



**PENGARUH UKURAN DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP KETEPATAN
WAKTU CORPORATE INTERNET REPORTING PADA DAFTAR EFEK SYARIAH
(STUDI PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2020)**

Hamsar^a, Bambang Kurniawan^b, Mohammad Orinaldi^c

^aEkonomi Dan Bisnis Islam/Akuntansi Syariah, hamsarancay8@gmail.com, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

^bEkonomi Dan Bisnis Islam/Akuntansi Syariah, bambangkurniawan@uinjambi.ac.id,

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

^cEkonomi Dan Bisnis Islam/Akuntansi Syariah, orinaldi@uinjambi.ac.id, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRACT

Indonesia ranks fourth in the country with the most internet usage reaching 4.9%. Almost all publicly traded companies currently provide information in the form of general company information and company financial reports through the company's website. The use of the internet as a medium for corporate reporting can be referred to as (*Corporate Internet Reporting*/CIR). Based on data related to financial reports for companies in the consumer goods industry sector in Indonesia in 2016-2020 it can be seen that there are delays in financial reports from year to year in several companies. This may affect the CIR disclosure for the year in question. This study aims to determine the effect of company size and profitability on the disclosure of Corporate Internet Reporting in consumer goods industrial sector companies in Indonesia. This research is a descriptive study with a quantitative approach that uses Panel Data Regression Analysis, Model testing, Classical Assumption Test and Hypothesis with the Eviews 12 application tool. The results of this study indicate that size and profitability have no effect on *Corporate Internet Reporting* disclosure. and the results of the F test that were carried out showed that the independent variables, namely size and profitability, were able to explain the dependent variable, namely the disclosure of *Corporate Internet Reporting* by 28% and the remaining 72% influenced by other variables outside of this study.

Keywords: Size, Profitability, Timeliness, and Disclosure of Corporate Internet Reporting.

ABSTRAK

Indonesia menempati urutan keempat negara dengan penggunaan internet terbanyak mencapai 4,9% Hampir seluruh perusahaan *go public* saat ini memberikan informasi baik berupa informasi umum perusahaan maupun laporan keuangan perusahaan melalui website perusahaan. Penggunaan internet sebagai media pelaporan perusahaan dapat disebut dengan (*Corporate Internet Reporting*/CIR). Berdasarkan data yang berkaitan dengan laporan keuangan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di indonesia Tahun 2016-2020 dapat dilihat bahwa terjadi keterlambatan dalam laporan keuangan dari tahun ketahun pada beberapa perusahaan. Hal ini dapat mempengaruhi pengungkapan CIR untuk tahun yang bersangkutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Internet Reporting* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan Analisis Regresi Data Panel, pengujian Model, Uji Asumsi Klasik dan Hipotesis dengan alat bantu aplikasi Eviews 12. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Internet Reporting*. serta hasil dari uji F yang dilakukan didapat bahwa variabel independen yaitu ukuran dan profitabilitas mampu menjelaskan variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Internet Reporting* sebesar 28% dan sisanya 72% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : Ukuran, Profitabilitas, Ketepatan waktu, dan Pengungkapan Corporate Internet Reporting.

Received September 23, 2022; Revised Desember 23, 2022; Accepted Januari 23, 2023

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pengguna internet di Indonesia semakin pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat. Alasan mendasar masyarakat menggunakan internet dalam memperoleh informasi adalah kecepatannya dalam memperoleh informasi yang diinginkan. Selain cepat, dengan penggunaan internet, setiap orang dapat mengakses informasi apapun yang dibutuhkan. Indonesia menempati urutan keempat, negara dengan pengguna internet terbanyak yaitu mencapai 4,9% dari populasi pengguna internet di negara-negara Asia. Adanya internet menyebabkan perubahan gaya hidup dalam kehidupan sehari-hari.

Internet sangat bermanfaat dalam dunia bisnis. Adanya internet dapat menjadikan sebuah perusahaan dengan mudah memiliki sebuah situs atau *website*. Dalam *website* tersebut perusahaan dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak yang memerlukan informasi tentang perusahaan itu sendiri. Berkaitan dengan hal itu, perusahaan *public* harus melakukan kewajibannya untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Kebutuhan pihak eksternal akan informasi keuangan perusahaan membuat tingkat kepentingan informasi keuangan menjadi meningkat

Hampir seluruh perusahaan *go public* saat ini memberikan informasi baik berupa informasi umum perusahaan maupun laporan keuangan perusahaan melalui website perusahaan. Penggunaan internet sebagai media pelaporan perusahaan dapat disebut dengan *Corporate Internet Reporting* (CIR). CIR adalah penyajian pelaporan informasi keuangan perusahaan melalui situs internet. Pelaporan keuangan perusahaan melalui situs web menjadi metode baru untuk penyebaran informasi keuangan. Pengungkapan informasi pada website perusahaan merupakan upaya dari perusahaan untuk mengurangi ketidaksesuaian informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal.

Laporan keuangan yang telah dipublikasikan harus memiliki nilai informasi sehingga dapat berguna bagi pengambilan keputusan. Salah satu cara untuk mengukur transparansi dan kualitas suatu laporan keuangan adalah melalui ketepatan waktu. Ketepatan waktu (*timeliness*) merupakan salah satu faktor penting dalam penyajian suatu informasi yang relevan. Laporan Keuangan akan bermanfaat apabila informasi yang dikandungnya disediakan secara tepat waktu bagi para pembuat keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitasnya dalam mempengaruhi pengambilan keputusan. Jika terdapat penundaan yang tidak semestinya dalam pelaporan keuangan, maka informasi yang diberikan akan kehilangan relevansinya. Dengan demikian informasi dikatakan relevan apabila memiliki nilai prediksi (*predictive value*), nilai umpan balik (*feedback value*) dan tersedia tepat waktu (*timeliness*). Ketepatan waktu dalam penyampaian laporan keuangan diatur dalam Undang-Undang no 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal dan selanjutnya diatur dengan Keputusan Ketua Badan Pengawasan Pasar Modal (Bapepam) No 8/PM/1996. Dalam peraturan ini disebutkan bahwa Emiten dan perusahaan publik wajib menyampaikan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh akuntan 2 yang terdaftar di Badan Pengawas Pasar Modal selambat-lambatnya pada akhir bulan ke empat atau 120 hari setelah tahun buku berakhir

Kemudian diperkuat oleh Keputusan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BapepamLK) Nomor X.K.2 pada lampiran ketua Bapepam Nomor: Kep-436/BL/2011 yang isinya adalah laporan keuangan tahunan dengan penjelasan opini dari akuntan harus diberikan kepada Bapepam maksimal 90 hari atau tiga bulan setelah tanggal laporan keuangan tahunan yang semestinya. Selanjutnya laporan tahunan sebuah perusahaan publik wajib disampaikan maksimal empat bulan dihitung dari semenjak tahun buku berakhir (Lampiran Keputusan Ketua Bapepam-LK Nomor: Kep:431/BL/2012), sedangkan untuk laporan keuangan triwulanan harus disampaikan maksimal 15 hari dihitung dari waktu setelah berakhirnya laporan keuangan triwulanan tersebut harus disampaikan (Peraturan Bapepam-LK Nomor: Per-03/BL/2010). Peraturan tentang batas waktu laporan keuangan yang disampaikan secara triwulanan ini diberikan relaksasi batas waktu penyampaian setelah terjadi pandemi covid-19 yang mengakibatkan banyak perusahaan mengalami penurunan kinerja perusahaan sehingga terbitlah Keputusan Bapepam-LK Nomor: Kep-00089/BEI/10-2020 pada tanggal 15 Oktober 2020, batas waktu penyampaian laporan keuangan triwulan I diperpanjang menjadi dua bulan, sedangkan laporan keuangan tengah tahunan dan laporan keuangan triwulan III diperpanjang menjadi satu bulan dari batas waktu pelaporan yang telah ditentukan.

Dengan kemajuan dunia bisnis yang ada saat ini masih menimbulkan fenomena yang terjadi di BEI yaitu masih ditemukannya laporan keuangan yang melebihi batas waktu publikasi pada perusahaan publik dan manufaktur. Pada tanggal 09 Mei 2019, BEI melaporkan sebanyak 24 perusahaan yang belum menyampaikan laporan keuangan. Akan di denda oleh otoritas bursa jika terlambat memberikan laporan keuangannya. 714 perusahaan yang terdaftar di (BEI), 692 di antaranya wajib mendaftarkan laporan keuangan audit 2018. Namun demikian, masih terdapat perusahaan yang tidak bertanggung jawab atas kewajiban

penyampaian dan publikasi laporan keuangan guna melengkapi ketentuan pasar modal. lembaga penyiaran BEI sudah memberikan pemberitahuan tertulis II dikenakan sanksi Rp 50.000.000 karena ketidaktepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Perusahaan yang *failed*(Bangkrut) yaitu PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA), salah satu perusahaan yang belum melaporkan hasil kerja perseroan selama setahun terakhir, bukan hanya laporan keuangan tahunannya, tetapi juga laporan keuangan menengah.

Berikut adalah daftar perusahaan yang konsisten menyampaikan laporan keuangan dan yang mengalami keterlambatan:

Table 1.1
Data Laba Bersih, Total Aset Dan Keterangan Keterlambatan perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terkategori Dalam Penelitian Tahun 2016

No	Kode Saham	Lab a Bersih	Total Aset	Keterangan
1	ADES	55,951,000,000	767,479,000,000	Konsisten
2	BTEK	-101,884,715,529	4,879,715,095,300	Konsisten
3	BUDI	36,900,000,000	2,931,800,000,000	Konsisten
4	CEKA	248,027,000,000	1,425,964,000,000	Konsisten
5	CINT	23,756,000,000	399,337,000,000	Konsisten
6	CLEO	39,016,000,000	463,291,000,000	Konsisten
7	DVLA	145,119,664,000	1,531,365,558,000	Konsisten
8	ICBP	3,635,200,000,000	28,901,900,000,000	Konsisten
9	IIKP	-27,569,000,000	364,933,000,000	Konsisten
10	INAF	-22,972,000,000	1,381,633,000,000	Konsisten

Table 1.2
Data Laba Bersih, Total Aset Dan Keterangan Keterlambatan perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terkategori Dalam Penelitian Tahun 2017

No	Kode Saham	Lab a Bersih	Total Aset	Keterangan
1	ADES	38,242,000,000	840,236,000,000	Terlambat
2	BTEK	-51,679,490,611	5,306,055,112,389	Konsisten
3	BUDI	40,965,000,000	2,939,456,000,000	Konsisten
4	CEKA	104,374,000,000	1,392,636,000,000	Konsisten
5	CINT	64,041,000,000	476,578,000,000	Konsisten
6	CLEO	50,391,000,000	660,918,000,000	Konsisten
7	DVLA	148,312,987,000	1,640,886,147,000	Konsisten
8	ICBP	3,531,200,000,000	31,619,500,000,000	Konsisten
9	IIKP	-13,010,000,000	313,924,000,000	Konsisten
10	INAF	-49,347,000,000	1,529,875,000,000	Konsisten

Table 1.3
Data Laba Bersih, Total Aset Dan Keterangan Keterlambatan perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terkategori Dalam Penelitian Tahun 2018

No	Kode Saham	Lab a Bersih	Total Aset	Keterangan
1	ADES	52,958,000,000	881,275,000,000	Konsisten
2	BTEK	114,287,091,118	5,165,236,468,705	Konsisten
3	BUDI	49,780,000,000	3,393,000,000,000	Konsisten
4	CEKA	100,378,000,000	1,168,956,000,000	Konsisten
5	CINT	16,605,000,000	491,382,000,000	Konsisten
6	CLEO	63,509,000,000	833,934,000,000	Konsisten
7	DVLA	203,324,139,000	1,682,821,739,000	Konsisten
8	ICBP	5,206,900,000,000	34,367,200,000,000	Konsisten
9	IIKP	-15,074,000,000	298,091,000,000	Konsisten
10	INAF	-29,763,000,000	1,442,351,000,000	Terlambat

Table 1.4
Data Laba Bersih, Total Aset Dan Keterangan Keterlambatan Perusahaan Sektor Industri Barang
Konsumsi Yang Terkategori Dalam Penelitian Tahun 2019

No	Kode Saham	Lab a Bersih	Total Aset	Keterangan
1	ADES	83,855,000,000	822,375,000,000	Konsisten
2	BTEK	83,843,800,594	4,975,248,130,342	Konsisten
3	BUDI	64,021,000,000	2,999,767,000,000	Konsisten
4	CEKA	215,459,200,242	1,393,079,542,074	Konsisten
5	CINT	7,221,065,916	521,493,784,876	Konsisten
6	CLEO	130,756,566,406	1,245,144,303,719	Konsisten
7	DVLA	219,199,794,000	1,829,960,714,000	Konsisten
8	ICBP	5,360,029,000,000	38,709,314,000,000	Konsisten
9	IHKP	85,544,158,340	384,481,206,140	Konsisten
10	INAF	7,961,966,026	1,383,935,194,386	Terlambat

Table 1.5
Data Laba Bersih, Total Aset Dan Keterangan Keterlambatan Perusahaan Sektor Industri Barang
Konsumsi Yang Terkategori Dalam Penelitian Tahun 2020

No	Kode Saham	Lab a Bersih	Total Aset	Keterangan
1	ADES	135,789,000,000	958,791,000,000	Konsisten
2	BTEK	509,507,890,912	4,223,727,970,626	Konsisten
3	BUDI	67,093,000,000	2,963,007,000,000	Konsisten
4	CEKA	181,812,593,992	1,566,673,828,068	Konsisten
5	CINT	249,076,655	498,020,612,974	Konsisten
6	CLEO	132,772,234,495	1,310,940,121,622	Konsisten
7	DVLA	162,072,984,000	1,986,711,872,000	Konsisten
8	ICBP	7,418,574,000,000	103,588,325,000,000	Konsisten
9	IHKP	-41,519,336,887	343,139,482,249	Konsisten
10	INAF	30,020,709	1,713,334,658,849	Konsisten

Berdasarkan data diatas, terlihat naik turunnya laba dan total asetserta laporan keuangan yang konsisten dan terlambat dalam menyampaikan laporan keuangan perusahaan industri barang konsumsi yang di proyeksi oleh 10 perusahaan diantaranya PT Akasha Wira International Tbk (ADES), PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk (BTEK), PT Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI), PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA), PT Chitose Internasional (CINT), PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO), PT Darya-Varia Laboratoria Tbk (DVLA), PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Inti Agri Resources Tbk (IHKP) dan PT Indonesia Farma Tbk (INAF).

Dari data diatas terlihat jelas ada beberapa perusahaan yang tidak tepat waktu dalam menyampaikan informasi keuangan tahunannya. Faktor yang mempengaruhi ketepatan waktu dalam penyampaian laporan keuangan pada perusahaan yaitu seperti ukuran perusahaan dan profitabilitas. Pemilihan perusahaan *sektor industri barang konsumsi* ini didasarkan pada pertimbangan akan masih adanya perusahaan yang sampai sekarang masih belum tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya jadi inilah mengapa alasan saya memilih perusahaan sektor industri barang konsumsi sebagai sumber dari masalah yang saya teliti

Variabel ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaan adalah perusahaan yang telah memiliki arus kas yang positif serta diperkirakan akan mempunyai aspek menguntungkan dalam kurun waktu relatif lama. Rai dan Merta (2016) mengatakan bahwa besar kecilnya total aktiva maupun modal yang digunakan perusahaan merupakan cerminan dari ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Menurut badan setandarisasi nasional, kategori ukuran perusahaan ada 3 macam, yaitu: 1). Perusahaan kecil, memiliki kekayaan bersih

JURNAL PUBLIKASI MANAJEMEN INFORMATIKA Vol.2, No.1, Januari 2023, pp. 121 - 132

lebih dari 50.000.000,- sampai 500.000.000,- tidak termasuk tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,- sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,-. 2). Perusahaan menengah, memiliki kekayaan bersih antara 500.000.000,- sampai 10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,- sampai 50.000.000.000,-. 3). Perusahaan besar, memiliki kekayaan bersih lebih dari 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan lebih dari 50.000.000.000,-

Ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan. Riyanto (2011) berpendapat bahwa perusahaan yang besar dengan sebaran saham perusahaan yang besar pula akan memiliki dampak yang kecil terhadap hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan, jadi perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih berani untuk mengeluarkan saham baru guna memenuhi kebutuhan perusahaan ketimbang perusahaan kecil. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memudahkan para investor mengetahui kinerja perusahaan untuk menanamkan sahamnya di perusahaan yang menggunakan CIR (*Corporate Internet Reporting*)

Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini juga menggambarkan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini di tunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Pengukuran rasio ini dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Tingginya profitabilitas menandakan kinerja keuangan yang baik sehingga perusahaan cenderung memiliki sedikit atau sama sekali tidak memiliki konflik dengan auditor yang menyebabkan waktu yang diperlukan auditor untuk menyelesaikan tugasnya relative singkat dengan jangkauan audit yang cukup

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Agensi (Agency Theory)

Teori agensi mulai berkembang sejak penelitian Jensen dan Meckling 1976. Teori ini mendefinisikan bahwa *agency theory* sebagai hubungan antara pihak prinsipal dan agen, dimana prinsipal adalah pihak yang memberikan mandat kepada pihak agen dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi produsen.

Ikatan keagenan terjadi antara pemegang saham dan manajer, atau pemegang saham dengan kreditor. Hubungan yang baik antara pemegang saham dan manajer adalah hubungan yang bisa menjelaskan apa saja yang harus dilakukan oleh manajer dalam mengelola sumber daya yang diinvestasikan dan pembagian hasil usaha antara pihak manajer (agen) dan pemegang saham (prinsipal). Selain itu, Jensen dan Meckling 1976 mencoba menjelaskan adanya konflik kepentingan antara agen dan prinsipal yang ditimbulkan karena adanya perbedaan kepentingan dan ketidak seimbangan informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (pemegang saham) sebagai prinsipal.

Masing-masing pihak berusaha untuk memaksimalkan kepentingan pribadi mereka. Prinsipal mengharapkan hasil akhir yaitu peningkatan laba atau nilai investasi dalam perusahaan. Sedangkan agen memiliki kepentingan pribadi yang ingin mereka raih yaitu menerima kompensasi yang layak atas kinerja yang telah mereka lakukan. Prinsipal melakukan penilaian terhadap kinerja yang telah dilakukan oleh agen berdasarkan kemampuannya memperbesar laba. Semakin tinggi jumlah laba yang dihasilkan oleh agen, maka prinsipal akan memperoleh bagian deviden yang semakin tinggi sehingga agen dianggap berhasil atau memiliki kinerja yang baik dan layak untuk mendapatkan insentif yang tinggi.

2.2 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori ini dicetuskan oleh Arkelof pada tahun 1970 digunakan untuk menghindari adanya asimetri informasi. Konsep asimetri informasi menyerupai seorang penjual yang memahami kualitas produk dibandingkan dengan pembeli sehingga pembeli dapat mengalami kerugian karena salah dalam memilih produk. Asimetri informasi merupakan indikasi kegagalan pasar yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Teori sinyal juga dapat menunjukkan jenis perusahaan dalam ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan. Penyampaian informasi perusahaan di internet dapat memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan yang lebih luas bagi publik dan para calon investor dengan melihat dari *website* perusahaan yang akan dituju. Pada penelitian ini perusahaan yang berkualitas baik nantinya akan memberikan sinyal dengan cara menyampaikan pelaporan perusahaan dengan tepat waktu

2.3 Karakteristik Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang penting dalam menentukan luas pengungkapan. Semakin besar atau tinggi total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva menunjukkan semakin banyak modal yang

Pengaruh Ukuran Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting Pada Daftar Efek Syariah (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020) (Hamsar)

ditanam. Semakin banyak tingkat penjualan menunjukkan semakin banyak perputaran uang. Menurut Sari (2011) karakteristik perusahaan merupakan ciri khas atau sifat yang melekat dalam suatu entitas usaha yang dapat dilihat dari beberapa segi, diantaranya ukuran perusahaan, jenis usaha, tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, dan leverage.

2.4 Corporate Internet Reporting (CIR)

Pelaporan perusahaan ialah proses komunikasi antara informasi keuangan dan non-keuangan terkait dengan sumber daya serta kinerja perusahaan. Oleh sebab itu pelaporan perusahaan di internet dapat diartikan sebagai proses komunikasi antara informasi keuangan dan non-keuangan terkait dengan sumber daya dan kinerja perusahaan melalui internet. Pelaporan perusahaan berbasis *web* telah menjadi sesuatu yang sangat populer sampai saat ini. Teknologi internet mempersiapkan *platform* baru dalam menyebarkan informasi perusahaan yaitu informasi yang diungkapkan lewat *website* dalam bentuk cetak.

2.5 Ketepatan Waktu

Sesuai dengan peraturan BAPEPAM Nomor: Kep-431/BL/2012 Emiten atau Perusahaan Publik yang pernyataan pendaftarannya telah menjadi efektif wajib menyampaikan laporan tahunan kepada Bapepam dan LK paling lama 4 bulan setelah tahun buku berakhir. Ketepatan waktu pelaporan perusahaan sangat berpengaruh bagi perusahaan. Ketepatan waktu pelaporan akan menarik investor dan menunjukkan *kredibilitas* perusahaan. Apabila pelaporan perusahaan dilakukan tepat waktu maka penilaian terhadap perusahaan juga akan meningkat.

Menurut Hendriksen Ketepatan waktu tidak menjamin relevansi, tetapi relevansi tidaklah mungkin tanpa adanya ketepatan waktu. Ketepatan waktu dalam penyampaian laporan keuangan dapat berpengaruh bagi kualitas laporan keuangan, hal ini dikarenakan ketepatan waktu menunjukkan bahwa informasi yang diberikan bersifat baru dan tidak *out of date*. Informasi yang baru tersebut menunjukkan bahwa kualitas dari laporan tersebut baik. Relevansi sebuah laporan dapat diperoleh apabila laporan tersebut dapat disajikan dengan tepat waktu.

2.6 Daftar Efek Syariah

Efek syariah adalah objek transaksi (*Mabi'*) yang merupakan produk investasi yang memenuhi prinsip islam dan dapat diperjualbelikan di pasar modal syariah. Peraturan OJK mendefinisikan Efek Syariah adalah Efek sebagaimana dimaksud dalam Undang Undang Tentang pasar modal dan peraturan pelaksanaannya yaitu akad, cara pengelolaan, kegiatan usaha, asset yang menjadi landasan akad, atau asset yang terkait dengan efek dimaksud dan penerbitnya, tidak bertentangan dengan prinsip syariah di pasar modal.

Daftar Efek Syariah adalah kumpulan Efek Syariah, yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan atau diterbitkan oleh Pihak Penerbit Daftar Efek Syariah. DES yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dapat dikategorikan menjadi 2 jenis, yaitu DES Periodik merupakan DES yang diterbitkan secara berkala 2 (dua) kali dalam satu tahun, pada bulan Mei dan November. Kemudian DES insidental merupakan DES yang diterbitkan tidak secara berkala. DES Insidental antara lain, Penetapan saham dan/atau Perusahaan Publik yang memenuhi kriteria efek syariah bersamaan dengan efektifnya pernyataan pendaftaran Emiten yang melakukan penawaran umum perdana atau pernyataan pendaftaran Perusahaan Publik, serta penetapan saham dan/atau Perusahaan Publik yang tidak lagi memenuhi kriteria efek syariah.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder sebagai sumber data yang didapatkan melalui laman resmi Otoritas jasa keuangan www.ojk.go.id dan Bursa Efek Indonesia (BEI) pada www.idx.co.id. Sebanyak 436 Populasi yang digunakan pada penelitian yaitu Perusahaan Syariah yang terdaftar di Daftar Efek Syariah. Sampel yang digunakan dari populasi perusahaan syariah yang ada di Daftar Efek Syariah tahun 2016 - 2020 adalah Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi sebanyak 26 perusahaan Syariah. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan analisis data yang sudah tersedia kemudian di olah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam menganalisis bagaimana pengaruh ukuran dan profitabilitas Perusahaan terhadap Corporate Internet Reporting yang terdaftar di Daftar Efek Syariah tahun 2016-2020 pengolahan data dengan menggunakan software Eviews 12 dan Microsoft Excel 2010. Dengan menggunakan alat analisis uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan menggunakan uji hipotesis yakni koefisien determinasi, uji f dan Uji t.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis regresi data panel

a. Common Effect Model

Tabel 4.1
Common Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.647096	0.272506	2.374611	0.0191
X1	0.011608	0.009603	1.208798	0.2290
X2	-0.103954	0.094526	-1.099739	0.2735
R-squared	0.016628	Mean dependent var		0.969231
Adjusted R-squared	0.001142	S.D. dependent var		0.173360
S.E. of regression	0.173261	Akaike info criterion		-0.645229
Sum squared resid	3.812458	Schwarz criterion		-0.579056
Log likelihood	44.93991	Hannan-Quinn criter.		-0.618341
F-statistic	1.073726	Durbin-Watson stat		1.981706
Prob(F-statistic)	0.344814			

Dari data diatas terlihat bahwa nilai probabilitas ukuran perusahaan sebesar 0.2290, nilai ini lebih besar dari nilai alpha (0.05) hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu CIR. Nilai probabilitas profitabilitas 0.2735 nilai ini lebih besar dari nilai alpha (0.05) hal ini berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu CIR.

b. Fixed Effet Model

Tabel 4.2
Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.236756	1.194156	0.198262	0.8432
X1	0.025780	0.041854	0.615945	0.5393
X2	-0.034940	0.112385	-0.310899	0.7565
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.281105	Mean dependent var		0.969231
Adjusted R-squared	0.090809	S.D. dependent var		0.173360
S.E. of regression	0.165301	Akaike info criterion		-0.573886
Sum squared resid	2.787102	Schwarz criterion		0.043737
Log likelihood	65.30257	Hannan-Quinn criter.		-0.322925
F-statistic	1.477197	Durbin-Watson stat		2.660469
Prob(F-statistic)	0.084591			

Dari data diatas diketahui bahwa nilai probabilitas ukuran perusahaan sebesar 0.5393 lebih besar dari nilai alpha (0.05) yang berarti bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu CIR. Nilai probabilitas profitabilitas sebesar 0.7565 lebih besar dari nilai alpha (0.05) yang berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu CIR.

c. Random Effect Model

Tabel 4.3
Random Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.647663	0.320596	2.020186	0.0455
X1	0.011533	0.011277	1.022709	0.3084
X2	-0.085740	0.096700	-0.886659	0.3769
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.056388	0.1042
Idiosyncratic random			0.165301	0.8958
Weighted Statistics				
R-squared	0.011925	Mean dependent var		0.770634
Adjusted R-squared	-0.003635	S.D. dependent var		0.164265
S.E. of regression	0.164563	Sum squared resid		3.439302
F-statistic	0.766406	Durbin-Watson stat		2.186193
Prob(F-statistic)	0.466817			

Dari table diatas terlihat bahwa nilai probabilitas ukuran perusahaan sebesar 0.3084 lebih besar dari nilai alpha (0.05) yang berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu CIR. Nilai probabilititableas profitabilitas sebesar 0.3769 lebih besar dari nilai alpha (0.05) yang berarti profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu CIR.

4.2 Pengujian Model

a. Uji Chow

Tabel 4.4
Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.501003	(25,102)	0.0814
Cross-section Chi-square	40.725309	25	0.0245

Dari table diatas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas *crosssection chi-square f* adalah sebesar 0.0245 yang mana nilai ini lebih kecil < 0,05 sehingga H0 ditolak dan Ha diterima maka dapat disimpulkan bahwa model *fixed effect* lebih tepat dibandingkan dengan *common effect* untuk penelitian ini.

b. Uji Housman

Tabel 4.5
Uji Housman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.868630	2	0.6477

Cross-section random effects test comparisons:

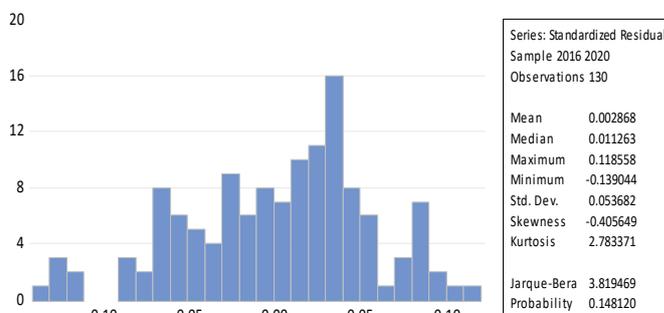
	Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
Dari l yang ma	X1	0.025780	0.011533	0.001625	0.7237
	X2	-0.034940	-0.085740	0.003280	0.3750

Maka dapat disimpulkan bahwa *random effect model* lebih tepat dari *fixed effect model*.

4.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.6
Grafik Uji Normalitas



Berdasarkan gambar diatas, nilai probability adalah sebesar $0,14 > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.7
Uji Multikolinieritas

	X1	X2
X1	1.000000	0.245424
X2	0.245424	1.000000

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dari table diatas menunjukkan bahwa nilai dari setiap variabel independen yaitu $0,24 < 10$ Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.8
Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.417954	0.216362	1.931737	0.0556
X1	-0.013202	0.007625	-1.731548	0.0858
X2	0.090840	0.075050	1.210388	0.2284

Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas pada penelitian ini diatas nilai alpha (0,05). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Tabel 4.9
Uji T (Uji Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.647663	0.320596	2.020186	0.0455
X1	0.011533	0.011277	1.022709	0.3084
X2	-0.085740	0.096700	-0.886659	0.3769

Sumber : data mentah yang diolah menggunakan eviews 10

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil pengujian dari hipotesis yang disusun pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,3084 > 0,05$. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, maka ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CIR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di DES tahun 2016-2020.
2. Profitabilitas memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,3769 > 0,05$. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, maka profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CIR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di DES tahun 2016-2020.

b. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.10
Uji F (Uji Simultan)

R-squared	0.281105	Mean dependent var	0.969231
Adjusted R-squared	0.090809	S.D. dependent var	0.173360
S.E. of regression	0.165301	Akaike info criterion	-0.573886
Sum squared resid	2.787102	Schwarz criterion	0.043737
Log likelihood	65.30257	Hannan-Quinn criter.	-0.322925
F-statistic	1.477197	Durbin-Watson stat	2.660469
Prob(F-statistic)	0.084591		

Sumber : data mentah yang diolah menggunakan eviews 10

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dapat dilihat dari nilai probabilitas (F-statistic) yang mana nilainya adalah $0,084591 > 0,05$. Hal ini berarti Ukuran dan profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap CIR.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 4.11
R-Squared

R-squared	0.281105	Mean dependent var	0.969231
Adjusted R-squared	0.090809	S.D. dependent var	0.173360
S.E. of regression	0.165301	Akaike info criterion	-0.573886
Sum squared resid	2.787102	Schwarz criterion	0.043737
Log likelihood	65.30257	Hannan-Quinn criter.	-0.322925
F-statistic	1.477197	Durbin-Watson stat	2.660469
Prob(F-statistic)	0.084591		

Sumber : data mentah yang diolah menggunakan eviews 10

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai dari R-square adalah sebesar 0,281105 atau 28% yang artinya CIR dapat dijelaskan oleh Ukuran dan Profitabilitas sebesar 28%, sedangkan sisanya sebesar 72% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CIR

Hasil uji T pada variabel Ukuran Perusahaan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,3084 dimana nilai ini lebih besar dari $>0,05$. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, maka ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh terhadap CIR pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di DES tahun 2016-2020. Hal ini berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CIR perusahaan itu sendiri. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Verawaty dkk (2018) yang menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak mempengaruhi ketepatan waktu CIR (*Corporate Internet Reporting*).

b. Pengaruh profitabilitas terhadap CIR

Hasil uji T pada variabel Profitabilitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,3769 dimana nilai ini lebih besar dari $> 0,05$ yang berarti profitabilitas tidak memberikan pengaruh terhadap CIR perusahaan sector industri barang konsumsi yang terdaftar di DES 2016-2020. Hal ini berarti CIR tidak dipengaruhi oleh Profitabilitas. Dikarenakan perusahaan beranggapan bahwa CIR sangat penting untuk menjaga citra perusahaan oleh sebab itu berdasarkan Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi atau rendah akan melakukan pengungkapan CIR yang dilakukan perusahaan. Perusahaan melakukan pengungkapan CIR berdasarkan undang-undang, sehingga pelaksanaannya tidak terlalu bergantung pada profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Ausama Suyuduri, Ezat dan El-mary (2017-2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki hubungan signifikan dengan CIR

Pengungkapan CIR akan tetap dilakukan meski tingkat profitabilitas rendah, hal ini dilakukan untuk menarik minat investor agar tetap melakukan investasinya. Oleh karena itu pengungkapan CIR dapat menjaga citra perusahaan tetap baik meski Profitabilitasnya rendah.

c. Pengaruh ukuran dan profitabilitas perusahaan terhadap CIR

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian dapat diketahui jawaban dari rumusan masalah secara parsial Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CIR, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CIR. Sedangkan secara simultan Ukuran dan Profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap CIR, hal ini dapat dilihat dari table hasil penelitian uji F yang mana nilai probabilitas 0,084591 lebih besar dari $> 0,05$. Hal ini berarti ukuran dan profitabilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap CIR. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Verawaty dkk (2018) yang menyatakan bahwa variabel ukuran, profitabilitas secara simultan tidak mempengaruhi CIR.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CIR perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di DES 2016-2020.
- b. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CIR perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di DES 2016-2020.
- c. Ukuran dan Profitabilitas perusahaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap CIR perusahaan sector industri barang konsumsi yang terdaftar di DES 2016-2020.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan sektor industri barang konsumsi diharapkan lebih mempertahankan laba bersih agar stabil atau bahkan meningkat signifikan setiap tahun demi menjaga harga saham tetap baik.
- b. Bagi investor diperlukan untuk menganalisis terlebih dahulu kinerja keuangan suatu perusahaan sebelum menanamkan modalnya.
- c. Bagi penelitian selanjutnya agar memperluas objek penelitian tidak hanya pada perusahaan sektor industri barang konsumsi, tetapi dilakukan pada perusahaan sektor lainnya dengan variabel yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fatimah, Zahara, and Ni Made Artini. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2021): 25–38.
- [2] Firdaus, Muhammad Latif, and Dul MUID. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting Pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." PhD Thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2014.
- [3] Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2018.
- [4] Kopong, Beatrix Apriani, Jubaedah Nawir, and Yul Tito Permadhy. "Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI." *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2021): 636–47.
- [5] Novius, Andri. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting Dalam Mendukung Transparansi Keuangan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi* 14, no. 1 (2019): 59–78.
- [6] Pertiwi, Atika Hari. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," 2016.
- [7] Suffah, Roviqotus, and Akhmad Riduwan. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 5, no. 2 (2016).

Pengaruh Ukuran Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting Pada Daftar Efek Syariah (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020) (Hamsar)

- [8] Susanto, Adelia. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting." *Parsimonia-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 2 (2018): 233–46.
- [9] Tang, Sukiantono, and Meilisa Meilisa. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019." *Inovasi17*, no. 2 (2021): 294–302.