

ABSTRAK

Perkembangan internet yang cepat menciptakan cara baru bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para *stakeholders*nya. Salah satu cara yang dapat digunakan yaitu dengan mengungkapkan informasi melalui *website* perusahaan, sehingga para *stakeholders* bisa dengan cepat dan mudah mengaksesnya darimana saja serta dapat segera mengambil suatu keputusan, terutama investasi. Informasi yang lengkap dan terperinci dapat membuat keputusan investasi menjadi lebih efektif, karena akan diketahui kinerja dan prospek perusahaan secara detail. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh besaran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, jenis industri, ukuran audit, dan umur *listing* terhadap tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan di Indonesia.

Sampel penelitian yang digunakan adalah 76 perusahaan nonfinansial yang *listing* di Bursa Efek Indonesia per tahun 2014. Dengan metode *proportional stratified random sampling*, perusahaan sampel tersebut dikelompokkan menurut jenis industrinya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang berupa laporan tahunan perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 serta informasi lainnya yang dipublikasikan dalam *website* perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah variabel besaran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat pengungkapan informasi melalui *website* perusahaan di Indonesia, sedangkan variabel *leverage*, likuiditas, jenis industri, ukuran audit, dan umur *listing* tidak terbukti berpengaruh signifikan.

Kata kunci: *Website*, Internet, Tingkat Pengungkapan.