

PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP *INTERNET FINANCIAL REPORTING* DAN *AGENCY COST* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

M.Riduan Abdillah
duan_08@ymail.com

STIE NASIONAL BANJARMASIN

Abstract,

This reasearch aims to find empirical evidence about business strategies that directly influence the Internet Financial Reporting (IFR) and business strategies indirectly affect the Internet Financial Reporting (IFR) through agency cost as an intervening variable. The population of this research is all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017. The sample of this research was taken by using purposive sampling method. The variable of this research consists of independent variables, namely the business strategy measured by the asset utilization efficiency (Warsini and Rossieta, 2013). The dependent variable, the Internet Financial Reporting (IFR), is measured by the Internet Disclosure Index (IDI) (Spanos and Mylonakis, 2006; Puspitaningrum and Atmini, 2012). Intervening variables, namely agency cost, are measured by ratio of operating expense divided by total sales per year (Ang, et al. 2000, Khan, et al. 2016). Control variables namely company size are measured by the natural logarithm of the company's total assets (Puspitaningrum and Atmini, 2012; Siagian, et al.2013). The results of this research find evidence that business strategies influence the Internet Financial Reporting (IFR) and Agency Cost mediate the influence of business strategies on Internet Financial Reporting (IFR).

Keywords : Business Strategy, Agency Cost, Internet Financial Reporting

Abstrak,

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris mengenai strategi bisnis berpengaruh secara langsung terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* dan strategi bisnis berpengaruh secara tidak langsung terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* melalui *agency cost* sebagai variabel *intervening*. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu strategi bisnis diukur dengan *asset utilization efficiency* (Warsini dan Rossieta, 2013). Variabel dependen yaitu *Internet Financial Reporting (IFR)* diukur dengan *Internet Disclosure Index (IDI)*(Spanos dan Mylonakis, 2006; Puspitaningrum dan Atmini, 2012). Variabel *intervening* yaitu *agency cost* diukur dengan *ratio of operating expense* dibagi dengan total penjualan per tahun (Ang, et al.2000, Khan, et al. 2016). Variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan diukur dengan

logaritma natural total aset perusahaan (Puspitaningrum dan Atmini, 2012; Siagian, *et al.* 2013). Hasil penelitian ini menemukan bukti bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* dan *Agency Cost* memediasi pengaruh strategi bisnis terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)*.

Kata kunci : Strategi Bisnis, *Agency Cost*, *Internet Financial Reporting*

Persaingan pasar di era modern ini sangat ketat yang mengakibatkan suatu perusahaan harus mampu beradaptasi secepat mungkin terhadap lingkungan bisnis yang berada di sekitarnya khususnya pemanfaatan kemajuan teknologi informasi. Warsini dan Rossietta (2013) mengutip dari Porter (1985) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif di pasar, setiap organisasi harus memilih tiga strategi generik yaitu *cost leadership*, *differentiation* dan *focus*. Strategi bisnis perusahaan merupakan salah satu pengambilan keputusan yang sangat menentukan arah perkembangan dan kemajuan bisnis dari suatu perusahaan. Perencanaan dan pelaksanaan strategi bisnis yang baik maka akan memberi dampak yang positif bagi perusahaan tetapi sebaliknya, salah dalam merencanakan dan melaksanakan strategi bisnis maka akan berdampak negatif bagi perusahaan bahkan lebih ekstrim kesulitan keuangan atau kebangkrutan pada suatu perusahaan bisa terjadi.

Fenomena berkaitan dengan strategi bisnis dan *Internet Financial Reporting (IFR)* sebagaimana hasil penelitian Almilia (2009) menemukan bukti bahwa di Indonesia masih

banyak perusahaan publik yang belum memanfaatkan secara optimal pengungkapan informasi perusahaan melalui *website*, baik untuk informasi keuangan dan keberlanjutan perusahaan serta masih adanya perusahaan publik yang belum mempunyai *website*. Di luar negeri, penelitian Xiao, *et al.* (2004) menemukan bukti pada perusahaan yang terdaftar di China menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan menyajikan laporan keuangan dalam *website* mereka. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pilihan perusahaan untuk menerapkan *Internet Financial Reporting (IFR)* atau tidak (Lestari dan Chariri, 2005). Secara garis besar, strategi bisnis perusahaan sangat menentukan arah kebijakan manajemen perusahaan, di penelitian ini dihubungkan dengan melakukan transparansi informasi melalui *Internet Financial Reporting (IFR)*. Pengungkapan *Internet Financial Reporting (IFR)* adalah salah satu pengungkapan sukarela dikarenakan belum ada regulasi yang mengatur konten informasi apa saja yang harus disajikan di dalam *website* perusahaan (Ettredge, *et al.* 2001; Kelton dan Yang, 2008; Almilia, 2009; Puspitaningrum dan Atmini, 2012).

Permasalahan transparansi informasi khususnya dihubungkan dengan *Internet Financial Reporting (IFR)* maka tidak terlepas dari adanya perbedaan persepsi antara manajemen dan *shareholders*. Teori agensi (*agency theory*) menjelaskan bahwa pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian pada suatu perusahaan akan menimbulkan masalah karena perbedaan kepentingan antara *shareholders* sebagai prinsipal dengan manajemen sebagai agen (Jensen dan Meckling, 1976). Manajemen sebagai pihak yang secara langsung menjalankan aktivitas operasional perusahaan kecenderungan akan mempunyai perilaku *opportunistic* yaitu melakukan tindakan yang hakikatnya tidak terbaik demi kepentingan *shareholders* (*moral hazard problem*) dikarenakan *shareholders* tidak mempunyai kapabilitas secara langsung untuk memonitor dan mengendalikan aktivitas yang dijalankan manajemen tersebut yang mengakibatkan *shareholders* tidak dapat secara tepat mengevaluasi kinerja aktual dari manajemen terutama dalam berbagai pengambilan keputusan sehingga berdampak pada kerugian bagi perusahaan (Siagian, *et al.* 2013).

Agency cost merupakan biaya yang ditimbulkan dari adanya *gap* informasi antara manajemen dengan *shareholders*. *Agency cost* memberikan dampak bagi perusahaan karena *shareholders* berupaya mengeluarkan sejumlah biaya yang bisa jadi relatif besar

untuk memperbaiki sistem tata kelola termasuk didalamnya bahwa *agency cost* dipertimbangkan dengan adanya strategi bisnis yang sedang dijalankan perusahaan, dalam hal ini berhubungan dengan sifat yang terkandung pada *Internet Financial Reporting (IFR)* untuk mendorong perusahaan beradaptasi dengan cepat terhadap kemajuan teknologi informasi yaitu berbasis internet guna mewujudkan transparansi informasi perusahaan. Asbaugh, *et al.* (1999) menjelaskan bahwa internet mempunyai beberapa karakteristik dan keunggulan dalam pengungkapan informasi antara lain mudah menyebar (*pervasiveness*), tidak mengenal batas (*borderless-ness*), tepat waktu (*real time*), berbiaya rendah (*low cost*), dan mempunyai interaksi yang tinggi (*high interaction*). *Agency cost* bertujuan dalam rangka mengawasi aktivitas/kinerja manajemen khususnya pengambilan kebijakan agar tidak merugikan *shareholders* yakni di penelitian ini dihubungkan dengan *Internet Financial Reporting (IFR)* yang akhirnya diharapkan meminimalisasi *gap* informasi, transparansi informasi, memberi kemudahan bagi *shareholders* untuk mengakses informasi karena berbasis internet yang *user friendly* sehingga pada akhirnya diharapkan berdampak positif bagi kemampuan perusahaan agar lebih kuat untuk bersaing dan menjadi *leader* di pangsa pasar baik dari sisi teknologi informasi maupun bisnis.

Teori Agensi (Agency Theory)

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa teori agensi (*agency theory*) berkaitan erat dengan hubungan antara agen dan prinsipal. Dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa prinsipal adalah pihak yang memberikan mandat kepada agen yaitu manajemen untuk bertindak atas nama prinsipal / pemilik untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan oleh prinsipal kepadanya. Pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan kecenderungan akan menimbulkan informasi yang diterima oleh pihak prinsipal tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya atau lebih dikenal dengan istilah terjadinya asimetri informasi antara pihak prinsipal (pemilik) dengan agen (manajemen).

Asimetri informasi menyebabkan timbulnya konflik kepentingan antara prinsipal dan agen karena kemungkinan *agent* tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama dalam kontrak kerja. Asimetri informasi akan cenderung memungkinkan manajemen untuk mengambil kebijakan kurang efektif bagi perusahaan serta menimbulkan tidak adanya keterbukaan informasi dari pihak manajemen untuk mengungkapkan hasil kinerja manajemen tersebut kepada pemilik perusahaan (*principal*). Kemungkinan yang lain adalah bahwa *principal* tidak mengetahui suatu

keputusan yang diambil oleh *agent* benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas. Mengatasi kemungkinan-kemungkinan tersebut mengakibatkan *principal* menanggung biaya keagenan (*agency cost*) yang cukup besar dalam rangka mengawasi dan memastikan bahwa tidak ada hal-hal yang dapat merugikan *principal*.

Strategi bisnis merupakan salah satu bagian pengambilan keputusan yang dipengaruhi baik oleh manajemen ataupun *shareholders* demi kemajuan bisnis perusahaan. Dalam strategi bisnis akan selalu mempertimbangkan tentang pengeluaran biaya-biaya, di penelitian ini dihubungkan dengan *agency cost* sebagai sarana meningkatkan tata kelola khususnya meminimalisasi *gap informasi* antara manajemen dengan *shareholders* yang diharapkan berdampak pada terwujudnya transparansi informasi keuangan maupun non-keuangan yang disajikan di dalam *website* perusahaan atau dikenal dengan istilah *Internet Financial Reporting (IFR)*.

Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan salah satu indikator yang sangat mempengaruhi cepat atau lambatnya pertumbuhan bisnis dari suatu perusahaan. Lindow, *et al.* (2010) menjelaskan bahwa strategi perusahaan yang berbeda muncul dari cara perusahaan untuk mengatasi tiga masalah yaitu masalah

entrepreneurship, operasional dan administratif. Warsini dan Rossieta (2013) mengutip dari Porter (1985) menjelaskan bahwa organisasi dapat memiliki keunggulan kompetitif di pasar maka harus memiliki tiga strategi generik antara lain *cost leadership* yaitu dimana organisasi melakukan strategi biaya murah untuk mendapatkan keuntungan kompetitif dan memperluas pangsa pasar, *differentiation* yaitu organisasi mengedepankan pemberian benefit kepada pelanggannya dengan cara menawarkan identitas yang berbeda seperti kualitas yang superior, fitur yang inovatif sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen dan memungkinkan organisasi memberi harga premium pada konsumennya, *focus* yaitu strategi yang fokus berkonsentrasi untuk menawarkan satu jenis produk atau melayani satu segmen pasar dalam rangka mencapai dominasi pada pangsa pasar tertentu. Secara garis besar, model bisnis yang dijalankan oleh perusahaan akan membentuk bagaimana sistem yang akan dijalankan perusahaan tersebut baik dari segi persaingan bisnis maupun sistem informasi yang diaplikasikan untuk menunjang keberadaan perusahaan tersebut bersaing di pangsa pasar, dalam penelitian ini dihubungkan bahwa strategi bisnis dapat mendorong transparansi pengungkapan informasi melalui *Internet Financial Reporting (IFR)* guna meminimaliasi *gap* informasi serta meningkatkan persaingan informasi bisnis

berbasis internet sebagai bentuk adaptasi kemajuan teknologi.

Internet Financial Reporting

Internet Financial Reporting (IFR) adalah pengungkapan informasi perusahaan baik bersifat keuangan maupun non-keuangan yang disajikan didalam *website* perusahaan. Ashbaugh, *et al.* (1999) mengungkapkan bahwa *Internet Financial Reporting (IFR)* memberikan berbagai keuntungan, antara lain IFR dapat mengurangi biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan maupun *shareholders*, IFR dapat dijadikan sarana atau alat bagi perusahaan agar dapat berkomunikasi dengan para pengguna informasi. Dengan kata lain, perusahaan dapat mengungkapkan informasinya secara tidak terbatas/global dibandingkan dengan cara tradisional, IFR dapat meningkatkan pengungkapan keuangan sebagai pendukung perusahaan dalam praktik penyebaran informasi selain secara tradisional, IFR secara potensial membantu perusahaan dalam meningkatkan pengungkapan keuangan jika perusahaan masih kurang luas dalam mengungkapkan data keuangannya di dalam *website*.

Ashbaugh, *et al.* (1999) juga mengungkapkan bahwa penggunaan praktik IFR memiliki kekurangan, diantaranya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memelihara *website* perusahaan mereka dan melakukan praktik IFR mungkin tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh

perusahaan, adanya pengungkapan yang luas pada *website* perusahaan ada kemungkinan bahwa kelebihan-kelebihan potensial perusahaan akan terlihat dan kemungkinan dicuri atau diadopsi oleh perusahaan pesaing.

Agency Cost

Gap informasi antara manajemen dan *shareholders* dikenal dengan istilah asimetri informasi yang dapat menimbulkan *agency problem*. Arifin (2005) menjelaskan bahwa asimetri informasi merupakan informasi yang tidak seimbang yang disebabkan karena adanya distribusi informasi yang tidak sama antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen). Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa *agency problem* menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*), meliputi :

- a. *The monitoring expenditures by the principle*. Biaya monitoring dikeluarkan oleh prinsipal untuk memonitor perilaku agen, termasuk juga usaha untuk mengendalikan (*control*) perilaku agen melalui *budget restriction* dan *compensation policies*.
- b. *The bonding expenditures by the agent*. *The bonding cost* dikeluarkan oleh agen untuk menjamin bahwa agen tidak akan menggunakan tindakan tertentu yang akan merugikan prinsipal atau untuk menjamin bahwa prinsipal akan diberi kompensasi jika ia tidak mengambil banyak tindakan.

- c. *The residual loss* yang merupakan penurunan tingkat kesejahteraan prinsipal maupun agen setelah adanya *agency relationship*.

Dalam rangka mengatasi kemungkinan-kemungkinan sebagai akibat asimetri informasi maka *principal* menanggung biaya keagenan (*agency cost*) yang cukup besar dalam rangka mengawasi dan memastikan bahwa tidak ada hal-hal yang dapat merugikan *principal*.

Hipotesis Penelitian

1. Strategi bisnis berpengaruh positif secara langsung terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)*.
2. Strategi bisnis berpengaruh positif tidak langsung terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* melalui *agency cost*.

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan manufaktur telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017.
- b. Perusahaan mempunyai *website* yang dapat diakses atau *non-error* pada periode pengamatan.

- c. *Website* perusahaan tidak dalam perbaikan (*under construction*) selama periode pengamatan.
- d. Satuan uang di laporan keuangan disajikan dalam bentuk rupiah.
- e. Perusahaan mempunyai semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Variabel independen pada penelitian ini adalah strategi bisnis yaitu arah dan cakupan organisasi yang secara ideal untuk jangka panjang, yang menyesuaikan sumber daya dengan lingkungan yang berubah dan secara khusus dengan pasarnya, dengan pelanggan dan kliennya untuk memenuhi harapan *stakeholders* (Warsini dan Rossieta, 2013 mengutip dari Triton, 2010). Di penelitian ini, strategi bisnis diukur dengan *asset utilization efficiency* yaitu rasio antara total penjualan dibagi total aset (Warsini dan Rossieta, 2013).

Variabel dependen pada penelitian ini adalah *Internet Financial Reporting (IFR)*. Definisi *Internet Financial Reporting (IFR)* adalah pengungkapan informasi perusahaan baik keuangan maupun non-keuangan yang disajikan di dalam *website* perusahaan. *Internet Financial Reporting (IFR)* diukur menggunakan *Internet Disclosure Index (IDI)* yang dikembangkan oleh Spanos dan Mylonakis (2006) dan juga pernah digunakan pada penelitian Puspitaningrum dan Atmini (2012). *Internet Disclosure Index (IDI)* terdiri atas konten

informasi (*content*) dan penyajian informasi (*presentation*).

Di bawah ini rincian 40 item yang termasuk dalam bagian konten informasi (*content*) berdasarkan *Internet Disclosure Index (IDI)*, antara lain :

- a. 15 item berkaitan dengan keberadaan informasi akuntansi dan keuangan.
- b. 9 item berkaitan dengan informasi *corporate governance*.
- c. 8 item berkaitan dengan informasi sumber daya manusia dan *corporate social responsibility (CSR)*.
- d. 8 item berkaitan dengan informasi detail kontak dan fasilitas terkait untuk *Investor Relation (IR)*.

Di bawah ini rincian 10 item yang termasuk dalam bagian penyajian informasi (*presentation*) berdasarkan *Internet Disclosure Indeks (IDI)*, antara lain :

- a. 3 item berkaitan dengan *material processable formats*.
- b. 7 item berkaitan dengan *technology advantages* dan *user support*.

Total keseluruhan item informasi yang diharapkan berdasarkan *Internet Disclosure Index (IDI)* berjumlah 50 item. Setiap item informasi yang diungkapkan di dalam *website* perusahaan berdasarkan *Internet Disclosure Indeks (IDI)* akan diberi skor 1. Sebaliknya, item informasi yang tidak diungkapkan di dalam *website* perusahaan berdasarkan *Internet Disclosure Index (IDI)* akan diberi skor 0. Jadi, untuk mendapatkan

Internet Disclosure Index (IDI) adalah dengan cara menjumlahkan skor item informasi yang diungkapkan perusahaan di dalam *website* dibagi dengan 50 (yang merupakan total keseluruhan item yang diharapkan berdasarkan *Internet Disclosure Index (IDI)*).

Variabel *intervening* pada penelitian ini adalah *agency cost* yang diukur dengan *ratio of operating expense* (meliputi beban penjualan, beban administrasi dan umum, tidak termasuk beban pendanaan (*financing expense*) dan beban yang tidak berulang (*non-recurring expense*) seperti kerugian atas penjualan aset) dibagi dengan total penjualan per tahun (Ang, *et al.*2000 ; Khan, *et al.* 2016).

Variabel kontrol digunakan untuk menetralkan pengaruh variabel-variabel luar yang tidak perlu dan atau menjembatani hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan diukur dengan *logaritma natural* total aset perusahaan (Puspitaningrum dan Atmini, 2012; Siagian, *et al.*2013).

Metode Analisis Data

Persamaan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

$$AC = \alpha + \beta_1 SB + e$$

$$IFR = \alpha + \beta_1 SB + \beta_2 AC + \beta_3 \ln_TA + e$$

Keterangan :

SB : Strategi Bisnis

IFR : *Internet Financial Reporting*

AC : *Agency Cost*

$\ln_TA$: Logaritma natural total aset

e : *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan melalui pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan *Software Partial Least Square (PLS)*. Analisis dengan menggunakan PLS terdapat 2 hal yang dilakukan, antara lain :

a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis jalur (*path analysis*) untuk variabel *observed* menggunakan PLS menghasilkan model yang mentransformasi seperangkat variabel eksplanatori yang saling berkorelasi menjadi seperangkat variabel baru yang tidak saling berkorelasi dengan cara membuat satu indikator berbentuk formatif untuk variabel laten (Ghozali, 2012). Analisis jalur (*path analysis*) dengan variabel *observed* menggunakan program *Smart PLS*, tidak perlu melakukan pengukuran model (*measurement model*) sehingga langsung dilakukan estimasi model struktural (Ghozali, 2012). Konstruk berbentuk formatif, maka evaluasi model pengukuran dilakukan dengan melihat signifikansi *weight*-nya sehingga uji validitas dan reliabilitas konstruk tidak diperlukan (Ghozali, 2012). Untuk memperoleh signifikansi *weight* harus melalui prosedur *resampling (bootstrapping)*. Selain itu, menurut Ghozali (2012) menjelaskan bahwa uji multikolinieritas

untuk konstruk formatif mutlak diperlukan dengan menghitung *Tolerance*. Nilai VIF yang direkomendasikan < 10 atau < 5 dan nilai *Tolerance* $> 0,10$ atau $> 0,20$.

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Menilai model struktural dengan PLS dimulai dengan melihat nilai *R-Squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi model struktural (Ghozali, 2012). Perubahan nilai *R-Squares* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai *R-Squares* 0,75; 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah. Selain itu, menilai model struktural juga dilakukan dengan melihat signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur *bootsrapping* (Ghozali, 2012). Pada penelitian ini, nilai signifikansi yang digunakan (*two-tailed*) *t*-value adalah 1,96 (*significance level* = 5 %).

c. Sobel Test

Pada penelitian ini, untuk menguji tingkat signifikansi variabel *Internet Financial Reporting (IFR)* sebagai variabel *intervening/pemediasi* maka harus menghitung *Sobel standard error* (S_{ab}) dengan persamaan :

$$s_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}$$

Keterangan :

a = koefisien variabel *exogen*

b = koefisien variabel *mediator*

sa = *standard error* variabel *exogen*

Setelah perhitungan di atas, dilanjutkan dengan menghitung nilai *t* dari koefisien *ab* dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{ab}{s_{ab}}$$

Nilai *t* hitung dibandingkan dengan nilai *t* tabel, jika nilai *t* hitung $>$ nilai *t* tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh *intervening/mediasi*, dalam penelitian adalah variabel *Agency Cost*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Proses seleksi sampel penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 1
Proses Seleksi Perusahaan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Untuk Periode Tahun 2017	151
3.	Website perusahaan yang <i>underconstruction</i>	2
4.	Website perusahaan yang tidak bisa diakses	1
5.	Website perusahaan yang tidak memiliki data yang dibutuhkan dalam penelitian	4
6.	Tidak ditemukan laporan tahunan 2017 secara fisik	4
Total Perusahaan Yang Sesuai Kriteria		140

Sumber : Data sekunder yang diolah (2018)

Analisis Data

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square (PLS)* memerlukan 2 tahap untuk menilai *Fit Model* dari sebuah model penelitian. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut :

Menilai Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji multikolonieritas untuk konstruk formatif dengan menggunakan SEM-PLS mutlak diperlukan dengan menghitung nilai *variance inflation factor (VIF)* dan lawannya *tolerance* (Ghozali, 2012). Nilai VIF direkomendasikan < 10 atau < 5 dan nilai *tolerance* $> 0,10$ atau $> 0,20$.

Tabel 2
Latent Variable Correlations

	AC	IFR	SB	ln_TA
AC	1,000000			
IFR	0,204671	1,000000		
SB	-0,160750	0,223019	1,000000	
ln_TA	0,010664	0,204433	-0,216121	1,000000

Sumber : *Output Smart PLS 2.0 M3 (2018)*

Hasil *output* statistik pada tabel di atas menunjukkan bahwa besaran korelasi antar variabel independen tingkat korelasinya masih di bawah 95%, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas yang serius.

Menilai Model Struktural (*Inner Model*)

Penilaian model struktural dengan PLS, dimulai dengan melihat nilai *R-Squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai

kekuatan prediksi dari model struktural serta perubahan nilai *R-Squares* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Tabel di bawah ini merupakan *output R-Square* dengan menggunakan *Smart PLS 2.0 M3* :

Tabel 3
Nilai R-Square

	<i>R Square</i>
AC	0,025841
IFR	0,179304
SB	
ln_TA	

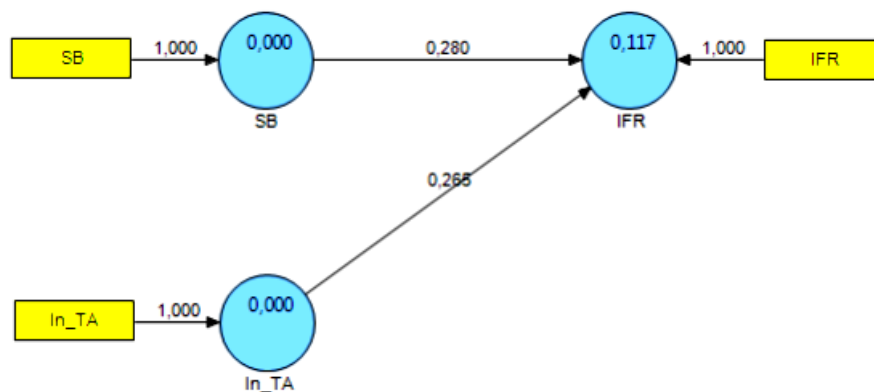
Sumber : Output Smart PLS 2.0 M3 (2018)

Hasil *output* statistik pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai pengaruh variabel Strategi Bisnis (SB) terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* adalah sebesar 0,17 atau 17 % dan sisanya 83 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Sedangkan, nilai pengaruh variabel Strategi Bisnis (SB) sebagai variabel eksogen dan *Agency Cost (AC)* sebagai

variabel *intervening* serta ukuran perusahaan (ln_TA) sebagai variabel kontrol terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* adalah sebesar 0,02 atau 2 % dan sisanya 98 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Di bawah ini disajikan *output* estimasi untuk pengujian mediasi model struktural menggunakan *Smart PLS 2.0 M3* :

Gambar 1. PLS Algorithm Pengaruh Langsung (*Direct Effect*) Strategi Bisnis (SB) Terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)*

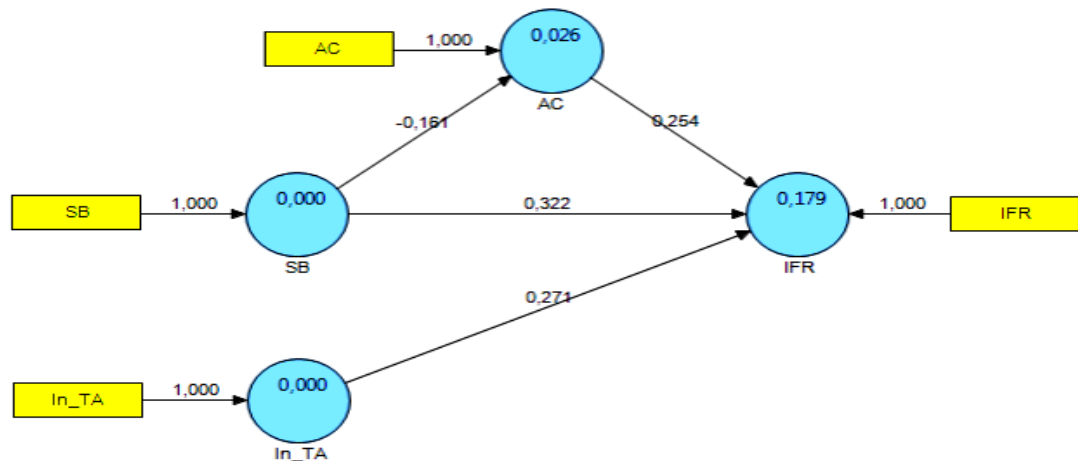


Sumber : Output Smart PLS 2.0 M3 (2018)

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa koefisien *direct effect* Strategi Bisnis (SB) terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* sebesar 0,28.

Koefisien *direct effect* ukuran perusahaan (ln_TA) sebagai variabel kontrol terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* sebesar 0,26.

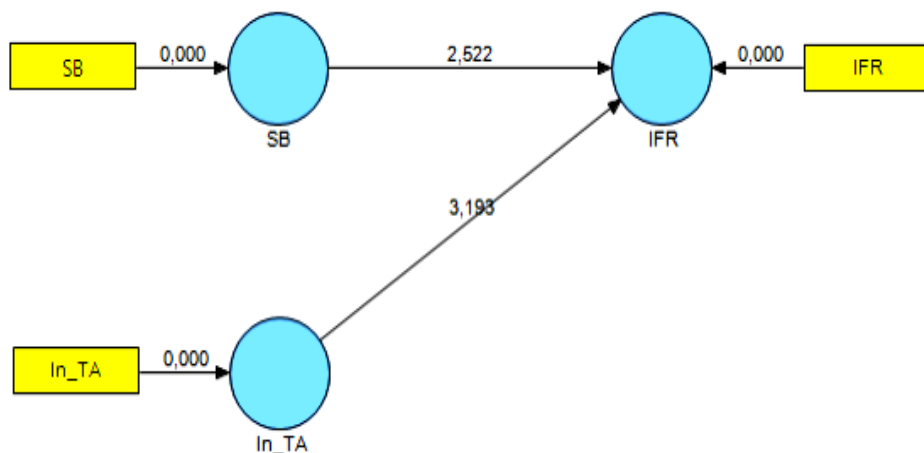
Gambar 2. PLS Algorithm Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) Strategi Bisnis Terhadap Internet Financial Reporting (IFR) dengan Agency Cost Sebagai Variabel Intervening



Sumber : Output Smart PLS 2.0 M3 (2018)

Berdasarkan gambar di atas, *Financial Reporting (IFR)* dengan menunjukkan koefisien *indirect effect* memasukkan variabel *Agency Cost (AC)* Strategi Bisnis (SB) terhadap *Internet* sebagai variabel intervening sebesar 0,32.

Gambar 3. Bootstrapping Signifikansi Pengaruh Langsung (*Direct Effect*) Strategi Bisnis (SB) Terhadap Internet Financial Reporting (IFR)

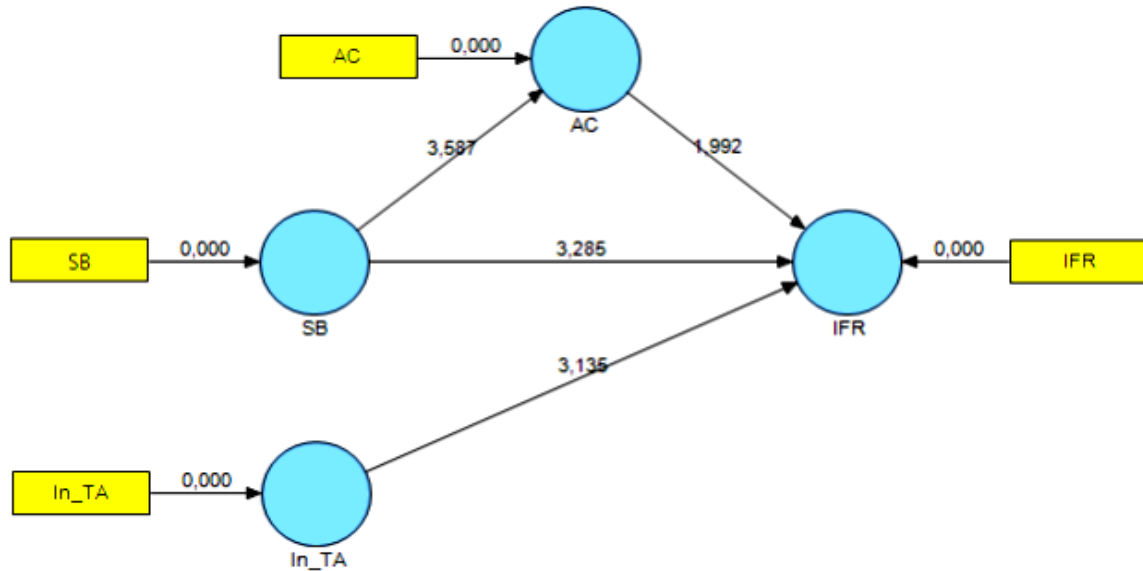


Sumber : Output Smart PLS 2.0 M3 (2018)

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa *direct effect* Strategi Bisnis terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* memiliki nilai signifikansi sebesar 2,52 > 1,96 yang berarti signifikan. Sedangkan

nilai signifikansi ukuran perusahaan (ln_TA) sebagai variabel kontrol terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* adalah sebesar 3,19 > 1,96 yang berarti signifikan.

Gambar 4. Bootstrapping Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) Strategi Bisnis Terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* Dengan *Agency Cost* Sebagai Variabel *Intervening*



Sumber : Output Smart PLS 2.0 M3 (2018)

Penelitian ini nilai signifikansi yang digunakan (*two-tailed*) $t\text{-value} > 1,96$ (*significance level* = 5%). Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa *indirect effect* Strategi Bisnis (SB) terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* dengan memasukkan variabel *Agency Cost* sebagai variabel *intervening* dan ukuran perusahaan ($\ln_TA$) sebagai variabel kontrol dengan dilakukan uji statistik analisis jalur (*path analysis*) secara bersama-sama yaitu memiliki nilai signifikansi sebesar $3,28 > 1,96$ yang berarti signifikan. Sedangkan nilai signifikansi ukuran perusahaan ($\ln_TA$) sebagai variabel kontrol sebesar $3,13 > 1,96$ yang berarti signifikan.

Penelitian ini untuk menguji tingkat signifikansi variabel *Agency Cost (AC)* sebagai variabel *intervening*/pemediasi maka harus menghitung *Sobel standard error (S_{ab})* dengan persamaan :

$$sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

Keterangan :

- a = koefisien variabel *exogen*
- b = koefisien variabel *mediator*
- sa = *standard error* variabel *exogen*

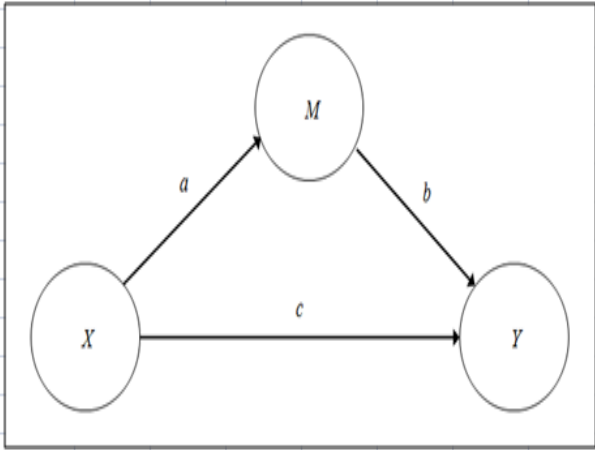
Setelah perhitungan di atas, maka akan dilanjutkan dengan menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{ab}{sab}$$

Berdasarkan dari nilai t hitung yang sudah didapatkan maka selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai t tabel = 1,96, jika dihasilkan nilai t hitung $>$ nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh *intervening*/mediasi, dalam penelitian ini adalah variabel *Agency Cost (AC)*. Di bawah

ini adalah bentuk perhitungan terkait dengan pengujian *sobel test* yang sudah dilakukan di penelitian ini yang disajikan dalam bentuk perhitungan excel guna menginterpretasi apakah variabel *Agency Cost (AC)* memediasi hubungan antara Strategi Bisnis (SB) terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* :

Gambar 5. Perhitungan Sobel Test

Assessing a mediating effect: Change the values in the yellow cells to obtain the values in the green cells		
This spreadsheet implements the mediating effects tests discussed in the following publication using coefficients generated by WarpPLS: - Kock (2013). <i>Advanced mediating effects tests, multi-group analyses, and measurement model assessments in PLS-based SEM</i> . Laredo, Texas: ScriptWarp Systems.		
		
Inputs		
N	140	(Sample size)
a	3,5870	(Path coefficient calculated by WarpPLS)
b	1,9920	(Path coefficient calculated by WarpPLS)
Sa	0,0448	(Standard error calculated by WarpPLS)
Sb	0,1272	(Standard error calculated by WarpPLS)
Outputs		
Sab	0,4649	(Sobel's standard error for mediating effect)
ab	7,1453	(Product path coefficient for mediating effect)
Tab	15,3680	(T value for mediating effect)
Pab	0,0000	(P value for mediating effect, one-tailed)
Pab'	0,0000	(P value for mediating effect, two-tailed)

Sumber : Diolah sendiri melalui *spreadsheet* Kock (2013) dalam Sholihin dan Ratmono (2013)

Berdasarkan gambar di atas, hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa variabel *Agency Cost (AC)* memediasi pengaruh Strategi Bisnis (SB) terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* yang dibuktikan dengan hasil t -hitung = 15,36 $>$ t -tabel = 1,96 maka dapat diartikan signifikan.

Pembahasan

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis 1 yaitu menunjukkan bahwa *direct*

effect Strategi Bisnis terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* memiliki nilai signifikansi sebesar 2,52 $>$ 1,96 yang berarti signifikan. Sedangkan nilai signifikansi ukuran perusahaan ($\ln_TA$) sebagai variabel kontrol terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* adalah sebesar 3,19 $>$ 1,96 yang berarti signifikan sebagaimana ditunjukkan pada gambar 3. Warsini dan Rossieta (2013) mengutip dari Porter (1985)

menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif di pasar, setiap organisasi harus memilih tiga strategi generik yaitu *cost leadership*, *differentiation* dan *focus*. Strategi bisnis perusahaan merupakan salah satu pengambilan keputusan yang sangat menentukan arah perkembangan dan kemajuan bisnis dari suatu perusahaan. Perencanaan dan pelaksanaan strategi bisnis yang baik maka akan memberi dampak yang positif bagi perusahaan tetapi sebaliknya, salah dalam merencanakan dan melaksanakan strategi bisnis maka akan berdampak negatif bagi perusahaan bahkan lebih ekstrim kesulitan keuangan atau kebangkrutan pada suatu perusahaan bisa terjadi. Secara garis besar, strategi bisnis sangat menentukan arah dan capaian keberhasilan perusahaan, tidak hanya dalam bersaing di pangsa pasar tetapi diharapkan berdampak pada terwujudnya transparansi informasi perusahaan melalui *Internet Financial Reporting (IFR)* yang merupakan pengungkapan informasi keuangan maupun non-keuangan yang disajikan di dalam *website* masing-masing perusahaan, serta penggunaan *Internet Financial Reporting (IFR)* dapat menjadi salah satu sarana pengungkapan informasi yang bersifat lebih fleksibel atau mudah diakses dan berjangkauan lebih luas (Ashbaugh, *et al.* 1999; Kelton dan Yang, 2008). Model bisnis yang dijalankan oleh perusahaan akan membentuk bagaimana sistem yang akan

dijalankan perusahaan tersebut baik dari segi persaingan bisnis maupun sistem informasi yang diaplikasikan untuk menunjang keberadaan perusahaan tersebut bersaing di pangsa pasar, dalam penelitian ini dihubungkan bahwa strategi bisnis dapat mendorong transparansi pengungkapan informasi melalui *Internet Financial Reporting (IFR)* guna meminimaliasi *gap* informasi serta meningkatkan persaingan informasi bisnis berbasis internet sebagai bentuk adaptasi kemajuan teknologi.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis 2 yaitu hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa variabel *Agency Cost (AC)* memediasi pengaruh Strategi Bisnis (SB) terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* yang dibuktikan dengan hasil t-hitung = 15,36 > t-tabel = 1,96 maka dapat diartikan signifikan sebagaimana ditunjukkan pada gambar 5. Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa teori agensi (*agency theory*) berkaitan erat dengan hubungan antara agen dan prinsipal. Dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa prinsipal adalah pihak yang memberikan mandat kepada agen yaitu manajemen untuk bertindak atas nama prinsipal/pemilik untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan oleh prinsipal kepadanya. Pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan kecenderungan akan menimbulkan informasi yang diterima oleh

pihak prinsipal tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya atau lebih dikenal dengan istilah terjadinya asimetri informasi antara pihak prinsipal (pemilik) dengan agen (manajemen).

Asimetri informasi menyebabkan timbulnya konflik kepentingan antara prinsipal dan agen karena kemungkinan *agent* tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama dalam kontrak kerja. Asimetri informasi akan cenderung memungkinkan manajemen untuk mengambil kebijakan kurang efektif bagi perusahaan serta menimbulkan tidak adanya keterbukaan informasi dari pihak manajemen untuk mengungkapkan hasil kinerja manajemen tersebut kepada pemilik perusahaan (*principal*). Kemungkinan yang lain adalah bahwa *principal* tidak mengetahui suatu keputusan yang diambil oleh *agent* benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas. Mengatasi kemungkinan-kemungkinan tersebut mengakibatkan *principal* menanggung biaya keagenan (*agency cost*) yang cukup besar dalam rangka mengawasi dan memastikan bahwa tidak ada hal-hal yang dapat merugikan *principal*.

Strategi bisnis merupakan salah satu bagian pengambilan keputusan yang dipengaruhi baik oleh manajemen ataupun *shareholders* demi kemajuan bisnis perusahaan. Dalam strategi bisnis akan selalu

mempertimbangkan tentang pengeluaran biaya-biaya, di penelitian ini dihubungkan dengan *agency cost* sebagai sarana meningkatkan tata kelola khususnya meminimalisasi *gap informasi* antara manajemen dengan *shareholders* yang diharapkan berdampak pada terwujudnya transparansi informasi keuangan maupun non-keuangan yang disajikan di dalam *website* perusahaan atau dikenal dengan istilah *Internet Financial Reporting (IFR)*.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menemukan bukti bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)* dan *Agency Cost* memediasi pengaruh strategi bisnis terhadap *Internet Financial Reporting (IFR)*. Keterbatasan penelitian ini adalah menggunakan beberapa asumsi bahwa pertama, informasi dalam *website* perusahaan mencerminkan kinerja yang telah dilakukan sebelumnya dan kemudian disajikan dalam *website* perusahaan. Kedua, *website* perusahaan bersifat konstan, sehingga *Internet Financial Reporting (IFR)* mencerminkan informasi keuangan maupun non-keuangan perusahaan pada masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih memperhatikan atau memiliki cara alternatif mengatasi tentang keterbatasan penelitian ini terutama penelitian sejenis yang berbasis *Internet Financial Reporting (IFR)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, L. S. (2009). Analisa Kualitas Isi Financial And Sustainability Reporting Pada Website Perusahaan Go Publik Di Indonesia. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*, 34-38.
- Ang, J. S., Cole, R. A., & Lin, J. W. (2000). Agency Costs and Ownership Structure. *The Journal Finance*, 55, 81-106.
- Arifin. (2005). Peran Akuntan Dalam Menegakkan Prinsip Good Corporate Governance Pada Perusahaan Di Indonesia (Tinjauan Perspektif Teori Keagenan). *Sidang Senat Guru Besar Universitas Diponegoro Dalam Rangka Pengusulan Jabatan Guru Besar*.
- Ashbaugh, H., Johnstone, K. M., & Warfield, T. D. (1999). Corporate Reporting On The Internet. *Accounting Horizon*, 13, 241-257.
- Ettredge, M., Richardson, V. J., dan Scholz, S. (2001). The Presentation Of Financial Information At Corporate Web Sites. *International Journal Of Accounting Information System*, 2, 149-168.
- Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS2.0 M3*. Semarang: UNDIP.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm : Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal Of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Kelton, A. S., & Yang, Y.-w. (2008). The Impact Of Corporate Governance On Internet Financial Reporting. *Journal Of Accounting and Public Policy*, 62-87.
- Khan, A., Getie, D., Mohammad, M., & Muttakin, B. (2016). Corporate political connections, agency costs and audit quality. *International Journal of Accounting & Information Management*, 24, 1-30.
- Lestari, H. S., dan Chariri, A. (2005). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet (Internet Financial Reporting) Dalam Website Perusahaan. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1-27.
- Lindow, C. M., Stubner, S., & Wulf, T. (2010). Strategic Fit Within Family Firms: The Role of Family Influence and The Effect on Performance. *Journal of Family Business Strategy*, 1, 167-178.
- Puspitaningrum, D., & Atmini, S. (2012). Corporate Governance Mechanism And The Level Of Internet Financial Reporting : Evidence From Indonesian Companies. *Procedia Economics and Finance*, 2, 157-166.
- Siagian, F., Siregar, S. V., & Rahadian, Y. (2013). Corporate governance, reporting quality, and firm value : evidence from indonesia. *Journal Of Accounting in Emerging Economies*, 4-20.
- Spanos, L., & Mylonakis, J. (2006). Internet Corporate Reporting In Greece. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 7, 1-15.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (17 ed.). Bandung: ALFABETA.
- Warsini, S., & Rossieta, H. (2013). Pengaruh Kepemilikan Keluarga terhadap Kinerja Perusahaan dengan

Mempertimbangkan Strategi Bisnis sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Industri Manufaktur Perusahaan Publik di Bursa Efek Indonesia). *Simposium Nasional Akuntansi XVI Manado*, 4887-4908.

Xiao, J. Z., Yang, H., dan Chow, C. W. (2004). The Determinants And Characteristic Of Voluntary Intenet Based-Disclosure By Listed Chinese Companies. *Journal Of Accounting And Public Policy*, 23, 191-225.