Reporting**

Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi

pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat. Perusahaan yang lebih besar lebih banyak disorot oleh masyarakat dibandingkan perusahaan kecil. Agency cost meliputi biaya penyebarluasan laporan keuangan seperti biaya cetak dan biaya pengiriman kepada stakeholders. Dengan demikian, perusahaan besar akan lebih memilih untuk mengungkapkan laporan keuangan mereka melalui IFR karena hal tersebut dapat menekan agency cost perusahaan.

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap internet financial reporting

#### **2.10.4 Hubungan Rasio Aktivitas Terhadap Internet Financial Reporting**

Rasio aktivitas menjelaskan bahwa ketika perusahaan menunjukkan kinerja yang baik, maka manajemen perusahaan memiliki dorongan yang kuat untuk menyebarluaskan informasi perusahaan dalam rangka meningkatkan kepercayaan investor. Perusahaan dengan kondisi memiliki tingkat aktivitas yang baik dalam mengelola aset-asetnya akan berusaha menyampaikan informasi laporan keuangannya sebanyak dan selengkap mungkin. Hasil penelitian terdahulu dari Khikmawati dan Agustina (2015) memberikan hasil bahwa rasio aktivitas berpengaruh terhadap penyajian Internet Financial Reporting (IFR). Namun, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian dari Bagasan dan Hakim (2015) yang memberikan hasil bahwa rasio aktivitas tidak berpengaruh terhadap penyajian Internet Financial Reporting (IFR).

H4 : Rasio aktivitas berpengaruh terhadap internet financial reporting.

#### **2.10.5 Hubungan Rasio Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Internet Financial Reporting**

Suatu perusahaan dianggap memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi apabila ditunjukkan dengan pendapatan yang terus meningkat. Semakin tinggi tingkat rasio pertumbuhan perusahaan maka akan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan

semakin baik, sehingga perusahaan akan menyebarluaskan goodnews dengan Teknik pelaporan seperti IFR. Hasil penelitian terdahulu dari Septiarsi dan Prastiwi (2013), dan Yolana, dkk (2013) memberikan hasil bahwa rasio pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap penyajian Internet Financial Reporting (IFR). Namun, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian dari Jannah (2015) yang memberikan hasil bahwa rasio pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap penyajian Internet Financial Reporting (IFR).

H5 : Rasio pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap internet financial reporting.