

Pengaruh Internet Financial Reporting terhadap Nilai Perusahaan

Annisa Indah Lestari^{*}, Edi Sukarmanto

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

annisaindahlestari10@gmail.com, edi66sukarmanto@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze how the influence of internet financial reporting on company value. In its implementation, data collection is carried out by researchers using purposive sampling method so that the data obtained is appropriate, as determined by the previous criteria. The sample applied in this study included 49 companies in the consumer non-cyclicals sector with an observation period from 2019-2023, resulting in 245 observations. Researchers used a verification methodology with a quantitative approach, where hypothesis testing was carried out through simple linear regression analysis. The research findings indicate a significant positive effect of the internet financial reporting variable on firm value. Further research suggestions are expected to replace variable measurements in order to obtain different results and consider adding other variable

Keywords: *Company Value, Internet Financial Reporting, Consumer Non-Cyclicals Sector Companies.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh internet financial reporting terhadap nilai perusahaan. Dalam pelaksanaannya, pengambilan data dilakukan oleh peneliti dengan pengimplementasian metode purposive sampling agar data yang didapatkan sesuai, sebagaimana penetapan kriteria sebelumnya. Sampel yang diterapkan pada penelitian ini diantaranya 49 perusahaan sektor consumer non-cyclicals dengan masa pengamatan dari rentang tahun 2019-2023 sehingga menghasilkan 245 pengamatan. Peneliti menggunakan metodologi verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dimana pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear sederhana. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari variabel internet financial reporting terhadap nilai perusahaan. Saran penelitian selanjutnya diharapkan mengganti pengukuran variabel agar dapat memperoleh hasil yang berbeda serta mempertimbangkan penambahan variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan, seperti kebijakan dividen dan tingkat profitabilitas.

Kata Kunci: *Internet Financial Reporting, Nilai Perusahaan, Perusahaan Consumer Non-Cyclicals.*

A. Pendahuluan

Berkembangnya bidang ilmu pengetahuan dan teknologi telah menciptakan implikasi transformatif yang cenderung konsisten terhadap berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam sektor bisnis. Di era digital ini, semakin banyak perusahaan yang mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi, terutama pemanfaatan internet, sebagai strategi utama untuk mengoptimalkan kinerja bisnis dan mencapai sasaran jangka panjang mereka dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Dalam konteks investasi, nilai perusahaan menjadi parameter krusial yang digunakan investor untuk menganalisis dan mengevaluasi berbagai kinerja historis, serta prospek masa depan suatu entitas bisnis. Terjadinya fenomena penurunan rata-rata nilai perdagangan saham harian di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 2020 lalu telah menggarisbawahi berbagai tantangan yang dihadapi perusahaan dalam upaya mempertahankan dan memaksimalkan kepercayaan investor. Menghadapi situasi tersebut, salah satu strategi efektif yang dapat diterapkan perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan adalah dengan meminimalisasi asimetri informasi antara manajemen dan pemangku kepentingan. Prihal ini tentu dapat diwujudkan melalui penyajian laporan keuangan yang tidak hanya transparan dan akuntabel, tetapi juga kemudahan akses oleh seluruh pihak.

Internet Financial Reporting (IFR) ialah publikasi informasi keuangan perusahaan melalui media internet, yang mencakup data dalam format seperti PDF, HTML, Excel, dan XBRL (Sukmadilaga, et al., 2019:2). Teknologi ini memberikan keuntungan dalam efisiensi biaya, jangkauan luas, dan kemudahan akses informasi bagi para pemangku kepentingan. Merujuk pada survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada rentetan tahun 2023 ditemukan adanya 215 juta pengguna internet di Indonesia, sehingga penerapan IFR dapat menjadi alat komunikasi yang efektif antara perusahaan dan investor. Dengan memanfaatkan IFR, perusahaan dapat meningkatkan transparansi informasi keuangan yang pada akhirnya berdampak positif pada nilai saham dan kepercayaan investor.

Implementasi internet financial reporting merupakan manifestasi konkret dari POJK Nomor 8/POJK 04/2015 sebuah regulasi yang dirancang untuk mendorong keterbukaan transparansi dan aksesibilitas informasi yang lebih komprehensif di pasar modal Indonesia. Sistem pelaporan berbasis internet ini memungkinkan penyajian informasi keuangan berkualitas tinggi, yang memudahkan investor dalam melakukan analisis mendalam dan mengambil keputusan investasi yang lebih tepat. Studi empiris sebelumnya menunjukkan bahwa pengadopsian IFR memberikan sinyal positif kepada komunitas investor, sehingga menciptakan permintaan saham yang lebih tinggi dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Dari perspektif Islam, konsep transparansi dalam penyampaian informasi keuangan menjadi landasan nilai yang penting, sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an surat Asy-Syuara ayat 181-183. Prinsip ini mengajarkan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam penyajian informasi, dengan tujuan fundamental untuk mencegah terjadinya kerugian atau ketidakadilan terhadap pihak manapun. Penerapan IFR, dengan karakteristiknya yang mengedepankan keterbukaan informasi secara komprehensif dan terbebas dari unsur manipulasi atau penipuan, sejalan dengan prinsip-prinsip syariah tersebut sehingga dapat memperkuat kepercayaan investor.

Penelitian ini bertujuan guna menganalisis pengaruh penerapan IFR terhadap nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang telah mendaftarkan sahamnya di BEI pada rentang tahun 2019-2023. Penelitian ini ditujukan guna memberikan manfaat teoritis dalam pengembangan ilmu akuntansi keuangan, praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan transparansi informasi, dan bagi investor informasi guna perencanaan keputusan investasi yang lebih baik.

B. Metode

Dalam pelaksanaan penelitian ini, metodologi yang diimplementasikan ialah metode penelitian verifikatif yang dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif. Metode verifikatif merupakan suatu pendekatan sistematis yang diterapkan terhadap populasi atau sampel penelitian yang telah ditentukan, dengan sasaran utama guna menguji validitas hipotesis yang telah diformulasikan pada tahap awal penelitian. Penerapan metode ini tidak lain karena kemampuannya dalam memberikan pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antar variabel melalui pengujian statistik (Sugiyono, 2017:8).

Objek penelitian ini berfokus pada perusahaan dalam kategori consumer non-cyclicals yang telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang lima tahun, yaitu dari rentang tahun 2019-2023. Dari total populasi yang terdiri dari 128 perusahaan di sektor tersebut, dilakukan proses penyaringan sampel merujuk pada kriteria yang sebelumnya telah ditentukan dalam penelitian. Lingkup analisis dalam studi ini mencakup seluruh perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang mendaftarkan sahamnya di BEI, di mana setiap perusahaan akan dianalisis secara komprehensif guna memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Proses pemilihan sampel diterapkan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria spesifik yang sebelumnya ditetapkan, hal ini ditujukan agar dapat memberikan informasi yang diinginkan sesuai kebutuhan penelitian. Kriteria-kriteria tersebut dirancang secara sistematis guna menghasilkan sampel yang representatif dan mampu menjawab pertanyaan penelitian secara optimal. Berikut perumusan kriteria sampel yang diterapkan:

1. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang telah mencatatkan sahamnya di BEI hingga tanggal 31 Desember 2018.
2. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang menyerahkan laporan keuangan dan laporan tahunannya ke dalam website perusahaan dan BEI.
3. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang dapat diakses secara bebas website perusahaannya.
4. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang pelaporan keuangannya menerapkan kurs rupiah.
5. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang menyajikan informasi yang rinci guna memenuhi kebutuhan penelitian.
6. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang tetap terdaftar di BEI pada jangka tahun penelitian.

Pemilihan jumlah sampel yang akan diolah dari keseluruhan populasi dilakukan dengan metode purposive sampling. Dari total 128 keseluruhan populasi, melalui proses seleksi yang sistematis dan terstruktur, diperoleh 49 perusahaan yang terpilih pada rentang periode 2019-2023. Dengan demikian, sampel data yang ditetapkan mencapai 245 sampel dari keseluruhan jumlah unit analisis yang diterapkan. Keseluruhan sampel tersebut dinilai telah memadai untuk memberikan gambaran yang representatif.

Konstruksi pada penelitian memanfaatkan dua variabel diantaranya Internet Financial Reporting ditempatkan sebagai variabel independen atau variabel bebas (X) serta Nilai Perusahaan berperan sebagai variabel dependen atau variabel terikat (Y). Untuk menganalisis keterkaitan antara kedua variabel tersebut, peneliti mengadopsi metodologi regresi linear sederhana. Penerapan metode ini ditujukan guna mengevaluasi apakah penerapan Internet Financial Reporting memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan, langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisis linear sederhana yaitu:

1. Estimasi parameter regresi linear dengan regresi linear sederhana.
2. Uji normalitas dengan menerapkan uji Kolmogorov-Smirnov.
3. Uji heteroskedastisitas dengan melihat pola pada Scatter-Plot.
4. Uji autokorekasi.
5. Jika semua asumsi klasik terpenuhi, langkah selanjutnya adalah pengujian parsial menggunakan uji t untuk menilai signifikansi penerapan internet financial reporting berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6. Membuat konklusi akhir secara menyeluruh berdasarkan hasil analisis.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana diterapkan guna memperoleh informasi mengenai pengaruh *Internet Financial Reporting* terhadap Nilai Perusahaan. Analisis linear sederhana yang diimplementasikan menggunakan *software SPSS Statistics 23* dengan hasil yang tersedia pada Tabel 1.

Tabel 1. Koefisien Regresi

Variabel	β	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	0.035	0.294	0.118	0.906
IFR	0.744	0.243	3.061	0.002

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana yang tersedia pada Tabel 1 di atas, maka perumusan persamaannya dirumuskan sebagai berikut:

$$NP = 0.035 + 0.744 \text{ IFR}$$

Keterangan:

NP = Nilai Perusahaan

IFR = *Internet Financial Reporting*

Berikut di bawah ialah hasil interpretasi dari tiap-tiap variabel dengan mengaplikasikan persamaan regresi sederhana sebelumnya:

1. β_0 = Artinya nilai konstanta (α) yaitu senilai 0.035, menunjukkan jika variabel *Internet Financial Reporting* (X) bernilai konstan atau nol, maka Nilai Perusahaan (Y) akan bernilai sebesar konstanta yaitu 0.035.
2. β_1 = Koefisien regresi pada variabel *Internet Financial Reporting* menampakkan nilai positif senilai 0.744. Hal ini mengindikasikan adanya korelasi proporsional terkait *Internet Financial Reporting* dan Nilai Perusahaan, dimana setiap terjadi kenaikan pada variabel *Internet Financial Reporting* (X) di perusahaan-perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang telah mencatatkan sahamnya di BEI pada rentang waktu 2019-2023, diprediksi mengalami peningkatan Nilai Perusahaan senilai 0.744.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas ditujukan guna memastikan bahwa variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi yang normal (Siregar, 2015). Dengan, menerapkan uji normalitas data metode Kolmogorov-Smirnov, berikut diantara rumusan kriterianya:

1. Jika hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov ≥ 0.05 , nilai ini mengkonfirmasi terpenuhinya uji normalitas
2. Jika hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov < 0.05 , nilai ini mengkonfirmasi tidak terpenuhinya uji normalitas

Data uji normalitas yang diimplementasikan menggunakan *software* SPSS *Statistics* 23 sebagaimana hasil yang tersedia pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Normalitas

Test	Statistik Uji	Asymp. Sig. (2-tailed)
Kolmogorov-Smirnov	0.055	0.067

Merujuk dari hasil uji normalitas yang ditampilkan Tabel 2, dapat diinterpretasikan bahwa data menunjukkan distribusi normal serta mengkonfirmasi terpenuhinya syarat normalitas. Asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0.067 nilai tersebut diatas ambang batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05.

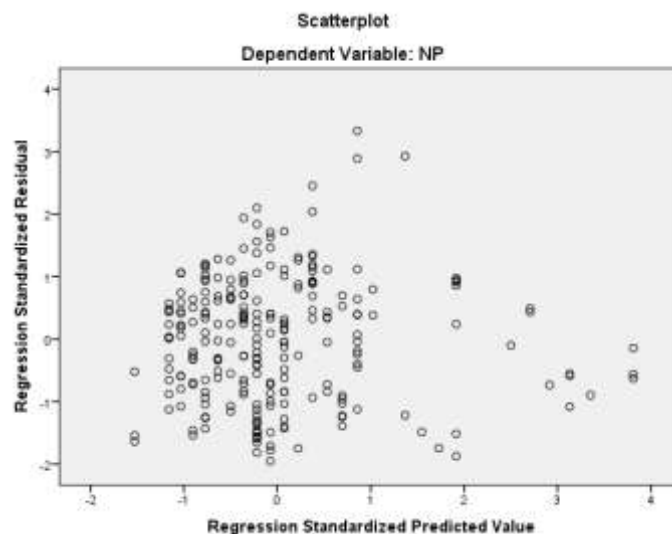
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diterapkan guna memeriksa apakah variabel pengganggu memiliki varian yang seragam atau tidak. Deteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan melalui proses mengamati pola tertentu pada grafik *Scatter-Plot* yang menggambarkan korelasi antara variabel dependen dan residualnya. Landasan analisis uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Jika terdapat pola tertentu, heteroskedastisitas terindikasi ketika plot data membentuk suatu konfigurasi yang teratur dan dapat diidentifikasi, misalnya titik-titik yang tersusun membentuk pola bergelombang, mengembang kemudian mengerucut, atau bentuk sistematis lainnya.

Sebaliknya, kondisi homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dapat dinyatakan

apabila sebaran titik-titik pada grafik tampak random dan tidak memperlihatkan formasi spesifik, dengan distribusi yang merata di atas dan di bawah garis horizontal pada sumbu Y yang melewati titik 0.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: *Output SPSS* (Hasil pengolahan data, 2024)

Berdasarkan Gambar 1, dapat diobservasi bahwa data penelitian terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Hal ini ditunjukkan oleh pola sebaran titik-titik data yang tersebar acak tanpa mengarah pada konfigurasi pola spesifik, dengan distribusi yang merata di atas dan di bawah horizontal pada titik 0 sumbu Y. Pola sebaran ini mengkonfirmasi terpenuhinya uji heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ditunjukkan guna melakukan pengujian apakah variabel terikat (dependen) dalam bentuk model regresi linear berkorelasi dengan dirinya sendiri. Pengambilan keputusan dalam ada tidaknya gejala autokorelasi pada riset ditampilkan berdasarkan nilai Durbin-Watson (DW) yang dikomparasikan dengan nilai batas atas (dU). Keputusan ada tidaknya gejala autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai DW berada dalam rentang dU hingga $4 - dU$ dan koefisien korelasi bernilai nol, maka ketiadaan autokorelasi dapat dikonfirmasi.
2. Jika nilai DW lebih kecil dari dL dan koefisien korelasi bernilai positif, maka terindikasi adanya autokorelasi positif.
3. Jika nilai DW lebih besar dari $4 - dL$ dan koefisien korelasi bernilai negatif, maka autokorelasi teridentifikasi negatif.
4. Jika nilai DW berada di antara $4 - dU$ dan $4 - dL$, maka ketidakpastian terjadi mengenai keberadaan autokorelasi.

Uji autokorelasi yang diimplementasikan menggunakan *software SPSS Statistics 23* sebagaimana yang tersedia pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Test	Statistik Uji
Durbin-Watson	1.940

Merujuk pada hasil pengujian autokorelasi sebagaimana tersedia pada Tabel 3, nilai DW yang diperoleh adalah 1.940. Dengan membandingkan nilai tersebut dengan tabel Durbin-Watson untuk 245 observasi dan satu variabel bebas, diketahui bahwa nilai dU adalah 1.79. Nilai DW dari pengujian berada pada rentang dU hingga $4 - dU$, yaitu $1.79 < 1.940 < 2.21$. Hal ini mengungkapkan bahwa

tidak ditemukan autokorelasi.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t diterapkan guna mengukur nilai signifikansi pengaruh dari setiap variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam penelitian. Keputusan yang diambil dalam uji ini dilakukan dengan mengkomparasikan nilai signifikansi dari hasil output dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05. Apabila nilai signifikansi yang diperoleh ≤ 0.05 , maka konklusi akhir dari data tersebut variabel independen dianggap memiliki implikasi signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji t yang diimplementasikan menggunakan *software SPSS Statistics 23*, dengan hasil yang tersedia pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Uji t (Uji Parsial)

Variabel	β	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	0.035	0.294	0.118	0.906
IFR	0.744	0.243	3.061	0.002

Berdasarkan Tabel 4, tepampang data yang mengungkapkan bahwa *Internet Financial Reporting* memberikan pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang mendaftarkan sahamnya di BEI selama rentang pengamatan 2019 hingga 2023. Kesimpulan ini selaras serta diperkuat oleh hasil uji t yang menampilkan nilai signifikansi variabel IFR senilai 0.002, dimana nilai ini berada di bawah ambang batas signifikansi yang sebelumnya ditetapkan ($0.002 \leq 0.05$). Oleh karenanya, *Internet Financial Reporting* memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) ditunjukkan guna menilai kemampuan dari model dalam memaparkan variasi yang terjadi pada variabel dependen (Riyanto & Hatmawan, 2020). Proses perhitungan nilai koefisien determinasi yang diimplementasikan menggunakan *software SPSS statistics 23*, seperti yang ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b							
R	R Square	Adjusted R Square	Change Statistics			Sig. F Change	
			R Square Change	F Change	df1		df2
.193 ^a	.037	.033	.037	9.371	1	243	.002

Merujuk pada hasil pengujian, dinyatakan jika nilai koefisien determinasi (R²) senilai 0.037 atau setara 3.7%. Hasil ini mengindikasikan bahwa implementasi variabel *Internet Financial Reporting* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 3.7% terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* yang mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada rentang tahun 2019 - 2023. Sementara itu, sisanya lebih besar yaitu 96.3% ($100\% - 3.7\%$), angka ini ditentukan oleh variabel-variabel selain lingkup cakupan penelitian, diantaranya cakupan pelaporan internet, struktur modal, serta tingkat pertumbuhan perusahaan (Narsa & Pratiwi, 2014; Ramdhonah et al., 2019).

Memandang pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis, nilai signifikansi *Internet Financial Reporting* senilai 0.002, cenderung dibawah tingkat signifikansi alpha (α) = 0.05. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan arah positif sebesar 0.744 Berdasarkan kedua parameter statistik tersebut, hipotesis yang diajukan penelitian ini dapat diterima. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa ditemukan implikasi positif dan signifikan dari *Internet Financial Reporting* terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat di BEI pada rentang tahun antara 2019-2023. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui mekanisme dimana tingkat keterbukaan informasi yang lebih tinggi melalui platform IFR memberikan sinyal positif kepada investor. Hal ini dianggap sebagai bentuk transparansi perusahaan, yang pada akhirnya memengaruhi harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan (Rani & Jikrillah, 2019). Temuan ini juga didukung oleh pola data dalam data

penelitian yang menunjukkan adanya kecenderungan dimana perusahaan-perusahaan dengan indeks IFR yang lebih tinggi memiliki nilai perusahaan yang justru lebih baik.

Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan Angelica (2016), yang mengungkapkan bahwa penerapan *Internet Financial Reporting* memiliki pengaruh atau implikasi signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi oleh sebab adanya korelasi antara tingkat penerapan *Internet Financial Reporting*, dengan *trust* atau kepercayaan investor terhadap perusahaan. Kepercayaan yang meningkat ini menstimulasi ketertarikan investor dalam melakukan akuisisi saham perusahaan, yang kemudian berimplikasi pada kenaikan nilai saham dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pada serangkaian analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan secara komprehensif, penelitian ini menghasilkan temuan yang menerangkan adanya korelasi positif yang signifikan antara pengaruh *Internet Financial Reporting* terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini diperoleh melalui pengamatan terhadap perusahaan di sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar atau mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia selama periode lima tahun, yaitu antara rentang tahun 2019 hingga 2023. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan *Internet Financial Reporting* oleh perusahaan, hal ini berimplikasi pada meningkatnya nilai perusahaan tersebut di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini menegaskan pentingnya transparansi dan aksesibilitas informasi keuangan melalui media internet dalam meningkatkan nilai perusahaan di era digital.

Ucapan Terimakasih

Penelitian ini terealisasi berkat kontribusi dan dorongan dari berbagai pihak. Terima kasih kepada orang tua, keluarga, teman-teman, serta semua pihak yang telah mendukung serta membantu berlangsungnya proses penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Abbas, D. S., Dillah, U., & Sutardji. (2020) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 17(1), 42-49.
- Arif, Muhammad. (2023). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang, tersedia di <https://apjii.or.id/> [25/9/2023].
- Anjelica, T. S. (2016). Pengaruh *Internet Financial Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan, Harga Saham, dan Frekuensi Perdagangan Saham Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Artikel Ilmiah. Surabaya: STIE Perbanas.
- Budisusetyo, S., & Almilia, L. S. (2008). The Practice of Financial Disclosure on Corporate Website Case Study in Indonesia. *Proceeding International Conference on Business & Management*, 1-21.
- Khan. M. A., & Ismail N. A. (2011, July). The Use of Disclosure Indices in *Internet Financial Reporting Research*. *Journal of Global Business and Economics*, 3(1), 157-173.
- Mediyanti S., Kardiyantri, E., Sartika, F., Athuti, I. N., Eliana, & Wardayanı. (2021). Tobin's Q Ratio Sebagai Alat Ukur Nilai Perusahaan Bank. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 17(1), 242-247.
- Nuryaman, & Christina, V. (2015). *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Radjab, E. & Jam'an A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rani S. L. & Jikrillah S. (2019). Pengaruh Internet Financial Reporting dan Volume Perdagangan Saham Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 2(2), 207-220.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofianty, D., & Lestari, R. (2020). *SPSS*. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Sudiyatno, B., & Puspitasari, E. (2010, Februari). Tobin's Q dan Altman Z-Score Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Kajian Akuntansi*, 2(1), 9-21.
- Sugiono, A. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan Edisi Revisi*. Jakarta: PT Grasindo,
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung ALFABETA, CV.
- _____. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung CV ALFABETA
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung ALFABETA, CV
- Sukanto, E. (2011, Desember). Pengaruh Internet Financial Reporting dan Tingkat Pengungkapan Informasi Website Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham Perusahaan di Bursa. *Fokus Ekonomi*, 6(2), 80-98.
- Sukmadilaga, C & dkk (2019). *Internet Financial Reporting: Laporan Keuangan Berbasis Teknologi*. Bandar Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja.
- Ulupui, I. K., Gurendrawati, E., & Murdayanti, Y. (2021). *Pelaporan Keuangan dan Praktik Pengungkapan*. Kuningan: Goresan Pena.
- Regina Calista Anjanie, Dede Abdul Hasyir. Pengaruh Corporate Environmental Performance dan Environmental Cost terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*. 2023 Dec 23;91-6.
- Ningsih MS, Nurcholisah K, Pramono IP. Pengaruh Kualitas Laba terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Syariah di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Riset Akuntansi*. 2023;3(1):31-8.
- Aeni AM, Fadilah S. Pengaruh Nilai Tukar terhadap Harga Saham Sektor Consumer Goods Industry yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Akuntansi*. 2021 Dec 23;1(2):72-5.