



ANALISIS INTERNET FINANCIAL REPORTING (IFR)

**Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang *Go Public*
di Indonesia, Singapura, dan Malaysia**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

PRATIWI PUTRI WIDARI
NIM. 145030200111018



UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN
MALANG

2018

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 19 Februari 2018

Jam : 09.30

Skripsi atas nama : Pratiwi Putri Widari

Judul : Analisis *Internet Financial Reporting* (IFR) studi pada
Perusahaan Manufaktur yang *go public* di Indonesia,
Singapura, dan Malaysia.

dan dinyatakan

LULUS

Ketua Majelis Penguji



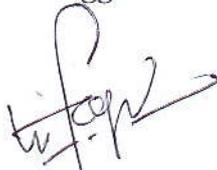
Dr. Drs. Muhammad Saifi, M.Si.
NIP. 19570712 198503 1 001

Anggota



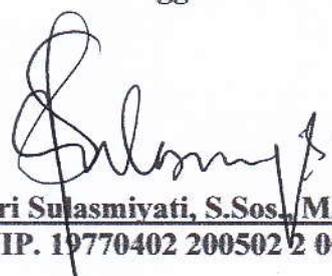
Ferina Nurlaily, SE., M.AB., MBA
NIP. 19880205 201504 2 002

Anggota



Drs. Topowijono, M.Si
NIP. 19530704 198212 1 001

Anggota



Sri Sulasmiyati, S.Sos., MAP
NIP. 19770402 200502 2 001

PERNYATAAN ORISIONALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 16 Januari 2018



Pratiwi Putri Widari
NIM. 145030200111018



CURRICULUM VITAE

I. Identitas Diri

Nama : Pratiwi Putri Widari
 Alamat *e-mail* : pratiwiputriwidari@gmail.com
 Tempat, tanggal lahir : Mojokerto, 29 Juni 1996
 Warga Negara : Indonesia
 Agama : Islam
 Alamat : RT.01/RW.03, Dsn. Bendo Lor
 Ds. Kalen, Kec. Dlanggu Kab. Mojokerto, Jawa Timur 61371



II. Pendidikan Formal

1. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang (2014-2018)
2. SMA Negeri 1 Gondang (2011-2014)
3. SMP Negeri 1 Dlanggu (2008-2011)
4. SD Negeri 1 Kalen (2002-2008)

III. Pengalaman Magang

Otoritas Jasa Keuangan Kantor Wilayah Malang pada bagian Industri Keuangan Non Bank (IKNB) (17 Juli – 8 September 2017)

IV. Kemampuan

1. Bahasa Indonesia (Bahasa Nasional), Bahasa Inggris
2. Microsoft Office (Skor *Good Grade* TRUST Training Partners)

Demikian *Curriculum Vitae* yang saya buat dengan sebenarnya.

Malang, 29 Maret 2018

Pratiwi Putri Widari

ABSTRAK

Pratiwi Putri Widari, 2018, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Konsentrasi Manajemen Keuangan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, **Analisis *Internet Financial Reporting* (IFR) (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang *Go Public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia)**, Dr. Drs. Muhammad Saifi., M.Si, dan Ferina Nulaily, SE., M.AB., MBA, 184 Hal + xv.

Teknologi berkembang seiring perkembangan jaman dan menjadi salah satu bagian dalam setiap kehidupan manusia pada saat ini. Teknologi digunakan karena lebih efektif dalam membantu keperluan para penggunanya termasuk bagi perusahaan dalam melakukan pelaporan keuangan. *Internet Financial Reporting* (IFR) merupakan pengungkapan laporan keuangan secara sukarela melalui *website* perusahaan yang kualitasnya diukur menggunakan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR). Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia, 2) Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Content* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia, 3) Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Timeliness* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia, 4) Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Technology* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia, 5) Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *User Support* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data yaitu metode dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih baik daripada di Indonesia, dan Malaysia. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Content* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih baik daripada di Indonesia, dan Malaysia. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Timeliness* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih baik daripada di Indonesia, dan Malaysia. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Technology* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih baik daripada di Malaysia, dan Indonesia. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *User Support* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih baik daripada di Singapura, dan Malaysia.

Kata Kunci : *Internet Financial Reporting* (IFR), *content*, *timeliness*, *technology*, *user support*.

ABSTRACT

Pratiwi Putri Widari, 2018, Department of Business Administration, Financial Management Concentration, Faculty of Administrative Sciences, Brawijaya University, **Internet Financial Reporting (IFR) Analysis (Study on Manufacturing Company That Go Public in Indonesia, Singapore and Malaysia)**. Drs. Muhammad Saifi., M.Si, and Ferina Nulaily, SE., M.AB., MBA, 184 Page + xv.

Technological development of the times become one part in every human life. The technology used because it is more effective in helping the needs of users including for companies in doing financial reporting. Internet Financial Reporting (IFR) is a voluntary disclosure of financial statements through a quality company website using the Internet Financial Reporting (IFR) index. The purpose of this study are: 1) To know how the quality of Internet Financial Reporting (IFR) on manufacturing companies that go public in Indonesia, Singapore and Malaysia, 2) To know how the quality of Internet Financial Reporting (IFR) on the content component in manufacturing companies that go public in Indonesia, Singapore and Malaysia, 3) To find out how the quality of Internet Financial Reporting (IFR) on the timeliness component in manufacturing companies that go public in Indonesia, Singapore and Malaysia, 4) To know how the quality of Internet Financial Reporting (IFR) on the technology component in manufacturing companies that go public in Indonesia, Singapore and Malaysia, 5) To know how the quality of Internet Financial Reporting (IFR) on the user support component in manufacturing companies that go public in Indonesia, Singapore and Malaysia. The type of research used is content analysis with quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling with technique of collecting data is documentation method. Data analysis technique used is descriptive analysis technique.

The results of this study indicate that the quality of Internet Financial Reporting (IFR) at the go public manufacturing companies in Singapore is better than in Indonesia, and Malaysia. The quality of Internet Financial Reporting (IFR) on the content components at the go public manufacturing companies in Singapore is better than in Indonesia, and Malaysia. The quality of Internet Financial Reporting (IFR) on the timeliness component at the go public manufacturing companies in Singapore is better than in Indonesia, and Malaysia. The quality of Internet Financial Reporting (IFR) on the technology component at the go public manufacturing companies in Singapore is better than in Malaysia, and Indonesia. The quality of Internet Financial Reporting (IFR) on user support components at the go public manufacturing companies in Indonesia is better than in Singapore, and Malaysia.

Keywords: Internet Financial Reporting (IFR), content, timeliness, technology, user support.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis *Internet Financial Reporting (IFR)* studi pada Perusahaan Manufaktur Yang *Go Public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia”**.

Skripsi ini merupakan bagian dari tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi.
2. Bapak Dr. Drs. Mochammad Al Musadieq, MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi.
3. Bapak Mohammad Iqbal, S.Sos., M.IB., DBA selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi.
4. Bapak Dr. Drs. Wilopo, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi.
5. Bapak Dr. Drs. Muhammad Saifi, M.Si dan Ibu Ferina Nurlaily, SE., M.AB., M.BA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu



untuk membimbing dan membantu memberi masukan dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis, baik yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal skripsi ini.

7. Orang tua, ayahku Suprpto dan ibuku Winarti tercinta yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan mendukung setulus hati demi kelancaran dan kesuksesan putrinya ini dengan tanpa lelah mendampingi untuk berjuang.

8. Kakaku tersayang, Yoga Cipta Raharja yang senantiasa memberikan semangat dan mendoakan adiknya ini.

9. Sahabat tersayang, Finda Rahmawati yang tanpa pernah mengeluh membantu dan menemani dalam proses pengerjaan skripsi ini, serta selalu memberi motivasi untuk melakukan yang terbaik.

10. Sahabat seperjuanganku tersayang, Mukhibatul Hikmah yang selalu meluangkan waktu untukku, memberi motivasi serta nasihat, menemani dan bersedia untuk berjuang bersama.

11. Saudara Kos Remujung 30C tersayang, Riska, Putri, Octa, Rahmania, Lely dan Dinda yang selalu memberi semangat dan bantuan kapanpun dibutuhkan.

12. Sahabat-sahabatku tersayang, Dian Novita, Ovinia, Alfinda, Devita, Clarissa, Icha dan Zaa yang selalu ada untukku dan selalu berusaha



menjadi yang terbaik, menemani hariku dalam menjalani perkuliahan dari awal hingga akhir ini.

13. Teman-teman tersayang, Ninda, Arum, Riky, Meta, Fijar, Apid, Ide, Yuli, Jihan, Harisa, Liulil, Della, Yossi, Zahra, Wahyu, Andri, Konita, Mbak Amel, Mbak Rinda, Dita, Reiga, Galuh dan Haqqi, yang banyak membantu serta memberi semangat.

14. Teman-teman angkatan 2014 Fakultas Ilmu Administrasi, teman-teman prodi Administrasi Bisnis, dan teman-teman Pleton 13 terimakasih banyak sudah bersedia berjuang bersama.

15. Dan pihak-pihak lain yang tidak mampu disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pembaca.

Malang, 17 Januari 2018

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Penelitian Terdahulu	14
1. Almilia, Luciana Spica (2009)	14
2. Prasetya, Mellisa dan Sony Agus Irwandi (2012)	14
3. Anna, Yane Devi (2012)	15
4. Handayani, Emma dan Luciana Spica Almilia (2013)	16
5. Puri, Deasy Ratna (2013)	16
6. Keumala, Novita Nisa dan Dul Muid (2013)	17
7. Alam, Zainab dan Kashif Rashid (2014)	18
B. <i>Signalling Theory</i> (Teori Sinyal)	24
C. Laporan Keuangan	25
1. Komponen Laporan Keuangan	26
2. Pemakai Laporan Keuangan	26
D. <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR)	29
1. <i>Content</i> (isi)	31
2. <i>Timeliness</i> (ketepatan waktu)	32
3. <i>Technology</i> (Teknologi)	33
4. <i>User Support</i> (dukungan pengguna)	35
E. Pengungkapan <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR)	36
F. Kerangka Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40



B.	Lokasi Penelitian.....	41
C.	Fokus Penelitian.....	41
D.	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	41
E.	Populasi dan Sampel.....	58
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	61
G.	Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		64
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	64
1.	Bursa Efek Indonesia (BEI).....	64
2.	Bursa Efek Singapura / <i>Singapore Exchange</i> (SGX).....	67
3.	Bursa Efek Malaysia / Bursa Malaysia.....	68
B.	Penyajian Data.....	71
1.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	71
2.	<i>Internet Financial Reporting</i> (IFR).....	78
C.	Analisis Dan Interpretasi Data.....	131
1.	Indeks <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR).....	131
2.	<i>Content</i> (Isi).....	137
3.	<i>Timeliness</i> (Ketepatan Waktu).....	142
4.	<i>Technology</i> (Teknologi).....	146
5.	<i>User Support</i> (Dukungan Pengguna).....	149
BAB V PENUTUP.....		154
A.	Kesimpulan.....	154
B.	Saran.....	155
DAFTAR PUSTAKA.....		157



DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu	19
2.	Indeks <i>Content</i> / Isi	48
3.	Indeks <i>Timeliness</i> / Ketepatan Waktu	53
4.	Indeks <i>Technology</i> / Teknologi	55
5.	Indeks <i>User Support</i> / Dukungan Pengguna	58
6.	Seleksi Sampel Penelitian di Indonesia	59
7.	Seleksi Sampel Penelitian di Singapura	50
8.	Seleksi Sampel Penelitian di Malaysia	60
9.	Perkembangan Pasar Modal di Indonesia	65
10.	Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan Manufaktur di Indonesia	71
11.	Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan Manufaktur di Singapura	74
12.	Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan Manufaktur di Malaysia	76
13.	Deskriptif untuk Komponen <i>Content</i>	79
14.	Deskriptif untuk Komponen <i>Timeliness</i>	110
15.	Deskriptif untuk Komponen <i>Technology</i>	119
16.	Deskriptif untuk Komponen <i>User Support</i>	127



DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Pengguna Internet di Dunia.....	1
2.	Negara dengan Nilai Investasi Terbesar di Indonesia.....	8
3.	Kerangka Berpikir.....	39

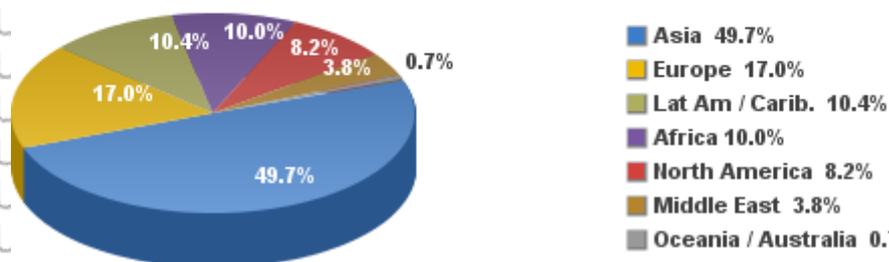


BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi berkembang seiring perkembangan jaman. Teknologi menjadi salah satu bagian dalam setiap kehidupan manusia pada saat ini. Teknologi digunakan karena lebih efektif dalam membantu keperluan para penggunanya termasuk bagi perusahaan. “Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi bisnis adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya” (Almilia, 2009).

**Internet Users in the World
by Regions - June 30, 2017**



Gambar 1 : Pengguna Internet di Dunia

Sumber : www.internetworldstats.com/stats.htm (2017)

Berkembangnya teknologi khususnya internet dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di dunia. Survei yang dilakukan oleh *Internet World Stats* hingga periode 30 Juni 2017, menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di dunia yang terbanyak adalah di Asia yaitu sebesar 49,7% dari jumlah seluruh pengguna internet di dunia yaitu sebesar 3,885,567,619



pengguna internet. Sebanyak 1,938 juta pengguna internet berada di wilayah Asia dan jumlah ini akan bertambah setiap tahunnya dengan tingkat penetrasi sebesar 46,7%. Hal ini membuktikan bahwa internet telah menjadi bagian penting bagi kehidupan manusia dan menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat di dunia.

Semakin berkembangnya teknologi menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Pada era globalisasi saat ini, perusahaan harus menyesuaikan diri dengan teknologi yang ada jika tidak ingin tertinggal dengan perusahaan-perusahaan lain. Perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain dan mampu untuk mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk adalah dengan menggunakan *website* untuk memasarkan berbagai macam produk dan jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Selain itu perusahaan juga dapat memanfaatkan teknologi seperti internet guna mendukung aktivitas operasional perusahaan misalnya dalam hal pemasaran, *customer service*, penjualan produk, dan juga dalam pelaporan keuangan perusahaan.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat internet menjadi salah satu jalan keluar terbaru bagi perusahaan untuk menyajikan informasi mengenai perusahaan baik secara keuangan ataupun non-keuangan. Perkembangan yang pesat di dalam dunia internet telah membawa perubahan dalam penyebaran dan perkembangan sebuah informasi. Telah banyak perusahaan yang menggunakan



internet sebagai sebuah alat komunikasi untuk menyediakan informasi mengenai perusahaan (Handayani dan Almilia, 2013).

Penggunaan internet telah membuat laporan keuangan dapat lebih mudah dan cepat diakses, serta tidak mengeluarkan banyak biaya untuk menyajikan laporan keuangan baik untuk distribusi laporan keuangan yang berada tidak dalam satu geografis maupun untuk mencetak laporan keuangan. Isu yang telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan internet dan dengan jumlah pengguna internet yang semakin banyak adalah transparansi informasi. Selain cara tradisional yang selama ini diterapkan dengan menggunakan kertas, internet mempunyai alternatif dalam pelaporan keuangan yakni berkembang menjadi media yang memberikan informasi secara lebih efektif. Internet juga merupakan media pelaporan lain yang penting sehingga investor dapat menjangkau informasi tentang kinerja perusahaan secara global, selain dengan cara tradisional.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2013) “Tujuan laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja keuangan dan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pengambil sebuah keputusan”. Kebutuhan pihak luar dalam suatu informasi keuangan perusahaan membuat tingkat kepentingan informasi keuangan menjadi semakin meningkat. Salah satu cara perusahaan untuk menarik para investor asing yaitu harus memiliki kualitas yang bagus dan bersaing dengan perusahaan perusahaan lain baik dalam negeri maupun luar negeri dalam melaporkan informasi keuangan perusahaan melalui *Internet Financial Reporting* (IFR).



Prasetya dan Irwandi (2012) menyatakan bahwa “IFR (*Internet Financial Reporting*) adalah pelaporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan melalui internet yang disajikan dalam *website* perusahaan”. Istilah *Internet Financial Reporting* (IFR) dikenal sebagai penyajian informasi keuangan melalui media internet. Penyajian laporan keuangan dengan media *Internet Financial Reporting* (IFR) merupakan pengungkapan sukarela. Keumala dan Muid (2013) menyatakan bahwa *Internet Financial Reporting* (IFR) dipandang sebagai alat dalam menyampaikan informasi yang efektif kepada pelanggan, investor dan pemegang saham. *Internet Financial Reporting* (IFR) dianggap sebagai alat komunikasi yang efektif kepada *stakeholder* khususnya investor dengan lebih baik dan cepat.

Survei yang telah dilakukan oleh Khan (2006) dalam Puri (2013) menyatakan bahwa terdapat 1000 perusahaan besar Eropa yang menunjukkan 67% perusahaan telah mempunyai situs web dan 80% dari perusahaan yang mempunyai situs web tersebut mengungkapkan laporan keuangan di internet. Penelitian lain mengungkapkan 56% dari perusahaan Mesir melaporkan sebagian besar informasi di situs web perusahaan. Hingga pada tahun 2006, lebih dari 70% perusahaan besar di dunia menerapkan IFR.

Indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) menggunakan indeks pengungkapan yang dikembangkan oleh Cheng *et.al* (2000) dalam Handayani dan Almilia (2013). Indeks dalam *Internet Financial Reporting* (IFR) yang dikembangkan terdiri dari empat komponen dengan masing-masing komponen diberi bobot sebagai berikut yaitu isi (*content*) sebesar 40 persen, ketepatan waktu (*timeliness*) sebesar 20 persen, teknologi (*technology*) sebesar 20 persen dan



dukungan pengguna (*user support*) sebesar 20 persen. Alam dan Rashid (2014) menyatakan bahwa pengungkapan indeks dapat digunakan untuk menguji sejauh mana informasi yang dirilis oleh perusahaan yang terdaftar di situs web. Tingkat pengungkapan dalam satu laporan tahunan perusahaan dan *website* perusahaan dapat diukur dengan indeks. Indeks ini berisi item yang menunjukkan peraturan atau dapat menjadi item pengungkapan sukarela.

Setiap negara memiliki kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) yang berbeda dengan negara lain dikarenakan setiap negara tidak memiliki standar ataupun aturan untuk perusahaan dalam melaksanakan pelaporan keuangan melalui internet. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di Asia Tenggara yang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat sehingga membutuhkan banyaknya pendanaan untuk mendukung pertumbuhan ekonominya. Guna mencukupi banyaknya kebutuhan pendanaan untuk perekonomian di Indonesia, dukungan investor sangatlah penting, baik investor dalam negeri maupun investor luar negeri. Salah satu upaya untuk menarik investor adalah dengan memanfaatkan penggunaan *Internet Financial Reporting* (IFR) yang berkualitas. Semakin berkualitas informasi keuangan yang dilaporkan pada *Internet Financial Reporting* (IFR) semakin banyak pula investor yang tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anna (2012) mengenai perkembangan *Internet Financial Reporting* (IFR) di negara-negara Asia seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Singapura. Penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara yang masih rendah dalam memanfaatkan *website* sebagai



media informasi perusahaan jika dibandingkan dengan negara-negara di Asia lainnya yaitu hanya 62% dari 343 sampel perusahaan yang memiliki *website* dengan kualitas pengungkapan bervariasi. Malaysia merupakan negara dengan nilai IFR yang paling rendah yaitu 53% dari 93 sampel perusahaan. Thailand merupakan negara dengan nilai pengungkapan laporan keuangan paling tinggi yaitu 94% dari 40 sampel perusahaan, tetapi dari sampel ini masih banyak perusahaan yang belum memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengungkapan laporan keuangan. Nilai ketepatan waktu juga rendah sehingga informasi sering *outdate* dan data yang disajikan masih menggunakan format PDF, selain itu juga perusahaan masih kurang dalam menyediakan fasilitas dan layanan pendukung lain dalam *website* mereka. Sedangkan Singapura menunjukkan tingkat pengungkapan informasi keuangan di internet melalui *Internet Financial Reporting* (IFR) lebih tinggi diantara negara-negara di Asia lainnya dan lebih berkualitas, yaitu sebesar 80% dari sampel perusahaan yang menyajikan laporan keuangan lengkap. Selain itu data yang disajikan menggunakan format HTML dan juga menyediakan web yang interaktif menggunakan *Java*, *Java-Script* dan *ActiveX*.

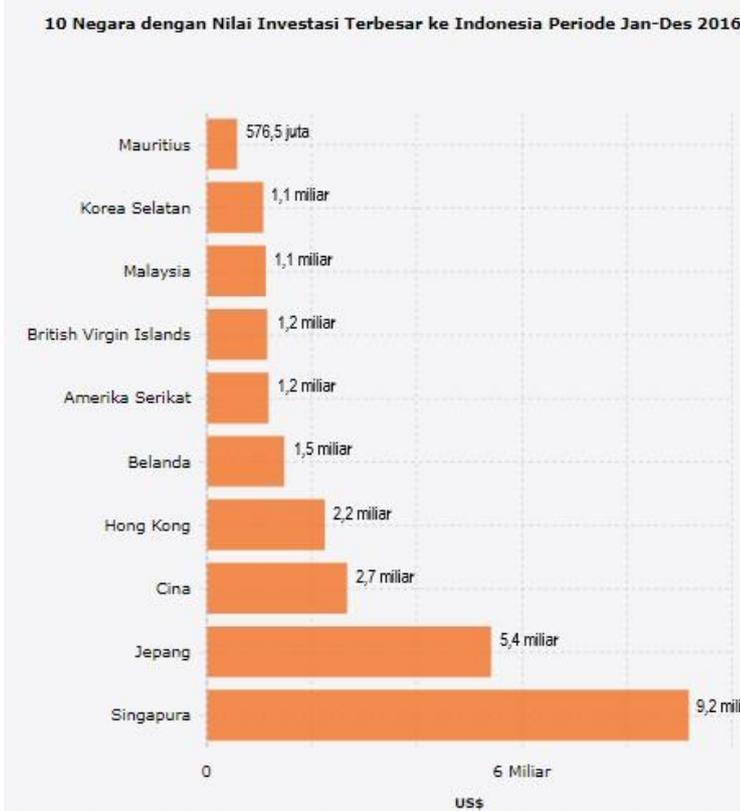
Penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Almilia (2013) menguji perbedaan kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia. Salah satu temuannya adalah bahwa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki pelaporan keuangan indeks internet lebih besar dari Malaysia. Perusahaan



manufaktur di Indonesia dan Malaysia memiliki indeks yang sama dalam komponen konten dan teknologi, tetapi memiliki indeks yang berbeda pada komponen ketepatan waktu dan dukungan pengguna.

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa, menurut Anna (2012) perkembangan *Internet Financial Reporting* (IFR) di Indonesia masih rendah karena hanya 62% dari 343 sampel penelitian yang memiliki kualitas pengungkapan bervariasi. Perusahaan belum maksimal dalam memanfaatkan internet untuk pelaporan keuangan, tidak banyak memberikan informasi kepada investor karena kebanyakan *website* perusahaan hanya menyajikan informasi tentang produk dan jasa perusahaan. Sedangkan Singapura dengan nilai *Internet Financial Reporting* (IFR) tertinggi karena sebesar 80% dari sampel perusahaan telah melaporkan keuangan melalui *website* secara lengkap dan berkualitas. Malaysia berada dalam posisi terendah dalam *Internet Financial Reporting* (IFR) karena hanya 53% dari 93 perusahaan sampel yang melaporkan informasi keuangan perusahaan melalui *website* secara lengkap dan *website* perusahaan tidak variatif atau kurang berkualitas. Menurut Handayani dan Almilialia (2013) bahkan masih banyak perusahaan di Malaysia yang belum mempunyai *website*, sehingga kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) di Malaysia lebih rendah daripada di Indonesia. Atas dasar keadaan tersebut peneliti ingin menganalisis *Internet Financial Reporting* (IFR) di negara-negara ini. Menurut Handayani dan Almilialia (2013) dengan kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) yang berbeda, akan dapat dilihat perbedaan-perbedaan yang dimiliki sehingga

hasilnya dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) di setiap negara.



Gambar 2 : Negara dengan Nilai Investasi Terbesar di Indonesia

Sumber : www.katadata.co.id (2017)

Indonesia, Singapura dan Malaysia adalah tiga negara yang secara geografis saling berdekatan. Ketiga negara ini memiliki hubungan bilateral, yang ditandai dengan adanya kerjasama dalam bidang ekonomi. Berdasarkan data yang diperoleh dari www.katadata.co.id, Singapura merupakan negara yang konsisten dalam melakukan investasi asing terbesar di Indonesia yaitu mencapai US\$ 9,2 miliar. Investasi tersebut meliputi kerjasama di bidang industri, kesehatan, pertahanan dan di bidang lingkungan hidup. Selain hal tersebut negara Singapura



menjadi pusat acuan dalam bisnis di negara-negara Asia Tenggara. Sedangkan

Malaysia merupakan negara terdekat dari Indonesia. Merupakan negara serumpun

dengan budaya yang hampir sama membuat Malaysia memiliki hubungan dekat

dengan Indonesia. Hubungan ekonomi antara Indonesia dan Malaysia ditunjukkan

dengan banyaknya investor yang berasal dari Malaysia sehingga meningkatkan

pertumbuhan investasi di Indonesia. Investasi Malaysia di Indonesia mencapai

US\$ 1,1 miliar. Angka ini turun 63,74 persen dari tahun sebelumnya yaitu

mencapai US\$ 3,07 miliar. Walaupun prosentase investasinya menurun, tetapi

Malaysia merupakan investor terbesar kedua di ASEAN bagi Indonesia.

Hingga saat ini, belum banyak penelitian yang dilakukan untuk menganalisis

kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) di sebuah negara, khususnya di

Indonesia, Singapura dan Malaysia. Berita tentang perkembangan *Internet*

Financial Reporting (IFR) pun jarang dipublikasikan. Hal ini dikarenakan tidak

adanya standar maupun aturan tentang penerapan *Internet Financial Reporting*

(IFR) di perusahaan dan tidak ada suatu badan yang bertugas untuk mengawasi

penerapan *Internet Financial Reporting* (IFR). Oleh karena itu peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian tentang kualitas penerapan *Internet Financial*

Reporting (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* Indonesia,

Singapura dan Malaysia berdasarkan keadaan yang ada saat ini.

Dengan berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian ini menggunakan

sampel perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan

Malaysia. Topik penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah “**Analisis**



Internet Financial Reporting (IFR) studi pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Indonesia, Singapura, dan Malaysia”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting (IFR)* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia?
2. Bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting (IFR)* pada komponen *Content* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia?
3. Bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting (IFR)* pada komponen *Timeliness* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia?
4. Bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting (IFR)* pada komponen *Technology* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia?
5. Bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting (IFR)* pada komponen *User Support* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :



1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia.
2. Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Content* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia.
3. Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Timeliness* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia.
4. Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *Technology* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia.
5. Untuk mengetahui bagaimana kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *User Support* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia.

D. Kontribusi Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya ada manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti agar bisa memberikan manfaat bagi pihak lain, manfaat yang ingin dicapai tersebut antara lain:

1. Kontribusi Akademis

- a. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang *Internet Financial Reporting* (IFR) yang diterapkan pada



perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia.

b. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat digunakan sebagai pilihan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai *Internet Financial Reporting* (IFR).

2. Kontribusi Praktis

a. Bagi Perusahaan, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan dan memanfaatkan *Internet Financial Reporting* (IFR) dengan baik guna mendukung proses pelaporan keuangan perusahaan sehingga dapat menjaga komunikasi dengan berbagai pihak yang berkepentingan.

b. Bagi Investor, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menilai transparansi informasi keuangan dengan memanfaatkan *Internet Financial Reporting* (IFR) guna pengambilan keputusan akan investasi di sebuah perusahaan.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberi gambaran umum dalam penyusunan penulisan penelitian ini, maka penulis membuat sistematika penulisan yang selanjutnya akan dijabarkan dalam beberapa bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika dalam penyusunan penulisan penelitian. Bab ini



merupakan gambaran awal dari apa yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang teori-teori atau temuan-temuan ilmiah dari buku ilmiah, jurnal, hasil penelitian (skripsi, tesis dan disertasi), yang berkaitan dengan permasalahan atau pertanyaan penelitian yang digunakan sebagai dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, definisi operasional dan pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan yang terakhir adalah teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data hasil penelitian, analisis deskriptif dan interpretasi data dari data hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban atas perumusan masalah yang telah dijelaskan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Almilia, Luciana Spica (2009)

Penelitian yang dilakukan oleh Almilia bertujuan untuk mengukur kualitas isi (*content*) informasi *Financial dan Sustainability Reporting* pada *website* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Almilia menunjukkan bahwa banyak perusahaan belum memanfaatkan secara optimal pengungkapan informasi perusahaan melalui *website*, baik untuk informasi keuangan dan keberlanjutan perusahaan. Temuan lain dalam penelitian ini adalah banyak perusahaan yang tidak dapat memberikan informasi bagi investor, kebanyakan informasi yang disajikan dalam *website* perusahaan adalah tentang produk atau jasa yang dihasilkan serta banyak sekali perusahaan yang tidak memperbaharui informasi yang disajikan dalam *website* perusahaan.

2. Prasetya, Mellisa dan Sony Agus Irwandi (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Irwandi ini berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet (*Internet Financial Reporting*) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk memeriksa faktor-faktor yang mempengaruhi pelaporan keuangan pada perusahaan manufaktur



yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur tahun 2010. Teknik pengambilan sampel secara random/acak (*stratified random sampling*). Hasil penelitian tersebut mengatakan hanya variabel ukuran perusahaan yang mempunyai pengaruh positif dalam mempengaruhi *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur karena koefisien regresi bertanda positif, sedangkan variabel profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan umur listing tidak mempunyai pengaruh dalam IFR.

3. Anna, Yane Devi (2012)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yane Devi Anna bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan *Internet Financial Reporting* (IFR) di negara-negara Asia. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik deskriptif melalui studi literatur yang menjelaskan tentang perkembangan *Internet Financial Reporting* (IFR).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yane Devi Anna menunjukkan bahwa *Internet Financial Reporting* (IFR) mengalami perkembangan yang sangat pesat menggantikan laporan keuangan dalam bentuk *hardcopy*. Hal tersebut merupakan refleksi dari teknologi informasi suatu perusahaan.

Banyak manfaat yang dapat dirasakan perusahaan dengan adanya *Internet Financial Reporting* (IFR) tersebut sehingga teknologi informasi dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan.



4. Handayani, Emma dan Luciana Spica Almilia (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Almilia bertujuan untuk menguji perbedaan kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *website* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia. Pada penelitian ini menggunakan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) untuk menilai kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR). Sedangkan untuk metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan *mann whitney tes*. Hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan indeks pada total *Internet Financial Reporting* (IFR), komponen *timeliness* dan *user support* antara perusahaan manufaktur di Indonesia dengan Malaysia dan tidak terdapat perbedaan pada indeks komponen *content* dan *technology* antara perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia.

5. Puri, Deasy Ratna (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Deasy Ratna Puri adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi indeks pelaporan keuangan melalui internet. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 48 perusahaan yang masuk di dalam nilai kapitalisasi pasar terbesar pada tahun 2011. Sedangkan untuk variabel independen yang digunakan



adalah profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pemilikan saham publik. Variabel dependen penelitian terdahulu menggunakan *content*, *timeliness*, *technology* dan *user support*. Dalam penelitian ini diketahui bahwa profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan dan pemilikan saham publik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap indeks pelaporan keuangan melalui internet yang akan di ungkapkan oleh 50 perusahaan di pasar kapitalisasi yang terdaftar di Bursa Efek Indoensia.

6. Keumala, Novita Nisa dan Dul Muid (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Keumala dan Muid bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penyajian laporan keuangan melalui *Internet Financial Reporting* (IFR). Penelitian ini juga menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, jenis industri, *leverage*, *outside ownership* dan risiko sistematis. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk melihat konsistensi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Sampel yang digunakan pada penelitian Keumala dan Muid adalah perusahaan-perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya ukuran perusahaan berhubungan positif pada praktik IFR perusahaan dan profitabilitas berhubungan negatif pada praktik IFR perusahaan. Sementara pada variabel lain, yaitu jenis industri, *leverage*, kepemilikan luar dan risiko sistematis memiliki hasil yang tidak signifikan.



7. Alam, Zainab dan Kashif Rashid (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Alam dan Rashid bertujuan untuk menyelidiki *Internet Financial Reporting* (IFR) praktik perusahaan yang terdaftar di *Karachi Stock Exchange* (KSE) Pakistan setelah peraturan terbaru yang diterbitkan oleh *Securities and Exchange Commission Of Pakistan* (SECP). Penelitian ini ingin memastikan apakah perubahan peraturan tersebut telah memiliki dampak yang signifikan terhadap pelaporan keuangan di situs web. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan praktik *Internet Financial Reporting* (IFR) yang mencakup *content*, *timeliness*, *technology* dan *user support*.

Sampel dalam penelitian ini dipilih secara acak dari 50 perusahaan yang telah terdaftar di KSE pada tahun 2012. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari perusahaan yang terdaftar di KSE hanya 47% yang melaporkan informasi keuangan di situs web perusahaan mereka. Jumlah dan kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) sangat berbeda dan hanya sedikit perusahaan yang menggunakan teknologi yang ditawarkan oleh internet. Indeks *content* dan *user support* nilainya lebih tinggi dibandingkan dengan indeks *timeliness* dan *technology*. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan *Internet Financial Reporting* (IFR) harus meningkatkan penggunaan teknologi dalam penyebaran informasi sebagai upaya untuk bisa menarik investor dan memenuhi tujuan perusahaan.

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan		
				Persamaan	Penelitian terdahulu	Penelitian Ini
1.	Almilia Luciana Spica (2009)	Analisa Kualitas Isi <i>Financial And Sustainability Reporting</i> Pada <i>Website</i> Perusahaan Go Publik Di Indonesia	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Luciana menunjukkan bahwa banyak perusahaan belum memanfaatkan secara optimal pengungkapan informasi perusahaan melalui <i>website</i> , baik untuk informasi keuangan dan keberlanjutan perusahaan. Temuan lain dalam penelitian ini adalah banyak perusahaan yang tidak dapat memberikan informasi bagi investor, kebanyakan informasi yang disajikan dalam <i>website</i> perusahaan adalah tentang produk atau jasa yang dihasilkan serta banyak sekali perusahaan yang tidak mengupdate informasi yang disajikan dalam <i>website</i> perusahaan.	1. Menggunakan metode analisis deskriptif 2. Membahas indeks <i>Internet Financial Reporting (IFR)</i>	1. Sampel penelitian perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta 2. Menganalisis indeks <i>Financial dan Sustainability Reporting</i> 3. Hanya membahas indeks <i>content</i> saja	1. Menganalisis <i>Internet Financial Reporting (IFR)</i> 2. Menganalisis empat komponen IFR indeks

dilanjutkan

Lanjutan Tabel 1 : Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian terdahulu	Penelitian Ini
2.	Prasetyo dan Sony Agus Irwandi (2012)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet (<i>Internet Financial Reporting</i>) Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI	Hasil penelitian tersebut mengatakan hanya variabel ukuran perusahaan yang mempunyai pengaruh positif dalam mempengaruhi <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) pada perusahaan manufaktur karena koefisien regresi bertanda positif. Sedangkan, variabel profitabilitas, likuiditas, <i>leverage</i> , dan umur listing tidak mempunyai pengaruh dalam <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR).	Topik yang digunakan membahas tentang <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR)	1. Sampel yang digunakan di negara Indonesia pada tahun 2010 2. Indeks yang digunakan hanya menggunakan indeks <i>content</i>	1. Penelitian yang akan dilakukan mengambil sampel di Indonesia, Singapura dan Malaysia dengan menggunakan data pada tahun 2016 2. Menggunakan empat indeks IFR
3.	Anna, Yane Devi (2012)	Perkembangan penggunaan <i>Internet Financial Reporting</i> di negara-negara Asia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) mengalami perkembangan yang sangat pesat menggantikan laporan keuangan dalam bentuk <i>hardcopy</i> .	Membahas tentang <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) dan metode yang digunakan menggunakan kuantitatif.	Memaparkan perkembangan IFR yang terdapat di negara ASIA khususnya negara Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand.	Menganalisis IFR yang terdapat di negara Indonesia, Singapura dan Malaysia khususnya pada perusahaan manufaktur.

dilanjutkan

Lanjutan Tabel 1 : Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian terdahulu	Penelitian Ini
4.	Handayani, Emma dan Luciana Spica Almilia (2013)	<i>Internet Financial Reporting: Studi Komparasi Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Dan Bursa Efek Malaysia</i>	Terdapat perbedaan indeks pada total <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR), komponen <i>timeliness</i> dan <i>user support</i> antara perusahaan manufaktur di Indonesia dengan Malaysia dan tidak terdapat perbedaan pada indeks komponen <i>content</i> dan <i>technology</i> antara perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia.	1. Membahas tentang <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) 2. Sampel yang digunakan menggunakan perusahaan manufaktur 3. Penelitian ini juga menggunakan indeks <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) untuk menilai kualitas (IFR). 4. Metode analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif.	1. Negara yang dijadikan penelitian hanya menggunakan 2 negara yakni Indonesia dan Malaysia 2. Penelitian terdahulu mencoba untuk mengkomparasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia dan bursa efek Malaysia	1. Negara yang dijadikan sampel penelitian ini menggunakan 3 negara yakni negara Indonesia, Malaysia, dan Singapura. 2. Penelitian yang akan dilakukan hanya menganalisis <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) pada perusahaan manufaktur yang terdapat di negara Indonesia, Singapura dan Malaysia

dilanjutkan

Lanjutan Tabel 1 : Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian terdahulu	Penelitian Ini
5.	Puri, Dedy Ratna (2013)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pelaporan Keuangan Melalui Internet	Hasil penelitian ini diketahui bahwa profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas, ukuran perusahaan dan pemilikan saham publik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap indeks pelaporan keuangan melalui internet yang akan diungkapkan oleh 50 perusahaan di pasar kapitalisasi yang terdaftar di BEI.	1.Membahas tentang <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR). 2.Penelitian ini menggunakan 4 komponen yakni <i>content</i> , <i>timeliness</i> , <i>technology</i> dan <i>user support</i> .	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) indeks	Menganalisis indeks <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR)
6.	Keumala Novita Nisa dan Dwi Muid (2013)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Perusahaan Melalui <i>Website</i> Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berhubungan positif pada praktik IFR perusahaan dan profitabilitas berhubungan negatif pada praktik IFR perusahaan. Sementara pada variabel lain, yaitu jenis industri, <i>leverage</i> , kepemilikan luar dan risiko sistematis memiliki hasil yang tidak signifikan.	1.Membahas tentang <i>Internet Financial Reporting</i> 2.Sumber data yang digunakan menggunakan data sekunder.	Menggunakan sampel perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Menggunakan sampel perusahaan Manufaktur yang go publik di negara Indonesia, Singapura dan Malaysia.

dilanjutkan

Lanjutan Tabel 1 : Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian terdahulu	Penelitian Ini
7.	Alam, Zainab dan Kashif Rashid (2014)	<i>Corporate Financial Reporting on The Internet : A Survey of Websire of Listed Companies in Pakistan</i>	Rata-rata dari perusahaan yang terdaftar di <i>Karachi Stock Exchange</i> (KSE) pada tahun 2012, hanya 47% yang melaporkan informasi keuangan di situs web perusahaan mereka. Jumlah dan kualitas <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) sangat berbeda dan nilainya kecil. Indeks <i>content</i> dan <i>user support</i> nilainya lebih tinggi dibandingkan dengan indeks <i>timeliness</i> dan <i>technology</i> . Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) harus meningkatkan penggunaan teknologi dalam penyebaran informasi sebagai upaya untuk bisa menarik investor dan memenuhi tujuan perusahaan.	1. Membahas tentang <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR). 2. Variabel yang digunakan di penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni menggunakan <i>content, timeliness, technology</i> dan <i>user support</i> .	Mengidentifikasi <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) di perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Pakistan	Menganalisis <i>Internet Financial Reporting</i> (IFR) pada perusahaan manufaktur yang <i>go public</i> di negara Indonesia, Malaysia dan Singapura

Sumber : Data diolah, 2017

B. Signalling Theory (Teori Sinyal)

Teori sinyal berfungsi sebagai sinyal atas informasi dalam pengungkapan laporan keuangan perusahaan kepada pihak eksternal, baik berupa sinyal positif maupun sinyal negatif. Sinyal tersebut berupa informasi mengenai kegiatan yang manajemen lakukan sebagai upaya untuk mewujudkan keinginan pemilik dan para pemegang saham. Sinyal ini dapat berupa sebuah promosi atau informasi lain yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Dalam teori sinyal disebutkan bahwa terdapat dorongan bagi perusahaan untuk memberikan informasi dikarenakan adanya asimetri informasi antara manajer dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer lebih mengetahui informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang jika dibandingkan dengan pihak luar (Wolk *et. al.*, 2000) dalam (Keumala, 2013). Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengurangi asimetri informasi antara manajer dengan pihak luar adalah dengan memberikan sinyal mengenai informasi keuangan perusahaan yang bersifat positif yang dipercaya akan dapat mengurangi ketidakpastian dari prospek perusahaan di masa mendatang salah satunya dalam bentuk laporan keuangan. Laporan keuangan yang terdiri dari informasi yang bersifat keuangan dan non keuangan merupakan sumber informasi yang sangat dibutuhkan investor, kreditor dan pihak lain yang berkepentingan sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen dan merupakan acuan dalam pengambilan keputusan.



C. Laporan Keuangan

Menurut PSAK No. 1 dalam Ikatan Akuntansi Indonesia (2013) "laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas". Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan suatu informasi tentang posisi keuangan perusahaan, kinerja keuangan perusahaan, dan arus kas suatu entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Menurut Munawir (2004:2) laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas tersebut. Sedangkan menurut Myer (1995) dalam bukunya *Financial Statement Analysis* mengatakan bahwa yang dimaksud dengan laporan keuangan adalah dua daftar yang disusun oleh akuntan pada akhir periode untuk suatu perusahaan. Kedua daftar itu adalah daftar neraca atau posisi keuangan dan daftar pendapatan atau daftar rugi laba. Pada waktu akhir-akhir ini sudah menjadi kebiasaan bagi perseroan-perseroan untuk menambahkan daftar ketiga yaitu daftar surplus atau daftar laba yang tak dibagikan (laba yang ditahan). Menurut pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur tentang posisi keuangan perusahaan atau daftar neraca dan kinerja keuangan perusahaan atau daftar pendapatan atau daftar rugi laba sebagai hasil dari proses akuntansi yang disusun pada akhir periode yang digunakan sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut.



Dalam laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas yang meliputi : (a) asset; (b) liabilitas; (c) ekuitas; (d) pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian; (e) kontribusi dari dan kepada pemilik bisnis dalam kapasitasnya sebagai pemilik; dan (f) arus kas (IAI, 2013).

1. Komponen Laporan Keuangan

Menurut PSAK No. 1 dalam Ikatan Akuntansi Indonesia (2013) laporan keuangan yang lengkap mencakup komponen-komponen berikut :

- a. Laporan posisi keuangan (neraca) pada akhir periode
- b. Laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain selama periode
- c. Laporan perubahan ekuitas selama periode
- d. Laporan arus kas selama periode
- e. Catatan atas laporan keuangan, yang berisi ringkasan kebijakan akuntansi penting dan informasi komparatif untuk mematuhi periode sebelumnya
- f. Laporan posisi keuangan pada awal periode sebelumnya yang disajikan ketika entitas menerapkan suatu kebijakan akuntansi secara retrospektif atau membuat penyajian kembali pos-pos laporan keuangan, atau ketika entitas mereklasifikasi pos-pos dalam laporan keuangannya.

2. Pemakai Laporan Keuangan

Menurut PSAK No.1 dalam Ikatan Akuntansi Indonesia (2013), pemakai laporan keuangan adalah sebagai berikut :

- a. Investor

Penanam modal/investor berkepentingan dengan risiko yang melekat serta hasil pengembangan atas investasi yang dilakukan. Penanam modal membutuhkan informasi untuk membantu menentukan apakah mereka harus membeli, menahan, atau menjual investasi yang mereka miliki. Pemegang saham juga tertarik pada informasi yang



memungkinkan mereka untuk bisa menilai kemampuan perusahaan dalam membayarkan dividen.

b. Karyawan

Karyawan dan serikat pekerja tertarik pada informasi mengenai stabilitas dan profitabilitas perusahaan. Mereka juga tertarik dengan informasi yang memungkinkan mereka untuk bisa menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan balas jasa, manfaat pensiun, dan kesempatan kerja bagi mereka.

c. Pemberi Pinjaman

Pemberi pinjaman tertarik dengan informasi keuangan perusahaan yang memungkinkan mereka untuk dapat memutuskan apakah pinjaman serta bunga yang diberikan kepada perusahaan dapat dibayar pada saat jatuh tempo atau tidak.

d. Pemasok dan Kreditur Usaha Lainnya

Pemasok dan kreditur usaha lainnya tertarik dengan informasi keuangan yang disampaikan perusahaan yang memungkinkan mereka untuk dapat memutuskan apakah jumlah yang terutang akan dapat dibayarkan pada saat jatuh tempo atau tidak. Kreditur usaha berkepentingan dengan perusahaan dalam jangka waktu yang lebih pendek jika dibandingkan dengan pemberi pinjaman.

e. Pelanggan

Pelanggan berkepentingan dengan informasi perusahaan mengenai



kelangsungan hidup perusahaan, terutama jika mereka terlibat dalam perjanjian jangka panjang dengan perusahaan atau mereka bergantung pada perusahaan.

f. Pemerintah

Pemerintah dan berbagai lembaga yang berada di bawah kekuasaannya berkepentingan dengan alokasi sumber daya, karena itu berkepentingan dengan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Pemerintah membutuhkan informasi tersebut untuk mengatur aktivitas perusahaan, menetapkan kebijakan pajak, dan sebagai dasar atas penyusunan statistik pendapatan nasional dan statistik lainnya.

g. Masyarakat

Masyarakat tertarik dengan informasi mengenai kontribusi perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya, termasuk jumlah orang yang dipekerjakan, dan perlindungan kepada pemasok dan pekerja lokal serta penanam modal domestik. Laporan keuangan ini akan dapat membantu masyarakat dengan menyediakan informasi kecenderungan (*trend*) dan perkembangan terakhir kemakmuran perusahaan serta rangkaian aktivitasnya.

Menurut Munawir (2004:2), pihak-pihak yang berkepentingan terhadap posisi keuangan maupun perkembangan suatu perusahaan adalah:

a. Pemilik Perusahaan, sangat berkepentingan terhadap laporan keuangan perusahaannya karena dengan laporan tersebut pemilik



perusahaan akan dapat menilai sukses tidaknya manager dalam memimpin perusahaannya dan kesuksesan seorang manager biasanya dinilai atau diukur dengan laba yang diperoleh perusahaan.

b. Manager atau Pimpinan Perusahaan, dengan mengetahui posisi keuangan perusahaannya pada periode yang baru lalu akan dapat menyusun rencana yang lebih baik, memperbaiki system pengawasannya dan menentukan kebijaksanaan-kebijaksanaannya yang lebih tepat.

c. Investor, kreditur dan bankers, dengan laporan keuangan akan dapat dilihat bagaimana prospek keuntungan di masa mendatang dan perkembangan perusahaan selanjutnya, untuk mengetahui jaminan investasinya dan mengetahui kondisi kerja atau kondisi keuangan jangka pendek perusahaan tersebut guna menentukan langkah-langkah yang harus ditempuh selanjutnya.

d. Pemerintah, sangat berkepentingan dengan laporan keuangan perusahaan tersebut, disamping untuk menentukan besarnya pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan juga sangat diperlukan oleh Biro Pusat Statistik, Dinas Perindustrian, Dinas Perdagangan dan Tenaga Kerja untuk dasar perencanaan pemerintah.

D. *Internet Financial Reporting (IFR)*

Menurut Prasetya dan Irwandi (2012) *Internet Financial Reporting (IFR)* adalah pelaporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan melalui internet yang disajikan dalam *website* perusahaan. Pelaporan keuangan melalui internet



dianggap lebih efektif dan efisien dalam penyebaran informasi keuangan perusahaan karena cakupannya yang sangat luas, lebih cepat dan lebih menghemat biaya karena perusahaan tidak perlu mencetak laporan keuangan dan mendistribusikannya kepada pihak yang berkepentingan secara manual atau konvensional.

Internet Financial Reporting (IFR) merupakan sebuah pengungkapan secara sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Namun dalam penerapannya tidak ada peraturan yang mengatur secara jelas dan rinci. Penerapan *Internet Financial Reporting* (IFR) dilakukan sesuai dengan tujuan masing-masing perusahaan yaitu untuk pelaporan informasi keuangan dan informasi perusahaan lainnya yang nantinya dianggap akan dapat membantu meningkatkan kredibilitas perusahaan.

Internet Financial Reporting (IFR) diukur menggunakan indeks yang terdiri dari empat komponen indeks yang dikembangkan oleh Cheng *et.al* (2000) dalam Handayani dan Almilia (2013) yang dianalisis dengan masing-masing proporsi penilaiannya yaitu *content* sebesar 40 persen, *timeliness* sebesar 20 persen, *technology* sebesar 20 persen dan *user support* sebesar 20 persen. Pengukuran indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) dilakukan dengan cara menganalisis isi dari *website* perusahaan, memberi skor setiap item informasi yang diungkapkan dalam *website* perusahaan dan dijumlahkan skor pada setiap komponennya..

Menurut Handayani dan Almilia (2013) *Internet Financial Reporting* (IFR) dikatakan berkualitas apabila *website* perusahaan menggunakan teknologi dengan baik dan melaporkan semua informasi keuangan sesuai dengan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR). *Internet Financial Reporting* (IFR) dinilai berkualitas



apabila bisa memenuhi semua indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) dengan total skor maksimal sebesar 103. Adapun penjelasan dari tiap-tiap komponen adalah sebagai berikut :

1. Content (isi)

Dalam komponen *content* ini meliputi pengungkapan informasi keuangan, seperti laporan tahunan, laporan triwulan, laporan keuangan yang meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan posisi keuangan, catatan laporan keuangan, laporan auditor, dan laporan pimpinan perusahaan. Selain itu informasi tentang perusahaan seperti visi misi, susunan pengurus dan kontak untuk hubungan langsung dengan investor serta laporan tanggungjawab sosial perusahaan, dan bahasa-bahasa yang disediakan dalam *website* perusahaan dan informasi tentang saham perusahaan. Informasi keuangan yang diungkapkan dalam bentuk HTML akan mendapat skor yang lebih tinggi dibandingkan dalam bentuk PDF. Perbedaan skor ini dikarenakan penggunaan format HTML akan lebih memudahkan pengguna dalam mengakses informasi keuangan perusahaan secara lebih cepat. Komponen *content* dapat dikatakan berkualitas apabila semakin lengkap informasi keuangan dan informasi perusahaan yang dilaporkan dalam *website* perusahaan. Semakin berkualitas komponen *content* maka indeksnya akan semakin tinggi dengan nilai skor maksimal sebesar 53.

Berdasarkan *signalling theory*, *website* perusahaan yang menyajikan laporan keuangan sesuai dengan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR)



akan memberikan informasi yang dibutuhkan investor lebih lengkap dan akan mempermudah investor untuk mendapatkan informasi keuangan yang dibutuhkan. Maka dari itu pengungkapan secara lengkap informasi keuangan perusahaan sangatlah penting. Hal itu akan memberikan sinyal yang positif terhadap investor untuk menanamkan modal.

Menurut penelitian yang dilakukan Puri (2013) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi indeks pelaporan keuangan melalui internet, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa situs *website* perusahaan hanya menampilkan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang standar, yaitu hanya maksimal pada pengungkapan komponen *content* saja yang item-itemnya terpenuhi hanya pada bentuk laporan wajib yaitu laporan keuangan lengkap.

2. *Timeliness* (ketepatan waktu)

Komponen *timeliness* berkaitan dengan ketepatan waktu perusahaan dalam memperbaharui informasi dan data dalam *website* perusahaan seperti siaran pers, kutipan saham, laporan triwulan terbaru yang belum diaudit, pernyataan visi atau pandangan kedepan dan grafik keuntungan yang diharapkan di masa depan. Dalam penyajian informasi, ketepatan waktu dalam pelaporan terutama informasi keuangan perusahaan merupakan hal yang cukup penting. Pelaporan informasi dan data secara tepat waktu dan *up to date* akan memudahkan investor dalam pengambilan keputusan. Komponen *timelines* dapat dikatakan berkualitas apabila perusahaan menyajikan informasi dalam *website* perusahaan secara tepat



waktu. Semakin tepat waktu perusahaan dalam memperbaharui informasi dan data maka indeksnya akan semakin tinggi dengan nilai skor maksimal sebesar 15.

Berdasarkan *signalling theory*, *website* perusahaan yang memberikan *update* informasi kegiatan perusahaan yang dibutuhkan investor secara lebih lengkap dan lebih *update* maka investor akan lebih mudah mengetahui informasi kegiatan perusahaan. Ketepatan waktu dalam memperbaharui informasi dan data akan membuat informasi tersebut menjadi lebih akurat karena lebih sesuai dengan keadaan perusahaan yang terbaru. Hal ini akan memberikan sinyal positif pada investor untuk menanamkan modal.

Menurut Nadia (2012) dalam Handayani dan Almilia (2013) pada umumnya perusahaan mengungkapkan siaran pers untuk memberitahukan informasi mengenai perusahaan serta laporan triwulan yang selalu diperbaharui. Pembaharuan informasi keuangan umumnya dihubungkan dengan *announcement* pada bursa efek. Selain itu perusahaan juga mengungkapkan informasi mengenai penawaran saham perusahaan dan harga saham perusahaan yang terbaru ataupun secara historis.

3. *Technology* (Teknologi)

Komponen ini terkait dengan pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh perusahaan dalam pelaporan informasi keuangan melalui internet yaitu teknologi yang tidak dapat disediakan oleh media cetak, seperti penggunaan teknologi multimedia, *analysis tools* (seperti *Excel's Pivot*



Table), *slide* presentasi, dan fitur-fitur lanjutan (seperti implementasi “*Intelligent Agent*” atau XBRL). Pemanfaatan teknologi ini mempermudah pengguna dalam mengakses informasi yang ada dalam *website* perusahaan. Komponen *technology* dapat dikatakan berkualitas apabila perusahaan menerapkan teknologi yang canggih dengan maksimal dalam *website* perusahaan. Semakin berkualitas dan semakin canggih teknologi yang digunakan dalam *website* perusahaan maka indeksnya akan semakin tinggi dengan nilai skor maksimal sebesar 20.

Berdasarkan *signalling theory*, *website* perusahaan yang memiliki kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) yang bagus dengan menerapkan teknologi yang canggih dalam *website* perusahaan akan membuat *website* menjadi lebih menarik dan informatif serta mempermudah dalam mengaksesnya. Hal ini akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Puri (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) dalam komponen teknologi memiliki presentasi yang kecil jika dibandingkan tiga komponen yang lainnya. Hal ini disebabkan karena dibutuhkan biaya yang besar untuk melengkapi kriteria teknologi yang terdiri dari item-item penggunaan teknologi multimedia, fitur canggih, alat analisis dan umpan balik secara *online*. Karena itulah belum banyak perusahaan yang mampu mengembangkan teknologi yang digunakan dalam *Internet Financial Reporting* (IFR) secara maksimal.



4. *User Support* (dukungan pengguna)

Komponen *user support* berkaitan dengan layanan-layanan dan fasilitas yang disediakan perusahaan dalam *website* perusahaannya guna memudahkan pengguna dan investor mengakses informasi dalam *website* perusahaan, seperti media pencarian dan navigasi yaitu *help and FAQ*, *link to homepage*, *link to top*, *site map*, *site search* dan konsistensinya dalam menerapkan desain pada *website* perusahaan, selain itu juga klik yang dibutuhkan pengguna dalam mengakses informasi keuangan perusahaan.

Indeks *user support* suatu *website* perusahaan akan semakin tinggi apabila perusahaan mampu mengimplementasikan secara maksimal semua layanan dalam *website* perusahaan seperti *help and FAQ*, *link* ke halaman utama, *link* ke atas, situs peta, dan situs pencarian. Komponen *user support* dapat dikatakan berkualitas apabila perusahaan menyediakan layanan-layanan dan fasilitas dalam *website* untuk memudahkan pengguna dalam mengakses informasi. Semakin banyak fasilitas yang disediakan dalam *website* perusahaan maka indeksnya akan semakin tinggi dengan nilai skor maksimal sebesar 15.

Penelitian yang dilakukan Nadia (2012) dalam Handayani dan Almilia (2013) membuktikan bahwa perusahaan yang menggunakan menu *help and FAQ* sebanyak 39 persen atau 15 perusahaan. Sedangkan seluruhnya atau 100 persen perusahaan memiliki *link* ke beranda dalam situs *website* mereka. Dan hanya sebesar 13 persen atau lima perusahaan yang menyediakan *link* ke atas dalam situs *website* perusahaannya. Serta



sebanyak 30 perusahaan yang menyediakan situs peta dalam *website* perusahaan mereka.

E. Pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR)

Pengungkapan laporan keuangan merupakan proses akhir dari semua rangkaian proses akuntansi yang telah dilakukan. Pengungkapan laporan keuangan merupakan penyajian informasi dalam bentuk laporan keuangan yang dilakukan pada akhir periode akuntansi. Dalam penelitian ini, pengungkapan laporan keuangan perusahaan dilakukan dalam *website* perusahaan dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana pengungkapannya. Pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) dilakukan secara sukarela oleh perusahaan.

Karakteristik umum pada laporan keuangan menurut PSAK No. 1 oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (2013) adalah sebagai berikut :

1. Penyajian Secara Wajar dan Kepatuhan Terhadap SAK

Penyajian secara wajar mengharuskan penyajian laporan keuangan dilakukan secara jujur, membuat pernyataan secara eksplisit dan tanpa terkecuali serta harus sesuai dengan SAK dalam catatan atas laporan keuangan, serta tidak dapat memperbaiki kebijakan akuntansi yang tidak tepat.

2. Kelangsungan Usaha

Penyajian laporan keuangan perusahaan harus berdasarkan pada asumsi kelangsungan usaha. Jika terdapat ketidakpastian akan kelangsungan usaha maka perusahaan harus mengungkapkan hal tersebut



sebagai dasar atas penyajian laporan keuangan, dan harus mencantumkan alasan atas ketidakpastian kelangsungan usaha tersebut.

3. Dasar Akruwal

Dalam penyusunan laporan keuangan harus dengan dasar akruwal, kecuali dalam penyusunan laporan arus kas perusahaan. Dengan dasar akruwal, pendapatan atau beban yang dicatat dalam laporan keuangan akan diakui ketika pendapatan atau beban tersebut telah terjadi.

4. Materialitas dan Penggabungan

Dalam penyusunan laporan keuangan, entitas harus menyajikan secara terpisah antar kelompok pos material yang sejenis. Pengelompokan ini berdasarkan sifat atau fungsi. Jika nilainya tidak material, penyajian laporan keuangan bisa digabungkan dengan pos lain yang sejenis dalam laporan keuangan atau disajikan terpisah dalam catatan atas laporan keuangan.

5. Saling Hapus

Entitas tidak boleh melakukan saling hapus data atas aset dan liabilitas atau pendapatan dan beban kecuali disyaratkan atau diizinkan oleh suatu PSAK.

6. Frekuensi Pelaporan

Perusahaan harus menyajikan laporan keuangan secara lengkap setidaknya dalam periode tahunan. Jika akhir periode laporan keuangan berubah lebih panjang atau lebih pendek daripada periode satu tahun, maka entitas juga harus mengungkapkan alasan penggunaan periode



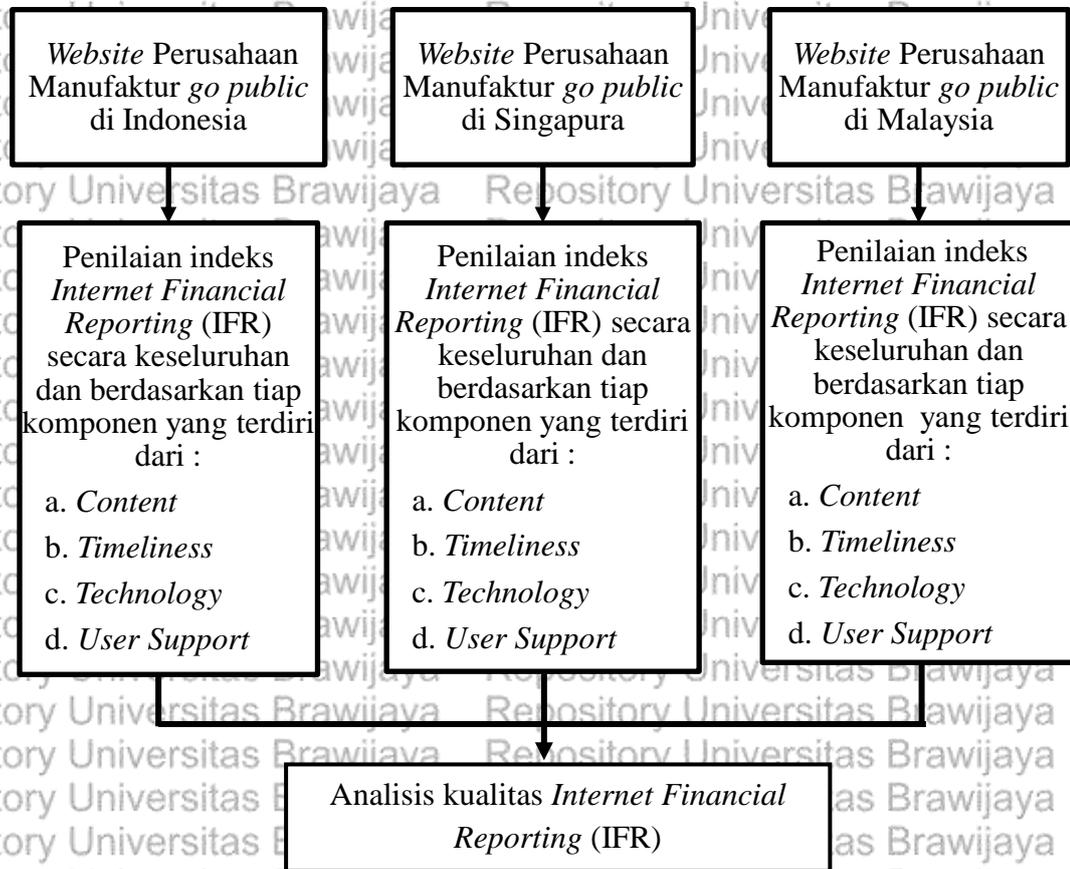
laporan keuangan yang lebih panjang atau lebih pendek dan fakta bahwa jumlah yang disajikan dalam laporan keuangan tidak dapat diperbandingkan secara keseluruhan.

7. Konsistensi Penyajian

Penyajian dan klasifikasi pos-pos dalam laporan keuangan perusahaan antar periode dilakukan secara konsisten kecuali setelah terjadinya perubahan yang signifikan terhadap sifat operasional perusahaan atau dilakukan pengkajian ulang atas laporan keuangan. Terlihat jelas bahwa penyajian yang lain akan lebih tepat digunakan dengan mempertimbangkan kriteria dalam penentuan dan penerapan kebijakan akuntansi pada perusahaan. Perubahan-perubahan yang dilakukan tersebut harus diperkenankan atau sesuai dengan PSAK.

F. Kerangka Berpikir

Suatu penelitian perlu mencantumkan kerangka berpikir dalam laporan penelitiannya, kerangka berpikir adalah deskripsi pemikiran peneliti sebelum melakukan sebuah penelitian. Sebuah kerangka berpikir dapat membantu pembaca untuk memahami apa yang dimaksud dan tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2016:91). Berikut ini adalah gambar kerangka berpikir dari penelitian ini :



Gambar 3 : Kerangka Berpikir

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan kerangka penelitian diatas, peneliti ingin menganalisis kualitas *Internet Financial Reporting (IFR)* khususnya pada sektor perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia. Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa untuk menganalisis kualitas *Internet Financial Reporting (IFR)* akan dilakukan secara keseluruhan dan berdasarkan empat komponen yaitu *content, timeliness, technology, dan user support*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Menurut Arikunto (2009:195) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian deskriptif karena penelitian ini berusaha menggambarkan data dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Menurut Moleong (2004:6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *content analysis* atau analisis isi. Menurut Fraenkel dan Wallen (2008:483) analisis isi adalah teknik yang dapat digunakan untuk mengkaji perilaku manusia secara tidak langsung melalui analisis terhadap komunikasi mereka seperti buku teks, esay, koran, novel, artikel majalah, lagu, gambar iklan dan semua jenis komunikasi yang dapat dianalisis. Analisis isi adalah sebuah alat penelitian yang difokuskan pada konten aktual dan fitur internal media. Dengan menggunakan analisis isi, maka akan diperoleh suatu pemahaman terhadap berbagai isi pesan komunikasi yang disampaikan oleh media massa atau dari sumber lain secara obyektif, sistematis, dan relevan.



B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan melakukan analisis terhadap *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia yang terdaftar dalam www.idx.co.id, www.sgx.com, dan www.bursamalaysia.com. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini adalah tersedianya daftar perusahaan secara lengkap dan laporan keuangan perusahaan baik laporan tahunan maupun triwulan.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian berfungsi sebagai batasan sebuah penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan tidak meluas dan tetap pada objek penelitian. Fokus penelitian ini adalah indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia. *Internet Financial Reporting* (IFR) indeks digunakan untuk mengukur atribut dari situs perusahaan dalam komponen *content*, *timeliness*, *technology* dan *user support*. *Internet Financial Reporting* (IFR) suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila penggunaan teknologi dalam *website* perusahaan dan pelaporan informasi keuangan perusahaan sesuai dengan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR).

D. Definisi Operasional dan Pengukuran

Internet Financial Reporting (IFR) diukur menggunakan indeks yang nantinya akan dinilai dengan bobot tertentu yang berbeda untuk setiap komponennya. Bobot ini kemudian akan disimpulkan untuk menghitung skor dari setiap perusahaan dalam penerapan *Internet Financial Reporting* (IFR) dengan skor

maksimal yang dapat diperoleh sebesar 103. Komponen dari *Internet Financial Reporting* (IFR) diukur dengan rincian sebagai berikut :

1. Isi (*Content*)

Dalam komponen ini penilaian dikategorikan meliputi, laporan keuangan, catatan laporan keuangan, laporan triwulan, laporan auditor, laporan direktur, informasi pemegang saham, informasi perusahaan dan informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang mempunyai kriteria penilaian sebesar 40 persen dengan total skor maksimal yang diperoleh sebesar 53. Penggunaan format *file* informasi keuangan yang diunggah dalam situs perusahaan adalah *Portable Document Format* (PDF) dan *Hyper Text Markup Language* (HTML). Laporan yang diunggah dalam format HTML mendapat dua poin dan jika dalam format PDF mendapat satu poin. Skor lebih tinggi pada *file* dengan format HTML dikarenakan penggunaannya akan memudahkan pengguna mempercepat proses dalam mengakses informasi keuangan tersebut. Indeks isi/*content* dari *Internet Financial Reporting* (IFR) adalah sebagai berikut :

a. Laporan keuangan perusahaan yang ditunjukkan dengan :

1) Laporan Tahunan

Akan diberikan nilai tiga jika ada laporan tahunan yang dipublikasikan lebih dari dua tahun sebelumnya. Nilai dua jika ada laporan tahunan yang dipublikasikan pada dua tahun terakhir. Nilai satu jika hanya ada laporan tahunan yang dipublikasikan



pada satu tahun terakhir. Nilai nol jika tidak ada laporan tahunan yang dipublikasikan. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar 0,5.

2) Laporan Triwulan

Akan diberikan nilai tiga jika ada laporan triwulan yang dipublikasikan lebih dari satu tahun sebelumnya. Nilai dua jika hanya ada empat laporan triwulan terakhir yang dipublikasikan. Nilai satu jika hanya ada satu laporan triwulan terakhir saja yang dipublikasikan. Nilai nol jika tidak ada laporan triwulan yang dipublikasikan. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar 0,5.

b. Informasi Keuangan Lainnya

1) Kutipan Saham

Akan diberikan nilai satu jika menampilkan kutipan saham perusahaan. Nilai nol jika tidak menampilkan kutipan saham perusahaan. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar tiga.

2) Grafik Harga Saham

Akan diberikan nilai satu jika menampilkan grafik harga saham perusahaan. Nilai nol jika tidak menampilkan grafik harga saham perusahaan. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

c. Bahasa Yang Digunakan

1) Bahasa Inggris

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan bahasa inggris. Nilai nol jika tidak menggunakan bahasa inggris. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.



2) Bahasa Lain

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan bahasa selain bahasa inggris. Nilai nol jika tidak menggunakan bahasa selain bahasa inggris. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu.

d. Informasi keuangan perusahaan yang terdiri dari :

1) Laporan Posisi Keuangan

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF dengan multiplier yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML. Nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

2) Laporan Kinerja Keuangan

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF dengan multiplier yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

3) Laporan Arus Kas

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF dengan multiplier yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan sebesar dua.



4) Laporan Perubahan Ekuitas

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF dengan multiplier yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

5) Catatan Atas Laporan Keuangan

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

6) Pengungkapan Hasil Triwulan

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

7) Ikhtisar Data Keuangan Penting Perusahaan (*Financial Highlight*)

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format



HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

8) Laporan Pimpinan Perusahaan

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

9) Laporan Auditor

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

10) Informasi Pemegang Saham

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

11) Informasi Perusahaan

Informasi perusahaan terdiri dari :

a) Visi dan Misi



Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

b) Dewan Direktur dan Dewan Komisaris

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

c) Kontak untuk hubungan langsung dari investor

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

12) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan format PDF, dan nilai nol jika tidak menggunakan format PDF. *Multiplier* yang

digunakan yaitu sebesar satu. Nilai satu jika menggunakan format HTML, dan nilai nol jika tidak menggunakan HTML. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

Tabel 2 : Indeks Content / Isi

<i>Index Items</i>	<i>Explanation</i>	<i>Multiplier</i>
1. Content / isi		
1.1 Number of years/ <i>Quarterly Shown</i> / Tahun Pengungkapan		
a) Annual Report	3 = > 2 years 2 = 2 years 1 = 1 years 0 = 0 years	0,5
b) Quarterly Report	3 = > 1 years 2 = 4 last report 1 = 1 last report 0 = 0 last report	0,5
1.2 Other Financial Information / Informasi Keuangan Lainnya		
a) Stock Quote	1=Yes, 0=No	3
b) Graph of Stock Quote	1=Yes, 0=No	2
1.3 Language / Bahasa		
a) English / Bahasa Inggris	1=Yes, 0=No	2
b) Other than English / selain Bahasa Inggris	1=Yes, 0=No	1
1.4 Component of Financial Information / Komponen Informasi Keuangan		
a) Statement of Financial Position / Laporan Posisi Keuangan		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
b) Statement of Financial Performance / Laporan Kinerja Keuangan		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
c) Statement of Cash Flows / Laporan Arus Kas		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2

dilanjutkan



<i>Index Items</i>	<i>Explanation</i>	<i>Multiplier</i>
d) Statement of Movement in Equity / Laporan Perubahan Ekuitas		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
e) Notes to the Financial Statement / Catatas Atas Laporan Keuangan		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
f) Disclosure of Quarterly Results / Pengungkapan Hasil Kuartal		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
g) Financial Highlight/Year-in-Review / Ikhtisar Data Keuangan Penting		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
h) Chairman's Report / Laporan Pimpinan Perusahaan		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
j) Auditors' Report / Laporan Auditor		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
k) Shareholder Information / Informasi Pemegang Saham		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
l) Corporate Information / Informasi Perusahaan		
1) Vission and mission / visi dan misi		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
2) Board Directors and Commisioner / Susunan Direktur dan Komisaris		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2
3) Contact to Investor Relation / Kontak untuk berhubungan dengan investor		
PDF	1=Yes, 0=No	1



<i>Index Items</i>	<i>Explanation</i>	<i>Multiplier</i>
HTML	1=Yes, 0=No	2
m) <i>Social Responsibility</i> / Tanggungjawab Sosial Perusahaan		
PDF	1=Yes, 0=No	1
HTML	1=Yes, 0=No	2

Sumber : Handayani dan Almilia (2013)

2. Ketepatan Waktu (*Timeliness*)

Dalam proses penyajian informasi, terutama informasi keuangan, ketepatan waktu dalam pelaporan merupakan perihal yang cukup penting.

Pelaporan informasi secara tepat waktu akan memudahkan investor dan pemegang saham dalam pengambilan keputusan. Penting untuk mengetahui sejauh mana *Internet Financial Reporting* (IFR) dalam perusahaan dapat memberikan informasi yang nyata dan tepat waktu di situs web dalam siaran pers, kutipan saham, laporan triwulan terbaru yang belum diaudit, pernyataan visi atau pandangan kedepan, dan grafik dari keuntungan yang diharapkan di masa depan dengan kriteria penilaian sebesar 20 persen dan skor maksimal yang dapat diperoleh sebesar 15.

Ketika perusahaan dapat memanfaatkan *website*-nya untuk menyajikan informasi dengan tepat waktu maka indeksnya akan semakin tinggi nilainya. Indeks ketepatan waktu/*timeliness* dari *Internet Financial Reporting* (IFR) adalah sebagai berikut :

a. Siaran Pers

Siaran pers terdiri dari :

- 1) Eksistensi dalam melakukan *update* berita



Akan diberikan nilai satu jika memiliki eksistensi dalam memberikan siaran pers. Nilai nol jika tidak memiliki eksistensi dalam memberikan siaran pers. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

2) Jumlah hari terakhir *update* berita

Akan diberikan nilai dua jika jumlah hari terakhir *update* berita dalam satu minggu terakhir. Nilai satu jika jumlah hari terakhir *update* berita lebih dari satu minggu. Nilai nol jika jumlah dari terakhir *update* berita lebih dari satu bulan. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar 1,5.

b. Hasil triwulan terbaru yang belum diaudit

Hasil triwulan terbaru yang belum diaudit terdiri dari:

1) Eksistensi

Akan diberikan nilai satu jika memiliki eksistensi dalam memberikan laporan triwulan terbaru yang belum diaudit. Dan nilai nol jika tidak memiliki eksistensi dalam memberikan laporan triwulan terbaru yang belum diaudit. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

2) Laporan Triwulan Yang Sudah Diaudit (*Proper Disclaimer*)

Akan diberikan nilai satu jika menampilkan laporan triwulan yang sudah diaudit. Dan nilai nol jika tidak menampilkan laporan triwulan yang sudah diaudit. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu.



c. Kutipan Saham

Kutipan saham terdiri dari :

- 1) Eksistensi dalam memberikan laporan mengenai saham perusahaan

Akan diberikan nilai satu jika memiliki eksistensi dalam memberikan informasi mengenai saham perusahaan. Nilai nol jika tidak memiliki eksistensi dalam memberikan informasi mengenai saham perusahaan. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

- 2) Update dalam berapa hari

Akan diberikan nilai satu jika *update* mengenai saham dalam minggu terakhir. Nilai nol jika *update* mengenai saham lebih dari satu minggu terakhir. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu.

d. Laporan visi perusahaan / laporan perkiraan masa depan

Pernyataan visi perusahaan / perkiraan masa depan terdiri dari :

- 1) Eksistensi dalam memberikan informasi visi perusahaan/perkiraan perusahaan di masa depan

Akan diberikan nilai satu jika memiliki eksistensi dalam memberikan pernyataan visi perusahaan/pernyataan perkiraan masa depan. Nilai nol jika tidak memiliki eksistensi dalam pernyataan visi perusahaan/pernyataan perkiraan masa depan.

Multiplier yang digunakan yaitu sebesar dua.

- 3) *Proper Disclaimer*

Akan diberikan nilai satu jika memberikan *proper disclaimer*.

Dan nilai nol jika tidak memberikan *proper disclaimer*. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu.

2) Grafik dari keuntungan di masa depan/perkiraan tren

Akan diberikan nilai satu jika menampilkan grafik dari keuntungan di masa depan/perkiraan tren. Dan nilai nol jika tidak menampilkan grafik dari keuntungan di masa depan/perkiraan tren. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu.

Tabel 3 : Indeks *Timeliness* / Ketepatan Waktu

<i>Index Items</i>	<i>Explanation</i>	<i>Multiplier</i>
2. <i>Timeliness</i> / Ketepatan Waktu		
2.1 <i>Press Releases</i> / Siaran Pers		
<i>Existence</i> / Eksistensi	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	2
<i>Number of days since last updated</i> / Jumlah hari terakhir pembaharuan berita	0= <i>updated more 1 month</i> 1 = <i>more one week</i> 2 = <i>this week</i>	1,5
2.2 <i>Unaudited Latest Quarterly Reports</i> / Laporan Triwulan Yang Belum Diaudit		
<i>Existence</i> / Eksistensi	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	2
<i>With Proper Disclaimer</i> / Dengan Laporan Triwulan Yang Telah Diaudit	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	1
2.3 <i>Stock Quote</i> / Kutipan Saham		
<i>Existence</i> / Eksistensi	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	2
<i>Updated in How Many Hours</i> / Pembaharuan dalam berapa hari	1 = <i>updated in week</i> 0 = <i>updated more than one week</i>	1
2.4 <i>Vision Statement/ Forward Looking Statement</i> / Laporan Visi Perusahaan		
<i>Existence</i> / Eksistensi	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	2
<i>Proper disclaimer</i> / Dapat Dipertanggungjawabkan	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	1

dilanjutkan

<i>Index Items</i>	<i>Explanation</i>	<i>Multiplier</i>
Charts of future profit forecasts/trends / Grafik Keuntungan di masa depan	1=Yes, 0=No	1

Sumber : Handayani dan Almilialia (2013)

3. Teknologi (*Technology*)

Dalam komponen ini terkait dengan pemanfaatan teknologi yang digunakan perusahaan dalam melaporkan keuangan melalui *website* perusahaan. Unsur-unsur yang dipertimbangkan dalam penggunaan teknologi oleh *Internet Financial Reporting* (IFR) perusahaan yaitu *download plug-in*, umpan balik *online*, penggunaan *slide* presentasi, penggunaan teknologi multimedia seperti *audio* dan video klip, alat analisis dan penggunaan pelaporan yang canggih yakni XBRL. Komponen ini memiliki kriteria penilaian yaitu sebesar 20 persen dengan skor maksimal yang dapat diperoleh sebesar 20. Indeks *technology* dari *Internet Financial Reporting* (IFR) adalah sebagai berikut:

a. *Download plug-in*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan *download plug-in*, dan nilai nol jika tidak menggunakan *download plug-in*. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

b. *Online feedback*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan *online feedback*, dan nilai nol jika tidak menggunakan *online feedback*. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.





c. *Presentation Slide*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan *slide* presentasi, dan nilai nol jika tidak menggunakan *slide* presentasi. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar tiga.

d. *Multimedia Technology*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan teknologi multimedia, dan nilai nol jika tidak menggunakan teknologi multimedia. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar empat.

e. *Analysis Tools*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan alat analisis, dan nilai nol jika tidak menggunakan alat analisis. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar empat.

f. *Advance Features (XBRL)*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan fitur canggih (XBRL), dan nilai nol jika tidak menggunakan fitur canggih (XBRL). *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar lima.

Tabel 4 : Indeks *Technology* / Teknologi

<i>Index Items</i>	<i>Explanation</i>	<i>Multiplier</i>
3. <i>Technology</i> / Teknologi		
3.1 <i>Download Plug-in / Menu Download</i>	1=Yes, 0=No	2
3.2 <i>Online Feedback / Umpan balik online</i>	1=Yes, 0=No	2
3.3 <i>Use of Presentation Slides / Penggunaan Slide Presentasi</i>	1=Yes, 0=No	3

dilanjutkan

<i>Index Items</i>	<i>Explanation</i>	<i>Multiplier</i>
3.4 <i>Use of Multimedia Technology / Penggunaan Teknologi Multimedia</i>	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	4
3.5 <i>Analysis Tools / Alat Analisis</i>	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	4
3.6 <i>Advance Features (XBRL) / Fitur Canggih</i>	1= <i>Yes</i> , 0= <i>No</i>	5

Sumber : Handayani dan Almia (2013)

4. Dukungan Pengguna (*User Support*)

Banyak pengguna yang memanfaatkan situs perusahaan dengan keterampilan yang berbeda-beda. Oleh karena itu perusahaan harus bisa memfasilitasi pengguna dalam menggunakan *website* perusahaan.

Semakin optimal perusahaan dalam mengimplementasikan semua sarana dalam *website* perusahaan seperti media pencarian dan navigasi (seperti *FAQ*, *links to homepage*, *site map*, *site search*), maka indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) perusahaan juga akan semakin tinggi.

Komponen ini memiliki kriteria penilaian sebesar 20 persen. Indeks *user support* dari *Internet Financial Reporting* (IFR) adalah sebagai berikut :

a. *Help and Frequently Asked Question (FAQ)*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan *Help and Frequently Asked Question (FAQ)*, dan nilai nol jika menggunakan *Help and Frequently Asked Question (FAQ)*. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar tiga.

b. *Link to homepage*



Akan diberikan nilai satu jika menggunakan *link* ke halaman utama, dan nilai nol jika tidak menggunakan *link* ke halaman utama.

Multiplier yang digunakan yaitu sebesar satu.

c. *Link to Top*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan *link* ke atas, dan nilai nol jika tidak menggunakan *link* ke atas. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu.

d. *Site map*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan *site map*, dan nilai nol jika tidak menggunakan *site map*. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar satu.

e. *Site search*

Akan diberikan nilai satu jika menggunakan situs pencari, dan nilai nol jika tidak menggunakan situs pencari. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar tiga.

f. *Consistency of Web Page Design*

Akan diberikan nilai satu jika memiliki konsistensi dari desain halaman *website*, dan nilai nol jika tidak memiliki konsistensi dari desain halaman *website*. *Multiplier* yang digunakan yaitu sebesar dua.

g. *Click for Financial Information*

Akan diberikan nilai satu jika banyaknya *click* kurang dari dua untuk mendapatkan informasi keuangan, dan nilai nol jika banyaknya

click lebih dari dua untuk mendapatkan informasi keuangan.

Multiplier yang digunakan yaitu sebesar empat.

Tabel 5 : Indeks User Support / Dukungan Pengguna

<i>Index Items</i>	<i>Explanation</i>	<i>Multiplier</i>
4. User Support		
4.1 <i>Help and Frequently Asked Question (FAQ)</i>	1=Yes, 0=No	3
4.2 <i>Link to Homepage</i>	1=Yes, 0=No	1
4.3 <i>Link to Top</i>	1=Yes, 0=No	1
4.4 <i>Site Map</i>	1=Yes, 0=No	1
4.5 <i>Site Search</i>	1=Yes, 0=No	3
4.6 <i>Consistency of Web Page Design</i>	0=poor, 1=good,	2
4.7 <i>Number of Clicks to get to Financial Info</i>	1 = 2 click 0 = more than 2 click	4

Sumber : Handayani dan Almilia (2013)

E. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia. Sampel yang akan digunakan adalah perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia periode 2016.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kesesuaian karakteristik dengan kriteria sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Dimana pemilihan sampel perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan tersebut termasuk dalam industri manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia.
2. Perusahaan tersebut memiliki *website* perusahaan dan menggunakannya sebagai sarana untuk melaporkan kinerja manajemen bisnis perusahaannya.
3. Perusahaan tersebut telah menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode 2016 dan telah diaudit pada *website* perusahaannya.

Hasil penentuan sampel terdapat beberapa data perusahaan yang tidak layak untuk dijadikan sampel penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6 : Seleksi Sampel Penelitian di Indonesia

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016	143
Pengurangan berdasarkan kriteria sampel :	
1. Perusahaan tidak memiliki website	(10)
2. Perusahaan belum menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode 2016 dan telah diaudit pada <i>website</i>	(20)
Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian	113

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan metode *purposive sampling*, maka jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang masuk dalam kriteria pemilihan sampel dan dapat dijadikan sebagai sampel penelitian ini adalah sebanyak 113 perusahaan.

Tabel 7 : Seleksi Sampel Penelitian di Singapura

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Singapura tahun 2016	246
Pengurangan berdasarkan kriteria sampel :	
1. Perusahaan tidak memiliki website	(74)
2. Perusahaan belum menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode 2016 dan telah diaudit pada <i>website</i>	(55)
Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian	117

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan metode *purposive sampling*, maka jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Singapura yang masuk dalam kriteria pemilihan sampel dan dapat dijadikan sebagai sampel penelitian ini adalah sebanyak 117 perusahaan.

Tabel 8 : Seleksi Sampel Penelitian di Malaysia

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia tahun 2016	200
Pengurangan berdasarkan kriteria sampel :	
1. Perusahaan tidak memiliki website	(42)
2. Perusahaan belum menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode 2016 dan telah diaudit pada <i>website</i>	(11)
Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian	147

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan metode *purposive sampling*, maka jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia yang masuk dalam kriteria pemilihan sampel dan dapat dijadikan sebagai sampel penelitian ini adalah sebanyak 147 perusahaan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian arsip. Penelitian arsip (*archival research*) merupakan penelitian terhadap fakta yang tertulis (dokumen) atau berupa arsip data (Indriantoro, 2012:30). Penelitian ini menggunakan penelitian arsip ini karena berdasarkan data yang akan dianalisis merupakan data sekunder yaitu dokumen perusahaan yang berupa laporan keuangan yang dipublikasikan. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang sudah diolah dari sumber lain yang diperoleh dari studi kepustakaan, penelitian sebelumnya, publikasi laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia dan *website* perusahaan terkait, dan juga literatur lain yang menunjang penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari www.idx.co.id, www.sgx.com, dan www.bursamalaysia.com.

Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan proses perolehan dokumen dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dokumen dan data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini. Dokumen dalam penelitian ini adalah *form checklist* untuk mengukur *Internet Financial Reporting (IFR)* indeks.

G. Teknik Analisis Data

Setelah data yang dibutuhkan terkumpul dan memenuhi kriteria dalam pengambilan sampel, kemudian langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengklasifikasikan perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia.



2. Analisis isi

Dalam tahapan analisis isi, bersifat membahas secara mendalam terhadap isi dari suatu informasi yang didapatkan dari *website* perusahaan.

Tahapan yang akan dilakukan adalah dengan mengklasifikasikan informasi

Internet Financial Reporting (IFR) perusahaan ke dalam komponen instrumen pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) yaitu *content/isi*, *timeliness/ketepatan waktu*, *teknologi*, dan *user*

support/dukungan pengguna pada perusahaan dan memberi tanda pada komponen pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR).

3. Melakukan pengukuran IFR indeks

Dalam melakukan pengukuran IFR indeks ini menggunakan alat pengungkapan IFR (*IFR Disclosure Instruments*). Kemudian dilakukan penjumlahan pada item pengungkapan dan dikategorikan ke dalam empat komponen yaitu *content*, *timeliness*, *technology* dan *user support*.

4. Tabulasi data

Tabulasi data adalah proses penempatan data pada tabel untuk memudahkan analisis dan pengambilan kesimpulan. Tabel ini dibuat agar dalam proses pengolahan data pada tiap komponen menjadi mudah, data yang akan dibuat tabulasi adalah :

a. Memberikan skor pada setiap kelengkapan komponen dalam analisis *Internet Financial Reporting* (IFR). Kemudian skor akan ditempatkan pada tabel sehingga semakin memudahkan dalam pengelompokan dan analisis selanjutnya.



b. Mencatat skor secara sistematis, yang nantinya akan memudahkan peneliti dalam pengamatan data dan memperoleh gambaran analisis yang telah dilakukan. Pada proses ini dapat dilihat tinggi rendahnya penerapan empat komponen dalam *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan.

5. Melakukan analisis dan interpretasi data dari indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Bursa Efek Indonesia (BEI)

Menurut sejarahnya, pasar modal di Indonesia telah ada jauh sebelum jaman kemerdekaan. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia dengan nama Bursa Efek Jakarta (BEJ). Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC. Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, namun perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pasar modal sempat mengalami kevakuman yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya. Setelah sempat tidak beroperasi, Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal di Indonesia pada tahun 1977, hingga beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan dan melayani berbagai perdagangan efek seperti saham, surat utang/obligasi, derivatif, reksadana dan syariah (www.idx.co.id). Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 9 : Perkembangan Pasar Modal di Indonesia

No	Tanggal	Keterangan
1.	Desember 1912	Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda
2.	1914 – 1918	Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I
3.	1925 – 1942	Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya
4.	Awal tahun 1939	Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup
5.	1942 – 1952	Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II
6.	1956	Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin tidak aktif
7.	1956 – 1977	Perdagangan di Bursa Efek vakum
8.	10 Agustus 1977	Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan <i>go public</i> PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama
9.	1977 – 1987	Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal
10.	1987	Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal di Indonesia
11.	1988 – 1990	Paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat
12.	2 Juni 1988	Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer
13.	Desember 1988	Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES 88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk <i>go public</i> dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal
14.	16 Juni 1989	Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya
15.	13 Juli 1992	Swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal Tanggal ini

dilanjutkan



No	Tanggal	Keterangan
		diperingati sebagai HUT BEJ.
16.	22 Mei 1995	Sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (<i>Jakarta Automated Trading Systems</i>)
17.	10 November 1995	Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996
18.	1995	Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya
19.	2000	Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (<i>scripless trading</i>) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia
20.	2002	BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (<i>remote trading</i>)
21.	2007	Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI)
22.	02 Maret 2009	Peluncuran Perdana Sistem Perdagangan Baru PT Bursa Efek Indonesia: JATS-NextG

Sumber : www.idx.co.id

Dalam menjalankan operasinya, Bursa Efek Indonesia memegang teguh visi, misi dan nilai perusahaan, yaitu :

a. Visi

Menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia.

b. Misi

Membangun bursa efek yang mudah diakses dan memfasilitasi

mobilisasi dana jangka panjang, untuk seluruh lini industri dan semua

segala bisnis perusahaan. Tidak hanya di Jakarta tapi di seluruh

Indonesia. Tidak hanya bagi institusi, tapi juga bagi individu yang

memenuhi kualifikasi mendapatkan pemerataan melalui pemilikan.

Serta meningkatkan reputasi Bursa Efek Indonesia, melalui



pemberian layanan yang berkualitas dan konsisten kepada seluruh *stakeholders* perusahaan.

c. *Core Values* atau nilai inti perusahaan, antara lain :

- 1) *Teamwork* (kerjasama)
- 2) *Integrity* (integritas/kejujuran)
- 3) *Professionalism* (profesionalisme)
- 4) *Service Excellence* (pelayanan unggul)

d. *Core Competencies* atau kemampuan inti, antara lain :

- 1) *Building Trust* (membangun kepercayaan)
- 2) *Integrity* (integritas/kejujuran)
- 3) *Strive for Excellence* (berusaha untuk menjadi yang terbaik)
- 4) *Customer Focus* (fokus kepada pelanggan atau nasabah)

2. Bursa Efek Singapura / *Singapore Exchange (SGX)*

Singapore Exchange adalah pasar infrastruktur, ekuitas operasi, pendapatan tetap dan derivatif terkemuka dan terpercaya di Asia dan merupakan pasar investasi dengan standar peraturan tertinggi (www.sgx.com). Sebagai bursa internasional multi-aset di Asia, SGX menyediakan layanan pencatatan, perdagangan, kliring, setelmen, penyimpanan dan layanan data, dengan sekitar 40% saham perusahaan terdaftar dan 75% dari jumlah obligasi tercatat yang berasal dari luar Singapura. SGX adalah *offshore market* paling likuid di dunia yang dijadikan sebagai pedoman bagi indeks ekuitas di China, India, Jepang dan ASEAN dan menawarkan produk komoditas dan mata uang derivatif.

Berkantor pusat di Singapura dengan rating AAA, SGX diakui secara global karena pengelolaan manajemen risikonya dan kemampuan kliring yang baik.

SGX dibentuk pada tanggal 1 Desember 1999 sebagai perusahaan induk. *Singapore Exchange* (SGX) yang sebelumnya dikenal sebagai *Stock Exchange of Singapore* (SES), menggabungkan diri dengan *Singapore International Monetary Exchange* (SIMEX) dan *Securities Clearing and Computer Services Pte Ltd* (SCCS). Berdasarkan penggabungan tersebut, semua aset yang sebelumnya dimiliki oleh organisasi-organisasi ini dialihkan kepada SGX. Para pemegang saham yang sebelumnya memegang saham di SES, SIMEX dan SCCS menerima saham SGX yang baru diterbitkan. SGX merupakan bursa efek kedua di Asia-Pasifik yang terdaftar melalui penawaran umum dan penempatan pribadi yaitu pada tanggal 23 November 2000 dengan indeks saham utama yaitu *MSCI Singapore Free Index* dan *Straits Times Index*.

3. Bursa Efek Malaysia / Bursa Malaysia

Bursa Malaysia adalah perusahaan induk yang berdiri pada tahun 1973 dan terdaftar pada tahun 2005. Bursa Malaysia merupakan salah satu bursa terbesar di ASEAN dan merupakan rumah bagi lebih dari 900 perusahaan di 60 kegiatan ekonomi yang terdaftar di *main market* untuk perusahaan-perusahaan besar, atau di *ACE market* untuk perusahaan-perusahaan yang baru dari semua ukuran (www.bursamalaysia.com).



Sebagai bursa yang terintegrasi, Bursa Malaysia menawarkan cukup banyak rangkaian produk yang mencakup ekuitas, derivatif, *futures and options*, *offshore and islamic assets*, serta layanan terkait dengan *exchange* seperti *listing, trading, clearing, settlement* dan *depository*.

Selain itu, Bursa Malaysia juga menawarkan pilihan investasi lain yang mencakup skema investasi kolektif seperti *Exchange Traded Funds* (ETFs), *Real Estate Investment Trusts* (REITs), *Exchange Traded Bonds* dan *Sukuk and Business Trust* (ETBS).

Bursa Malaysia mengadopsi nilai-nilai FTSE Bursa Malaysia KLCI sebagai indeks utamanya dan memperkenalkan *FTSE4Good Bursa Malaysia Index* pada tahun 2014. Pada bulan Mei 2015, Bursa Malaysia meningkatkan komitmennya untuk mempromosikan strategi berkelanjutan di antara emiten dan pasar dengan cara bergabung dengan *United Nations Sustainable Stock Exchanges* (SSE). Malaysia mengakui *Crude Palm Oil Futures Contract* (FCPO), yang diluncurkan 35 tahun yang lalu dan dijadikan sebagai patokan harga global untuk industri kelapa sawit. Pada bulan September 2016, Bursa Malaysia memperkenalkan Bursa Malaysia-i, *platform* investasi syariah *end-to-end* pertama di dunia untuk mendukung investasi Syariah dan memberikan pilihan kepada investor berbasis agama.

Bursa Malaysia berkomitmen untuk menyediakan fasilitas infrastruktur guna menciptakan pasar yang kompetitif dan dinamis secara



global serta untuk mempertahankan pasar perdagangan yang efisien, aman dan aktif bagi investor lokal dan global, antara lain :

a. *Bursa Malaysia Securities Bhd* (635998-W) untuk menyediakan, mengoperasikan dan mengurus bursa efek.

b. *Bursa Malaysia Derivatives Bhd* (261937-H) untuk menyediakan, mengoperasikan dan mengurus pertukaran berjangka dan opsi.

c. *Labuan International Financial Exchange Inc.* (LL 02032) untuk menyediakan, mengoperasikan dan mengurus *offshore exchange*.

d. *Bursa Malaysia Bonds Sdn Bhd* (319465-T) untuk menyediakan, mengoperasikan dan mengurus fasilitas elektronik terdaftar untuk pasar obligasi sekunder.

e. *Bursa Malaysia Securities Clearing Sdn Bhd* (109716-D) menyediakan, mengoperasikan dan mengurus kliring untuk bursa efek.

f. *Bursa Malaysia Derivatif Clearing Bhd* (358677-D) untuk menyediakan, mengoperasikan dan mengurus kliring untuk pertukaran berjangka dan opsi.

g. *Bursa Malaysia Depository Sdn Bhd* (165570-W) untuk menyediakan, mengoperasikan dan mengurus penyimpanan pusat.

h. *Bursa Malaysia Depository Nominees Sdn Bhd* (240297-W) yang bertindak sebagai calon kustodian sentral dan menerima sekuritas di deposit untuk perlindungan atau pengelolaan yang aman.



i. *Bursa Malaysia Information Sdn Bhd* (152961-H) untuk menyediakan dan menyebarkan harga dan informasi lainnya yang berkaitan dengan kutipan sekuritas pada bursa dalam kelompok.

j. *Bursa Malaysia Islamic Services Sdn Bhd* (853675-M) untuk mengoperasikan semua bisnis dan aktivitas *Islamic Markets* yang dimulai di bawah Bursa Malaysia.

B. Penyajian Data

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data hasil penelitian yang dilakukan. Analisis statistik deskriptif akan memudahkan dalam mendeskripsikan suatu data untuk dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca. Sebelum melakukan analisis data, gambaran-gambaran umum mengenai data-data penelitian harus dipahami terlebih dahulu. Jumlah data atau N menunjukkan banyaknya sampel penelitian. Nilai maksimum merupakan nilai tertinggi dan nilai minimum merupakan nilai terendah masing-masing sampel. Rata-rata data (*mean*) menggambarkan kisaran nilai data dan nilai *standard deviation* menunjukkan persebaran nilai data terhadap nilai rata-rata. Semakin besar nilai standar deviasi maka nilai data akan semakin jauh tersebar dengan nilai rata-ratanya atau semakin bervariasi, sedangkan apabila semakin kecil nilai standar deviasi maka

nilai data akan semakin dekat tersebar dengan nilai rata-ratanya atau kurang bervariasi.

Terdapat tiga sampel yang akan dianalisis dalam penelitian ini, yaitu data perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, data perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura, dan data perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia selama periode tahun 2016. Berikut disajikan tabel analisis statistik deskriptif masing-masing data :

Tabel 10 : Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IFR	113	30.5	69.5	47.292	8.8625
CONTENT	113	20.5	41.0	29.699	4.7002
TIMELINESS	113	.0	8.5	3.274	2.5696
TECHNOLOGY	113	2.0	13.0	5.398	2.5374
USER SUPPORT	113	3.0	14.0	8.938	2.3272
Valid N (listwise)	113				

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk total skor indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia yaitu sebesar 47,292 dengan nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) tertinggi sebesar 69,5 sedangkan nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) terendah adalah sebesar 30,5. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yaitu sebesar 8,8625. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.



Nilai rata-rata untuk komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia yaitu sebesar 29,699 dengan nilai komponen *content* tertinggi yaitu sebesar 41,0 sedangkan nilai komponen *content* terendah yaitu sebesar 20,5. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *content* yaitu sebesar 4,7002. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia yaitu sebesar 3,274 dengan nilai komponen *timeliness* tertinggi yaitu sebesar 8,5 sedangkan nilai komponen *timeliness* terendah yaitu sebesar 0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *timeliness* yaitu sebesar 2,5696. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata tetapi rentangnya tidak terlalu jauh menunjukkan bahwa tingkat persebarannya cukup besar dan data antar perusahaan sampel cukup bervariasi.

Nilai rata-rata untuk komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia yaitu sebesar 5,398 dengan nilai komponen *technology* tertinggi yaitu sebesar 13,0 sedangkan nilai komponen *technology* terendah yaitu sebesar 2,0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *technology* yaitu sebesar 2,5374. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia yaitu sebesar 8,938 dengan nilai komponen *user support* tertinggi yaitu sebesar 14,0 sedangkan nilai komponen *user support* terendah yaitu sebesar 3,0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *user support* yaitu sebesar 2,3272. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Tabel 11: Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan Manufaktur di Singapura

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IFR	117	28.5	71.5	49.616	10.0581
CONTENT	117	19.5	41.5	29.705	5.1374
TIMELINESS	117	.0	9.5	4.346	2.4639
TECHNOLOGY	117	2.0	15.0	7.265	2.3722
US	117	3.0	15.0	8.316	3.2527
Valid N (listwise)	117				

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk total skor indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura yaitu sebesar 49,616 dengan nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) tertinggi sebesar 71,5 sedangkan nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) terendah adalah sebesar 28,5. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yaitu sebesar 10,0581. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata



menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura yaitu sebesar 29,705 dengan nilai komponen *content* tertinggi yaitu sebesar 41,5 sedangkan nilai komponen *content* terendah yaitu sebesar 19,5. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *content* yaitu sebesar 5,1374. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata

menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura yaitu sebesar 4,346 dengan nilai komponen *timeliness* tertinggi yaitu sebesar 9,5 sedangkan nilai komponen *timeliness* terendah yaitu sebesar 0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *timeliness* yaitu sebesar 2,4639. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura yaitu sebesar 7,265 dengan nilai komponen *technology* tertinggi yaitu sebesar 15,0 sedangkan nilai komponen *technology* terendah yaitu sebesar 2,0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *technology* yaitu sebesar 2,3722. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan

tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura yaitu sebesar 8,316 dengan nilai komponen *user support* tertinggi yaitu sebesar 15,0 sedangkan nilai komponen *user support* terendah yaitu sebesar 3,0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *user support* yaitu sebesar 3,2527. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Tabel 12 : Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan Manufaktur di Malaysia

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IFR	147	28.5	77.5	43.462	9.7618
CONTENT	147	21.0	51.0	28.575	6.1964
TIMELINESS	147	.0	8.5	2.660	2.3879
TECHNOLOGY	147	2.0	13.0	5.599	2.2955
US	147	3.0	12.0	6.660	2.4897
Valid N (listwise)	147				

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk total skor indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada *website* perusahaan manufaktur di Malaysia yaitu sebesar 43,462 dengan nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) tertinggi sebesar 77,5 sedangkan nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) terendah adalah sebesar 28,5. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yaitu sebesar



9,7618. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur di Malaysia yaitu sebesar 28,575 dengan nilai komponen *content* tertinggi yaitu sebesar 51,0 sedangkan nilai komponen *content* terendah yaitu sebesar 21,0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *content* yaitu sebesar 6,1964. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur di Malaysia yaitu sebesar 2,660 dengan nilai komponen *timeliness* tertinggi yaitu sebesar 8,5 sedangkan nilai komponen *timeliness* terendah yaitu sebesar 0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *timeliness* yaitu sebesar 2,3879. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata tetapi rentangnya tidak terlalu jauh menunjukkan bahwa tingkat persebarannya cukup besar dan data antar perusahaan sampel cukup bervariasi.

Nilai rata-rata untuk komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia yaitu sebesar 5,599 dengan nilai komponen *technology* tertinggi yaitu sebesar 13,0 sedangkan nilai komponen *technology* terendah yaitu sebesar 2,0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *technology* yaitu sebesar 2,2955. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan

tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Nilai rata-rata untuk komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia yaitu sebesar 6,660 dengan nilai komponen *user support* tertinggi yaitu sebesar 12,0 sedangkan nilai komponen *user support* terendah yaitu sebesar 3,0. Nilai standar deviasi atau ukuran penyebaran data untuk komponen *user support* yaitu sebesar 2,4897. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa data mengelompok di sekitar rata-rata dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

2. *Internet Financial Reporting* (IFR)

Menurut Prasetya dan Irwandi (2012) *Internet Financial Reporting* (IFR) adalah pelaporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan melalui internet yang disajikan dalam *website* perusahaan. *Internet Financial Reporting* (IFR) merupakan sebuah pengungkapan secara sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam *Internet Financial Reporting* (IFR) terdapat empat komponen indeks yang dikembangkan oleh Cheng *et.al* (2000) dalam Handayani dan Almilia (2013) yang terdiri dari *content*, *timeliness*, *technology*, dan *user support*.

a. *Content* (Isi)

Informasi keuangan yang diungkapkan dengan format HTML maka akan dinilai dengan skor yang lebih tinggi yaitu dua poin dibandingkan dengan format PDF yaitu dinilai dengan skor satu

poin. Indeks *content* dari *Internet Financial Reporting (IFR)* pada perusahaan manufaktur di Indonesia, Singapura dan Malaysia diringkas dalam tabel berikut :

Tabel 13 : Deskriptif untuk Komponen *Content*

CONTENT	Indonesia		Singapura		Malaysia	
	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase
1. Banyaknya laporan tahunan/laporan triwulan						
a. Laporan tahunan						
1. Lebih 3 tahun sebelumnya	106	93,81%	115	98,29%	145	98,64%
2. Hanya 2 tahun terakhir	5	4,42%	0	0%	0	0%
3. Hanya satu tahun terakhir	2	1,77%	2	1,71%	2	1,36%
4. Tidak ada laporan tahunan	0	0%	0	0%	0	0%
b. Laporan triwulan						
1. Lebih 1 tahun sebelumnya	62	54,87%	24	20,51%	91	61,90%
2. Hanya 4 triwulan terakhir	6	5,31%	0	0%	0	0%
3. Hanya satu triwulan terakhir	0	0%	2	1,71%	3	2,04%
4. Tidak ada laporan triwulan	45	39,82%	91	77,78%	53	36,05%
2. Informasi keuangan lainnya						
a. Kutipan saham	28	24,78%	58	49,57%	47	31,97%
b. Tidak ada kutipan saham	85	75,22%	59	50,43%	100	68,03%
c. Grafik harga saham	16	14,16%	41	35,04%	37	25,17%
d. Tidak ada grafik harga saham	97	85,84%	76	64,96%	110	74,83%
3. Bahasa						
a. Inggris	103	91,15%	117	100%	147	100%
b. Selain bahasa Inggris	83	73,45%	37	31,62%	9	6,12%
4. Informasi keuangan						
a. Laporan posisi keuangan						
1. PDF dan HTML	2	1,77%	35	29,91%	18	12,24%
2. PDF	111	98,23%	82	70,09%	129	87,76%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
b. Laporan kinerja keuangan						
1. PDF dan HTML	2	1,77%	35	29,91%	17	11,56%

dilanjutkan



lanjutan

CONTENT	Indonesia		Singapura		Malaysia	
	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase
2. PDF	111	98,23%	82	70,09%	130	88,44%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
c. Laporan arus kas						
1. PDF dan HTML	0	0%	7	5,98%	13	8,84%
2. PDF	113	100%	110	94,02%	134	91,16%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
d. Laporan perubahan ekuitas						
1. PDF dan HTML	0	0%	4	3,42%	9	6,12%
2. PDF	113	100%	113	96,58%	138	93,88%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
e. Catatan atas laporan keuangan						
1. PDF dan HTML	0	0%	13	11,11%	2	1,36%
2. PDF	113	100%	104	88,89%	145	98,64%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
f. Pengungkapan laporan triwulan terakhir						
1. PDF dan HTML	0	0%	1	0,85%	2	1,36%
2. PDF	113	100%	116	99,15%	145	98,64%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
g. <i>Financial Highlight</i>						
1. PDF dan HTML dan grafik	37	32,74%	48	41,03%	42	28,57%
2. PDF dan HTML	0	0%	0	0%	0	0%
3. PDF dan grafik	74	65,49%	69	58,97%	105	71,43%
4. PDF	2	1,77%	0	0%	0	0%
5. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
6. HTML dan Grafik	0	0%	0	0%	0	0%
7. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
h. Laporan pimpinan perusahaan						
1. PDF dan HTML	16	14,16%	31	26,50%	32	21,77%
2. PDF	97	85,84%	86	73,50%	115	78,23%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%

dilanjutkan

lanjutan

CONTENT	Indonesia		Singapura		Malaysia	
	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase
i. Laporan auditor						
1. PDF dan HTML	1	0,88%	1	0,85%	6	4,08%
2. PDF	112	99,12%	116	99,15%	141	95,92%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
j. Informasi pemegang saham						
1. PDF dan HTML	49	43,36%	16	13,68%	18	12,24%
2. PDF	64	56,64%	101	86,32%	129	87,76%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
k. Informasi perusahaan						
I. Visi dan misi						
1. PDF dan HTML	88	77,88%	33	28,21%	66	44,90%
2. PDF	25	22,12%	84	71,79%	81	55,10%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
II. Dewan direktur dan komisaris						
1. PDF dan HTML	88	77,88%	95	81,20%	104	70,75%
2. PDF	25	22,12%	22	18,80%	43	29,25%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
III. Kontak untuk hubungan investor						
1. PDF dan HTML	89	78,76%	99	84,62%	118	80,27%
2. PDF	24	21,24%	18	15,38%	29	19,73%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
1. Tanggung jawab sosial perusahaan						
1. PDF dan HTML	70	61,95%	14	11,97%	40	27,21%
2. PDF	43	38,05%	103	88,03%	107	72,79%
3. HTML	0	0%	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber : Data diolah, 2017

Hasil deskriptif dijelaskan sebagai berikut :

1. Banyaknya Laporan Tahunan/Laporan Triwulan



a. Laporan Tahunan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 93,81 persen atau 106 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan laporan tahunan lebih dari 3 tahun sebelumnya. 4,42 persen atau 5 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan tahunan hanya 2 tahun terakhir. 1,77 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan tahunan hanya satu tahun terakhir. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan laporan tahunan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 98,29 persen atau 115 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan tahunan lebih dari 3 tahun sebelumnya. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan tahunan hanya 2 tahun terakhir. 1,71 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan tahunan hanya satu tahun terakhir. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan laporan tahunan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 98,64 persen atau 145 *website*



perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan tahunan lebih dari 3 tahun sebelumnya. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan tahunan hanya 2 tahun terakhir. 1,36 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan tahunan hanya satu tahun terakhir. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan tahunan.

b. Laporan Triwulan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 54,87 persen atau 62 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan laporan triwulan lebih dari satu tahun sebelumnya. 5,31 persen atau 6 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan triwulan hanya empat triwulan terakhir. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan triwulan hanya satu triwulan terakhir. 39,82 persen atau 45 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan laporan triwulan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 20,51 persen atau 24 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan triwulan lebih dari satu tahun sebelumnya. 0



persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan triwulan hanya empat triwulan terakhir. 1,71 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *public* di Singapura mengungkapkan laporan triwulan hanya satu triwulan terakhir. 77,78 persen atau 91 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan laporan triwulan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 61,90 persen atau 91 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan triwulan lebih dari satu tahun sebelumnya. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan triwulan hanya empat triwulan terakhir. 2,04 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang *public* di Malaysia mengungkapkan laporan triwulan hanya satu triwulan terakhir. 36,05 persen atau 53 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan triwulan.

2. Informasi Keuangan Lainnya

a. Kutipan Saham

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 24,78 persen atau 28 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menampilkan kutipan saham. 75,22 persen atau 85 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak menampilkan kutipan



saham. Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 49,57 persen atau 58 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menampilkan kutipan saham. 50,43 persen atau 59 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak menampilkan kutipan saham. Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 31,97 persen atau 47 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menampilkan kutipan saham. 68,03 persen atau 100 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak menampilkan kutipan saham.

b. Grafik Harga Saham

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 14,16 persen atau 16 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menampilkan grafik harga saham. 85,84 persen atau 97 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak menampilkan grafik harga saham. Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 35,04 persen atau 41 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menampilkan grafik harga saham. 64,96 persen atau 76 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak menampilkan grafik harga saham. Perusahaan



manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 25,17 persen atau 37 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menampilkan grafik harga saham, 74,83 persen atau 110 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak menampilkan grafik harga saham.

3. Bahasa

a. Bahasa Inggris

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 91,15 persen atau 103 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menggunakan Bahasa Inggris. Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 100persen atau 117 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menggunakan Bahasa Inggris. Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 147 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menggunakan Bahasa Inggris.

b. Selain Bahasa Inggris

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 73,45 persen atau 83 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan selain Bahasa Inggris yaitu Bahasa Indonesia dan



bahasa-bahasa lain. Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 31,62 persen atau 37 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan selain Bahasa Inggris yaitu Bahasa Cina sederhana, Bahasa Cina tradisional, satu perusahaan menyediakan Bahasa Spanyol, satu perusahaan menyediakan Bahasa Thailand dan ada dua perusahaan yang menyediakan berbagai menu bahasa dari seluruh dunia. Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 6,12 persen atau 9 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan selain Bahasa Inggris, yaitu Bahasa Cina sederhana, Bahasa Cina tradisional, dua perusahaan menyediakan Bahasa Spanyol, satu perusahaan menyediakan Bahasa Perancis, satu perusahaan menyediakan Bahasa Jerman, dan satu perusahaan menyediakan Bahasa Melayu (Malaysia).

4. Informasi Keuangan Perusahaan terdiri dari :

a. Laporan Posisi Keuangan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 1,77 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan dalam format PDF dan HTML. 98,23 persen atau 111 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan



posisi keuangan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 29,91 persen atau 35 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan dalam format PDF dan HTML. 70,09 persen atau 82 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 12,24 persen atau 18 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan dalam format PDF dan HTML. 87,76 persen atau 129 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan



posisi keuangan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0

website perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia

mengungkapkan laporan posisi keuangan perusahaan hanya dalam

format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang

go public di Malaysia tidak mengungkapkan laporan posisi keuangan

perusahaan.

b. Laporan Kinerja Keuangan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki

total sampel 113 data perusahaan, sebesar 1,77 persen atau 2 *website*

perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang

mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan dalam format

PDF dan HTML. 98,23 persen atau 111 *website* perusahaan

manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan

kinerja keuangan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau

0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia

mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan hanya dalam

format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang

go public di Indonesia tidak mengungkapkan laporan kinerja

keuangan perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki

total sampel 117 data perusahaan, sebesar 29,91 persen atau 35

website perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang

mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan dalam format



PDF dan HTML. 70,09 persen atau 82 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 11,56 persen atau 17 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan dalam format PDF dan HTML. 88,44 persen atau 130 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan kinerja keuangan perusahaan.

c. Laporan Arus Kas

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website*



perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan laporan arus kas dalam format PDF dan HTML. 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan arus kas hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan arus kas hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan laporan arus kas.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 5,98 persen atau 7 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan arus kas dalam format PDF dan HTML. 94,02 persen atau 110 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan arus kas hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan arus kas hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan laporan arus kas.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 8,84 persen atau 13 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan arus kas dalam format PDF dan HTML. 91,16 persen atau 134 *website* perusahaan manufaktur yang *go public*



di Malaysia mengungkapkan laporan arus kas hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan arus kas hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan arus kas.

d. Laporan Perubahan Ekuitas

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan laporan perubahan ekuitas dalam format PDF dan HTML. 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan perubahan ekuitas hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan perubahan ekuitas hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan laporan perubahan ekuitas.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 3,42 persen atau 4 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan perubahan ekuitas dalam format PDF dan HTML. 96,58 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan perubahan ekuitas



hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan perubahan ekuitas hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan laporan perubahan ekuitas.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 6,12 persen atau 9 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan perubahan ekuitas dalam format PDF dan HTML. 93,88 persen atau 138 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan perubahan ekuitas hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan perubahan ekuitas hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan perubahan ekuitas.

e. Catatan Atas Laporan Keuangan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan catatan atas laporan keuangan dalam format PDF dan HTML. 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan catatan atas laporan keuangan



hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan catatan atas laporan keuangan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan catatan atas laporan keuangan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 11,11 persen atau 13 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan catatan atas laporan keuangan dalam format PDF dan HTML. 88,89 persen atau 104 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan catatan atas laporan keuangan

hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan catatan atas laporan keuangan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan catatan atas laporan keuangan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 1,36 persen atau 9 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan catatan atas laporan keuangan dalam format PDF dan HTML. 98,64 persen atau 145 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan catatan atas laporan keuangan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan



manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan catatan atas laporan keuangan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan catatan atas laporan keuangan.

f. Pengungkapan Hasil Triwulan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan hasil triwulan dalam format PDF dan HTML. 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan hasil triwulan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan hasil triwulan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan hasil triwulan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 0,85 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan hasil triwulan dalam format PDF dan HTML. 99,15 persen atau 116 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan hasil triwulan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan hasil triwulan hanya dalam format HTML.



0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan hasil triwulan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 1,36 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan hasil triwulan dalam format PDF dan HTML. 98,64 persen atau 145 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di

Malaysia mengungkapkan hasil triwulan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan hasil triwulan hanya dalam format HTML.

0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan hasil triwulan.

g. *Financial Highlight*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 32,74 persen atau 37 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF, HTML dan grafik. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan HTML. 65,49 persen atau 74 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan grafik. 1,77 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan *financial*



highlight hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan *financial highlight* hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan *financial highlight* hanya dalam format HTML dan grafik. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan *financial highlight*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 41,03 persen atau 48 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF, HTML dan grafik. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan HTML. 58,97 persen atau 69 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan grafik. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan *financial highlight* hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan *financial highlight* hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan *financial highlight* hanya dalam format HTML dan



grafik. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan *financial highlight*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 28,57 persen atau 42 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF, HTML dan grafik. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public*

di Malaysia mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan HTML. 71,43 persen atau 105 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan *financial highlight* dalam

format PDF dan grafik. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan *financial highlight* hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website*

perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan *financial highlight* hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia

mengungkapkan *financial highlight* hanya dalam format HTML dan grafik. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan *financial highlight*.

h. Laporan Pimpinan Perusahaan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 14,16 persen atau 16 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang



mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan dalam format PDF dan HTML. 85,84 persen atau 97 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 26,50 persen atau 31 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan dalam format PDF dan HTML. 73,50 persen atau 86 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 21,77 persen atau 32 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan dalam format PDF dan



HTML. 78,23 persen atau 115 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan pimpinan perusahaan.

i. Laporan Auditor

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0,88 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan laporan auditor dalam format PDF dan HTML. 99,12 persen atau 112 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan auditor hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan laporan auditor hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan laporan auditor.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 0,85 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan auditor dalam format PDF dan HTML. 99,15 persen atau 116 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di



Singapura mengungkapkan laporan auditor hanya dalam format PDF.

0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di

Singapura mengungkapkan laporan auditor hanya dalam format

HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go*

public di Singapura tidak mengungkapkan laporan auditor.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total

sampel 147 data perusahaan, sebesar 4,08 persen atau 6 *website*

perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang

mengungkapkan laporan auditor dalam format PDF dan HTML. 95,92

persen atau 141 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di

Malaysia mengungkapkan laporan auditor hanya dalam format PDF. 0

persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di

Malaysia mengungkapkan laporan auditor hanya dalam format

HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go*

public di Malaysia tidak mengungkapkan auditor perusahaan.

j. Informasi Pemegang Saham

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki

total sampel 113 data perusahaan, sebesar 43,36 persen atau 49

website perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang

mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan dalam format

PDF dan HTML. 56,64 persen atau 64 *website* perusahaan manufaktur

yang *go public* di Indonesia mengungkapkan informasi pemegang

saham perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website*



perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 13,68 persen atau 16 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan dalam format PDF dan HTML. 86,32 persen atau 101 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 12,24 persen atau 18 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan dalam format PDF dan HTML. 87,76 persen atau 129 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan informasi



pemegang saham perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau

0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia

mengungkapkan informasi pemegang saham perusahaan hanya dalam

format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang

go public di Malaysia tidak mengungkapkan informasi pemegang

saham perusahaan.

k. Informasi Perusahaan

1) Visi dan Misi

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki

total sampel 113 data perusahaan, sebesar 77,88 persen atau 88

website perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang

mengungkapkan visi dan misi perusahaan dalam format PDF dan

HTML. 22,12 persen atau 25 *website* perusahaan manufaktur yang *go*

public di Indonesia mengungkapkan visi dan misi perusahaan hanya

dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur

yang *go public* di Indonesia mengungkapkan visi dan misi perusahaan

hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan

manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan visi

dan misi perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki

total sampel 117 data perusahaan, sebesar 28,21 persen atau 33

website perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang

mengungkapkan visi dan misi perusahaan dalam format PDF dan



HTML. 71,79 persen atau 84 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan visi dan misi perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan visi dan misi perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan visi dan misi perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 44,90 persen atau 66 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan visi dan misi perusahaan dalam format PDF dan HTML. 55,10 persen atau 81 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan visi dan misi perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan visi dan misi perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan visi dan misi perusahaan.

2) Direktur dan Dewan Komisaris

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 77,88 persen atau 88 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris



perusahaan dalam format PDF dan HTML. 22,12 persen atau 25 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 81,20 persen atau 95 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan dalam format PDF dan HTML. 18,80 persen atau 22 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan.



Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 70,75 persen atau 104 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan dalam format PDF dan HTML. 29,25 persen atau 43 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan informasi tentang direktur dan dewan komisaris perusahaan.

3) Kontak untuk Hubungan Langsung dengan Investor

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 78,76 persen atau 89 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan dalam format PDF dan HTML. 21,24 persen atau 24 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia menyediakan kontak untuk hubungan dengan



investor perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 84,62 persen atau 99 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan dalam format PDF dan HTML. 15,38 persen atau 18 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 80,27 persen atau 118 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan dalam format PDF dan HTML. 19,73 persen atau 29 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia



menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak menyediakan kontak untuk hubungan dengan investor perusahaan.

4) Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 61,95 persen atau 70 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan dalam format PDF dan HTML. 38,05 persen atau 43 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 11,97 persen atau 14 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan dalam format PDF dan HTML. 88,03 persen atau 103 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan



informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 27,21 persen atau 40 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan dalam format PDF dan HTML. 72,79 persen atau 107 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan hanya dalam format PDF. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan hanya dalam format HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan.

b. *Timeliness* (Ketepatan Waktu)

Ketepatan waktu dalam pelaporan keuangan melalui internet di *website* perusahaan memiliki kriteria penilaian sebesar 20 persen. Indeks *timeliness* (ketepatan waktu) dari *Internet Financial*

Reporting (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia diringkas dalam tabel berikut ini:

Tabel 14 : Deskriptif Untuk Komponen *Timeliness*

TIMELINESS	Indonesia		Singapura		Malaysia	
	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase
1. Siaran Pers						
a. Eksistensi	71	62,83%	95	81,20%	80	54,42%
b. Jumlah hari terakhir <i>update</i>						
1. 1 minggu terakhir	3	2,65%	0	0,00%	4	2,72%
2. Lebih dari 1 minggu	16	14,16%	61	52,14%	27	18,37%
3. Lebih dari 1 bulan	52	46,02%	34	29,06%	49	33,33%
c. Tidak ada	42	37,17%	22	18,80%	67	45,58%
2. Hasil triwulan terakhir yang belum diaudit						
a. Eksistensi	51	45,13%	21	17,95%	18	12,24%
b. Tidak ada	62	54,87%	96	82,05%	129	87,76%
c. Laporan telah diaudit	0	0%	13	11,11%	lanjutan	
d. Tidak ada laporan telah diaudit	113	100%	104	88,89%	144	97,96%
3. Kutipan saham						
a. Eksistensi	27	23,89%	58	49,57%	46	31,29%
b. <i>Update</i> dalam berapa hari					dilanjutkan	
1. 1 minggu terakhir	24	21,24%	56	47,86%		
2. Lebih dari 1 minggu	3	2,65%	2	1,71%	3	2,04%
c. Tidak ada	86	76,11%	59	50,43%	101	68,71%
4. <i>Vission Statement/Forward looking statement</i>						
a. Eksistensi	2	1,77%	0	0%	0	0%
b. <i>Proper disclaimer</i>	0	0%	0	0%	0	0%
c. Grafik	0	0%	0	0%	0	0%
d. Tidak ada	111	98,23%	117	100%	147	100%

Sumber : Data diolah, 2017

Hasil deskriptif dijelaskan sebagai berikut :

1. Siaran Pers

Siaran pers terdiri dari:



a. Eksistensi dalam melakukan *update* berita

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 62,83 persen atau 71 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang memiliki eksistensi dalam melakukan *update* berita. 37,17 persen atau 17 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak memiliki eksistensi dalam melakukan *update* berita.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 81,20 persen atau 95 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang memiliki eksistensi dalam melakukan *update* berita. 18,80 persen atau 22 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak memiliki eksistensi dalam melakukan *update* berita.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 54,42 persen atau 80 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang memiliki eksistensi dalam melakukan *update* berita. 45,58 persen atau 67 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak memiliki eksistensi dalam melakukan *update* berita.

b. Jumlah hari terakhir *update* berita

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 2,65 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang melakukan



update berita dalam satu minggu terakhir. 14,16 persen atau 16 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang melakukan *update* berita lebih dari satu minggu terakhir. 46,02 persen atau 52 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang melakukan *update* berita lebih dari satu bulan terakhir.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang melakukan *update* berita dalam satu minggu terakhir. 52,14 persen atau 61 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang melakukan *update* berita lebih dari satu minggu terakhir. 29,06 persen atau 34 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang melakukan *update* berita lebih dari satu bulan terakhir.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 2,72 persen atau 4 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang melakukan *update* berita dalam satu minggu terakhir. 18,37 persen atau 27 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang melakukan *update* berita lebih dari satu minggu terakhir. 33,33 persen atau 49 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang melakukan *update* berita lebih dari satu bulan terakhir.

2. Hasil Triwulan Terakhir yang Belum Diaudit

Hasil triwulan terakhir yang belum diaudit terdiri dari :



a. Eksistensi

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 45,13 persen atau 51 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang belum diaudit. 54,87 persen atau 62 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang belum diaudit.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 17,95 persen atau 21 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang belum diaudit. 82,05 persen atau 96 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang belum diaudit.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 12,24 persen atau 18 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang belum diaudit. 87,76 persen atau 129 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang belum diaudit.



b. *Proper Disclaimer* (Laporan triwulan yang sudah diaudit)

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang telah diaudit. 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang telah diaudit.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 11,11 persen atau 13 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang telah diaudit. 88,89 persen atau 104 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang telah diaudit.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 2,04 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang telah diaudit. 97,96 persen atau 144 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak mengungkapkan laporan triwulan terakhir yang telah diaudit.



3. Kutipan Saham

Kutipan saham terdiri dari :

a. Eksistensi dalam memberikan informasi kutipan saham

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 23,89 persen atau 27 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang memiliki eksistensi dalam memberikan informasi kutipan saham.

76,11 persen atau 86 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak memiliki eksistensi dalam memberikan informasi kutipan saham.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 49,57 persen atau 58 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang memiliki eksistensi dalam memberikan informasi kutipan saham.

50,43 persen atau 59 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak memiliki eksistensi dalam memberikan informasi kutipan saham.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 31,29 persen atau 46 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang memiliki eksistensi dalam memberikan informasi kutipan saham. 68,71 persen atau 101 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia tidak memiliki eksistensi dalam memberikan informasi kutipan saham.



b. *Update* dalam berapa hari

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 21,24 persen atau 24 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang melakukan *update* informasi kutipan saham dalam satu minggu terakhir. 2,65 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang melakukan *update* informasi kutipan saham lebih dari satu minggu terakhir.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 47,86 persen atau 56 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang melakukan *update* informasi kutipan saham dalam satu minggu terakhir. 1,71 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang melakukan *update* informasi kutipan saham lebih dari satu minggu terakhir.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 29,25 persen atau 43 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang melakukan *update* informasi kutipan saham dalam satu minggu terakhir. 2,04 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang melakukan *update* informasi kutipan saham lebih dari satu minggu terakhir.



4. Laporan Perkiraan Masa Depan

Laporan perkiraan masa depan terdiri dari :

a. Eksistensi

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 1,77 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan perkiraan masa depan.

98,23 persen atau 111 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia tidak memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan perkiraan masa depan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan perkiraan masa depan. 100 persen atau 117 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura tidak memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan perkiraan masa depan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan perkiraan masa depan. 100 persen atau 147 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di



Malaysia tidak memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan perkiraan masa depan.

b. *Proper Disclaimer*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang mengungkapkan laporan perkiraan masa depan yang telah disetujui oleh manajer atau direktur dan dapat dipertanggungjawabkan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang mengungkapkan laporan perkiraan masa depan yang telah disetujui oleh manajer atau direktur dan dapat dipertanggungjawabkan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang mengungkapkan laporan perkiraan masa depan yang telah disetujui oleh manajer atau direktur dan dapat dipertanggungjawabkan.

c. Grafik dari perkiraan keuntungan di masa depan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menampilkan grafik dari perkiraan keuntungan di masa depan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menampilkan grafik dari perkiraan keuntungan di masa depan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menampilkan grafik dari perkiraan keuntungan di masa depan.

c. Technology (Pemanfaatan Teknologi)

Teknologi yang digunakan meliputi item-item yang tidak dapat disediakan dalam laporan yang dicetak. Indeks *technology* dari *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia diringkas dalam tabel berikut ini :

Tabel 15 : Deskriptif Untuk Komponen *Technology*

TECHNOLOGY	Indonesia		Singapura		Malaysia	
	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase
1. <i>Download plug-in</i>						
a. Ada	113	100%	117	100%	147	100%
b. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
2. <i>Online feedback and support</i>						
a. Ada	3	2,65%	30	25,64%	1	0,68%
b. Tidak ada	110	97,35%	87	74,36%	146	99,32%
3. <i>Presentation slide</i>						
a. Ada	10	8,85%	12	10,26%	13	8,84%
b. Tidak ada	103	91,15%	105	89,74%	134	91,16%

TECHNOLOGY	Indonesia		Singapura		Malaysia	
	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase
4. Teknologi multimedia						
a. Ada	81	71,68%	114	97,44%	112	76,19%
b. Tidak ada	31	27,43%	3	2,56%	35	23,81%
5. Alat Analisis						
a. Ada	6	5,31%	16	13,68%	10	6,80%
b. Tidak ada	107	94,69%	101	86,32%	137	93,20%
6. Fitur Canggih (XBRL)						
a. Ada	0	0%	0	0%	0	0%
b. Tidak ada	113	100%	117	100%	147	100%

Sumber : Data diolah, 2017

Hasil deskriptif dijelaskan sebagai berikut :

1. *Download Plug-in*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menggunakan teknologi *download plug-in*. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menggunakan teknologi *download plug-in*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 117 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menggunakan teknologi *download plug-in*. 18,80 persen atau 22 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menggunakan teknologi *download plug-in*.



Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 54,42 persen atau 80 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menggunakan teknologi *download plug-in*. 45,58 persen atau 67 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menggunakan teknologi *download plug-in*.

2. *Online Feedback and Support*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 2,65 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menggunakan teknologi *online feedback and support*. 97,35 persen atau 110 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menggunakan teknologi *online feedback and support*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 25,64 persen atau 30 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menggunakan teknologi *online feedback and support*. 74,36 persen atau 87 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menggunakan teknologi *online feedback and support*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 0,68 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menggunakan teknologi *online feedback and support*. 99,32 persen atau 146 *website*



perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menggunakan teknologi *online feedback and support*.

3. *Presentation Slide*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 8,85 persen atau 10 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan *presentation slide*. 91,15 persen atau 103 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menyediakan *presentation slide*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 10,26 persen atau 12 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan *presentation slide*. 89,74 persen atau 105 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menyediakan *presentation slide*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 8,84 persen atau 13 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan *presentation slide*. 91,16 persen atau 134 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menyediakan *presentation slide*.

4. *Teknologi Multimedia*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 71,68 persen atau 81 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menggunakan teknologi multimedia berupa tampilan gambar yang bergerak dan



pemutaran video profil perusahaan. 27,43 persen atau 31 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menggunakan teknologi multimedia.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 97,44 persen atau 114 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menggunakan teknologi multimedia berupa tampilan gambar yang bergerak dan pemutaran video profil perusahaan. 2,56 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menggunakan teknologi multimedia.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 76,19 persen atau 112 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menggunakan teknologi multimedia berupa tampilan gambar yang bergerak dan pemutaran video profil perusahaan. 23,81 persen atau 35 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menggunakan teknologi multimedia.

5. Alat Analisis

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 5,31 persen atau 6 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan teknologi alat analisis. 94,69 persen atau 107 *website* perusahaan



manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menyediakan teknologi alat analisis.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 13,68 persen atau 16 *website*

perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan teknologi alat analisis. 86,32 persen atau 101 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menyediakan teknologi alat analisis.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 6,80 persen atau 10 *website*

perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan teknologi alat analisis. 93,20 persen atau 137 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menyediakan teknologi alat analisis.

6. Fitur Canggih (XBRL)

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan

manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menggunakan fitur canggih (XBRL). 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menggunakan fitur canggih (XBRL).

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan

manufaktur yang *go public* di Singapura yang menggunakan fitur canggih

(XBRL), 100 persen atau 117 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menggunakan fitur cangghih (XBRL).

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menggunakan fitur cangghih (XBRL), 100 persen atau 147 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menggunakan fitur cangghih (XBRL).

d. User Support (Dukungan Pegguna)

Para pengguna memiliki keterampilan yang berbeda dalam mengoperasikan komputer, anak muda hingga orang tua, pemula ataupun ahli. Perusahaan yang memfasilitasi pengguna dalam mengakses *website* perusahaan agar lebih mudah diakses akan mendapat skor yang lebih tinngi. Indeks *user support* dari *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura dan Malaysia diringkas dalam tabel berikut ini :

Tabel 16 : Deskriptif Untuk Komponen User Support

USER SUPPORT	Indonesia		Singapura		Malaysia	
	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase
1. <i>Help and Frequently Asked Question (FAQ)</i>						
a. Ada	10	8,85%	79	67,52%	13	8,84%
b. Tidak ada	103	91,15%	38	32,48%	134	91,16%
2. <i>Link ke halaman utama</i>						
a. Ada	113	100%	117	100%	147	100%
b. Tidak ada	0	0%	0	0%	0	0%
3. <i>Link ke atas</i>						

USER SUPPORT	Indonesia		Singapura		Malaysia	
	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase	Jum lah	Prosen tase
a. Ada	30	26,55%	18	15,38%	53	36,05%
b. Tidak ada	83	73,45%	99	84,62%	94	63,95%
4. <i>Sitemap</i>						
c. Ada	51	45,13%	61	52,14%	55	37,41%
a. Tidak ada	62	54,87%	56	47,86%	92	62,59%
5. <i>Site search</i>						
a. Ada	56	49,56%	38	32,48%	33	22,45%
b. Tidak ada	57	50,44%	79	67,52%	114	77,55%
6. Konsistensi desain <i>website</i>						
	113	100%	117	100%	147	100%
7. Banyaknya klik untuk mendapatkan informasi keuangan						
a. < 2 klik	98	86,73%	48	41,03%	73	49,66%
b. > 2 klik	15	13,27%	69	58,97%	74	50,34%

Sumber : Data diolah, 2017

Hasil deskriptif dijelaskan sebagai berikut :

1. *Help and Frequently Asked Question (FAQ)*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 8,85 persen atau 10 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan menu *help and frequently asked question (FAQ)*. 91,15 persen atau 103 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menyediakan menu *help and frequently asked question (FAQ)*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 67,52 persen atau 79 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan menu *help and frequently asked question (FAQ)*. 32,48 persen atau 38



website perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menyediakan menu *help and frequently asked question* (FAQ).

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 8,84 persen atau 13 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan menu *help and frequently asked question* (FAQ). 91,16 persen atau 134 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menyediakan menu *help and frequently asked question* (FAQ).

2. *Link* ke Halaman Utama

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan *link* ke halaman utama. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menyediakan *link* ke halaman utama.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 117 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan *link* ke halaman utama. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menyediakan *link* ke halaman utama.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 147 *website*



perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan *link* ke halaman utama. 0 persen atau 0 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menyediakan *link* ke halaman utama.

3. *Link* ke Atas

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 26,55 persen atau 30 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan *link* ke atas. 73,45 persen atau 83 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menyediakan *link* ke atas.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 15,38 persen atau 18 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan *link* ke atas. 84,62 persen atau 99 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menyediakan *link* ke atas.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 36,05 persen atau 53 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan *link* ke atas. 63,95 persen atau 94 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menyediakan *link* ke atas.

4. *Sitemap*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 45,13 persen atau 51 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan



menu *sitemap*. 54,87 persen atau 62 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menyediakan menu *sitemap*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 52,14 persen atau 61 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan menu *sitemap*. 47,86 persen atau 56 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menyediakan menu *sitemap*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 37,41 persen atau 55 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan menu *sitemap*. 62,59 persen atau 92 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menyediakan menu *sitemap*.

5. *Site Search*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 49,56 persen atau 56 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang menyediakan menu *site search*. 50,44 persen atau 57 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang tidak menyediakan menu *site search*.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 32,48 persen atau 38 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang menyediakan menu *site search*. 67,52 persen atau 79 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang tidak menyediakan menu *site search*.



Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 22,45 persen atau 33 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menyediakan menu *site search*. 77,55 persen atau 114 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang tidak menyediakan menu *site search*.

6. Konsistensi Desain *Website*

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 113 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang memiliki konsistensi dalam desain *website* perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 117 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang memiliki konsistensi dalam desain *website* perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 100 persen atau 147 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang memiliki konsistensi dalam desain *website* perusahaan.

7. Banyaknya Klik Untuk Memperoleh Informasi Keuangan

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia memiliki total sampel 113 data perusahaan, sebesar 86,73 persen atau 98 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang membutuhkan kurang dari 2 klik untuk mendapatkan informasi keuangan. 13,27 persen



atau 15 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia yang membutuhkan lebih dari 2 klik untuk mendapatkan informasi keuangan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura memiliki total sampel 117 data perusahaan, 41,03 persen atau 48 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang membutuhkan kurang dari 2 klik untuk mendapatkan informasi keuangan. 58,97 persen atau 69 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura yang membutuhkan lebih dari 2 klik untuk mendapatkan informasi keuangan.

Perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia memiliki total sampel 147 data perusahaan, sebesar 49,66 persen atau 73 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang membutuhkan kurang dari 2 klik untuk mendapatkan informasi keuangan. 50,34 persen atau 74 *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang membutuhkan lebih dari 2 klik untuk mendapatkan informasi keuangan.

C. Analisis Dan Interpretasi Data

1. Indeks *Internet Financial Reporting* (IFR)

Internet Financial Reporting (IFR) merupakan sebuah pengungkapan sukarela sebagai salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada investor dan calon investor mengenai informasi keuangan perusahaan melalui media *website* perusahaan. Menurut Prasetya dan Irwandi (2012) *Internet Financial Reporting* (IFR) adalah pelaporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan melalui internet yang disajikan dalam *website* perusahaan.



Pelaporan keuangan melalui internet dianggap lebih efektif dan efisien dalam penyebaran informasi keuangan perusahaan karena cakupannya yang sangat luas, lebih cepat dan lebih menghemat biaya karena perusahaan tidak perlu mencetak laporan keuangan dan mendistribusikannya kepada pihak yang berkepentingan secara manual atau konvensional. Praktik *Internet Financial Reporting* (IFR) telah berkembang di berbagai Negara tidak terkecuali di Indonesia, Singapura dan Malaysia.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, total indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang tertinggi sebesar 69,5 yaitu Barito Pasific Tbk, sedangkan total indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang terendah sebesar 30,5 yaitu Prashida Aneka Niaga Tbk, PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, dan Ricky Putra Globalindo Tbk. Nilai rata-rata indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) di Indonesia yaitu sebesar 47,292, lebih besar dari nilai rata-rata perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia namun lebih kecil dari nilai rata-rata perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) di Indonesia sudah cukup bagus. *Website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia telah mengungkapkan informasi keuangan cukup lengkap bagi investor baik dalam bentuk PDF maupun HTML, namun kualitas *website* kurang menarik karena tidak banyak memanfaatkan



teknologi dan lebih banyak dimanfaatkan untuk menjelaskan tentang produk dan jasa perusahaan.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura, total indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang tertinggi sebesar 71,5 yaitu Food Empire Holdings Limited, sedangkan total indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang terendah sebesar 28,5 yaitu Spindex Industries Limited. Nilai rata-rata indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) di Singapura yaitu sebesar 49,616, lebih besar dari nilai rata-rata perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia dan Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) di Singapura sudah cukup bagus dan bervariasi. *Website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura telah mengungkapkan informasi keuangan cukup lengkap bagi investor baik dalam bentuk PDF maupun HTML, cukup menarik dengan memanfaatkan teknologi multimedia. Walaupun nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) tertinggi masih di bawah Malaysia, namun dengan rata-rata indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang lebih tinggi menunjukkan bahwa *website* perusahaan Singapura lebih berkualitas dan lebih bervariasi.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia, total indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang tertinggi sebesar 77,5 yaitu Cahya Mata Serawak Berhad, sedangkan total indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang terendah sebesar 28,5

yaitu Dolomite Corporation Berhad. Walaupun nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) tertinggi diantara kedua negara lainnya tetapi nilai rata-rata indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yaitu sebesar 43,462, lebih kecil dari nilai rata-rata perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia dan Singapura. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia masih tidak merata, *website* perusahaan tidak bervariasi. Hanya beberapa *website* perusahaan yang mengungkapkan informasi keuangan secara lengkap dan banyak dari *website* tersebut tidak menerapkan teknologi yang bagus.

Berdasarkan hasil deskriptif, nilai rata-rata indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang terbesar yaitu Singapura sebesar 49,616, kemudian Indonesia sebesar 47,292, dan Malaysia sebesar 43,462. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) di Singapura lebih baik daripada Indonesia, dan Malaysia. *Website* perusahaan manufaktur di Singapura lebih lengkap dalam menyajikan informasi keuangan dan informasi perusahaan baik dalam bentuk PDF maupun HTML, menerapkan penggunaan teknologi dengan baik serta konsisten dalam melakukan pelaporan. Sedangkan *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia menampilkan informasi keuangan yang lengkap dalam bentuk PDF dan hanya beberapa yang disajikan dalam bentuk HTML, walaupun telah cukup baik dalam memberikan dukungan terhadap pengguna dalam mengakses *website*



perusahaan namun tidak banyak menerapkan teknologi pada *website* perusahaannya. Sedangkan *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura dan Malaysia, selain menyajikan informasi keuangan dalam bentuk PDF juga cukup banyak yang menyajikan dalam bentuk HTML, namun kurang dalam menerapkan penggunaan teknologi dalam *website* perusahaannya.

Penyebab terjadinya perbedaan indeks ini adalah *Internet Financial Reporting* (IFR) merupakan sebuah pengungkapan sukarela, sehingga tidak banyak perusahaan di Indonesia, Singapura dan Malaysia yang merasa perlu untuk melakukan pengungkapan laporan keuangan dalam *website* perusahaan. *Website* perusahaan lebih banyak digunakan untuk memberikan informasi umum mengenai perusahaan serta produk-produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Tidak adanya peraturan tertulis serta pengawasan terhadap penerapan *Internet Financial Reporting* (IFR) pada *website* perusahaan sehingga perusahaan merasa tidak perlu untuk menerapkan *Internet Financial Reporting* (IFR) sesuai dengan standard indeks *Internet Financial Reporting* (IFR).

Perbedaan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) menimbulkan dampak positif dan negatif bagi pengguna dan investor. Semakin besar nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) akan membawa dampak positif bagi para pengguna atau investor yaitu semakin mudah dalam mengakses informasi perusahaan baik keuangan maupun non-keuangan sehingga semakin banyak investor yang percaya untuk menanamkan



modalnya pada perusahaan tersebut. Sebaliknya, semakin kecil nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) akan membawa dampak negatif bagi para pengguna atau investor yaitu sulit dalam mengakses informasi perusahaan baik keuangan maupun non-keuangan sehingga investor ragu untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signalling theory* yang berfungsi sebagai sinyal atas informasi dalam pengungkapan laporan keuangan perusahaan kepada pihak eksternal. Semakin baik kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) suatu perusahaan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh investor secara lebih lengkap dan mempermudah investor dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan, maka akan semakin banyak investor yang menanamkan modal pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yane (2012) bahwa perusahaan yang *go public* di Singapura memiliki indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) tertinggi dengan *website* yang bervariasi, kemudian di bawahnya adalah perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, dan yang memiliki indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) terendah adalah perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih berkualitas dari Indonesia dan Malaysia.



Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Almilia (2013) bahwa total indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih besar dari indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih berkualitas dari *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia.

2. *Content* (Isi)

Pada komponen *content* (isi) terdiri dari pengungkapan informasi keuangan, informasi perusahaan, informasi saham dan bahasa yang digunakan dalam *website* perusahaan. Penggunaan format *file* yang digunakan dalam *website* perusahaan adalah *Portable Document Format* (PDF) dan *Hyper Text Markup Language* (HTML). Informasi yang diunggah dalam format HTML mendapat dua poin dan jika dalam format PDF mendapat satu poin. Skor lebih tinggi pada *file* dengan format HTML dikarenakan penggunaannya akan memudahkan pengguna mempercepat proses dalam mengakses informasi tersebut

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, nilai komponen *content* yang tertinggi sebesar 41,0 yaitu Selamat Sempurna Tbk, sedangkan nilai komponen *content* yang terendah sebesar 20,5 yaitu Goodyear Indonesia Tbk. Hal ini



menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia sudah cukup bagus dan mengungkapkan informasi keuangan cukup lengkap bagi investor baik berupa laporan tahunan dan laporan triwulan dari beberapa periode dalam bentuk PDF dengan beberapa informasi keuangan disajikan dalam bentuk HTML, seperti laporan posisi keuangan, laporan kinerja keuangan, laporan arus kas, dan beberapa *website* juga menyediakan *financial highlight*, laporan pimpinan perusahaan dan informasi tentang pemegang saham. Selain itu informasi tentang perusahaan juga cukup lengkap dengan menampilkan visi misi perusahaan, kontak, susunan pengurus dan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hanya beberapa dari *website* perusahaan yang menyediakan informasi saham, seperti harga saham saat ini maupun secara historis.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura, nilai komponen *content* yang tertinggi sebesar 41,5 yaitu Thai Beverage Public Co Ltd, sedangkan nilai komponen *content* yang terendah sebesar 19,5 yaitu Net Pasific Fin Hldgs Ltd. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura juga sudah cukup bagus dan mengungkapkan informasi keuangan cukup lengkap bagi investor baik berupa laporan tahunan dari beberapa periode dalam bentuk PDF dengan cukup banyak informasi keuangan yang



disajikan dalam bentuk HTML, seperti laporan posisi keuangan, laporan kinerja keuangan, laporan arus kas, dan beberapa *website* juga menyediakan *financial highlight* perusahaan. Namun tidak banyak *website* perusahaan yang mengungkapkan laporan triwulan, selain itu informasi tentang perusahaan juga lebih banyak yang hanya menampilkan susunan pengurus perusahaan sedangkan visi misi, kontak dan tanggung jawab sosial perusahaan tidak banyak disajikan. Tetapi cukup banyak *website* perusahaan yang menyediakan informasi saham, seperti harga saham saat ini maupun secara historis.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia, nilai komponen *content* yang tertinggi sebesar 51,0 yaitu Hengyuan Refining Company Berhad karena menampilkan semua informasi keuangan dalam bentuk PDF dan HTML, sedangkan nilai komponen *content* yang terendah sebesar 28,5 yaitu Scientex Berhad dan United U-li Corporation Bhd. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur di Malaysia juga sudah cukup bagus dan mengungkapkan informasi keuangan cukup lengkap bagi investor baik berupa laporan tahunan dan laporan triwulan dari beberapa periode dalam bentuk PDF dengan cukup banyak informasi keuangan yang disajikan dalam bentuk HTML, seperti laporan posisi keuangan, laporan kinerja keuangan, laporan arus kas, dan beberapa *website* juga menyediakan *financial highlight* perusahaan dan laporan pimpinan perusahaan. Selain



itu informasi tentang perusahaan juga lebih banyak yang hanya menampilkan susunan pengurus perusahaan dan kontak namun visi misi, dan tanggung jawab sosial perusahaan tidak banyak disajikan dan hanya beberapa *website* perusahaan yang menyediakan informasi saham, seperti harga saham saat ini maupun secara historis.

Berdasarkan hasil deskriptif, nilai rata-rata komponen *content* hampir sama yaitu Indonesia sebesar 29,699, Singapura sebesar 29,705 dan Malaysia sebesar 28,575. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *content* dalam *website* perusahaan manufaktur di Indonesia, Singapura dan Malaysia sudah cukup lengkap dalam menyajikan informasi keuangan dan informasi perusahaan. *Website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura, selain menyajikan informasi keuangan dalam bentuk PDF juga cukup banyak yang menyajikan dalam bentuk HTML, selain itu cukup banyak *website* perusahaan yang menyajikan informasi saham. Sedangkan dalam *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia menampilkan informasi keuangan yang lengkap dalam bentuk PDF dan hanya beberapa yang disajikan dalam bentuk HTML, banyak *website* perusahaan yang menyediakan informasi mengenai perusahaan perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan namun tidak banyak yang menyajikan informasi saham. Sedangkan *website* perusahaan manufaktur di Malaysia selain menampilkan informasi keuangan lengkap dalam bentuk PDF, cukup banyak pula yang menampilkan informasi



keuangan dalam bentuk HTML namun tidak banyak *website* perusahaan yang menyediakan informasi perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan indeks yang tidak terlalu besar ini disebabkan tiap negara memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing dalam pengungkapan komponen *content*. *Website* perusahaan manufaktur di Singapura dan Malaysia, banyak laporan tahunan dan laporan triwulan yang dihubungkan dengan *announcement* pada bursa efek sehingga hampir semua memiliki laporan tahunan dan laporan triwulan sedangkan *website* perusahaan manufaktur di Indonesia tidak. Tetapi di sisi lain, *website* perusahaan manufaktur di Indonesia lebih lengkap dalam menyajikan informasi perusahaan sedangkan Singapura dan Malaysia tidak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signalling theory* yaitu *website* perusahaan yang menyajikan laporan keuangan sesuai dengan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh investor secara lebih lengkap dan mempermudah investor dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hal ini akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Almilia (2013) bahwa nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih kecil dari indeks *Internet*

Financial Reporting (IFR) pada komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menunjukkan bahwa komponen *content* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia lebih lengkap dari *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia.

3. *Timeliness* (Ketepatan Waktu)

Pada komponen *timeliness* (ketepatan waktu) terdiri dari eksistensi perusahaan dalam melakukan *update* siaran pers, laporan triwulan terbaru, kutipan saham dan visi atau perkiraan perusahaan di masa depan. *Update* informasi tersebut bisa dalam waktu harian, mingguan maupun bulanan.

Apabila perusahaan menyajikan informasi dalam *website* perusahaan secara tepat waktu dan sering diperbaharui, maka indeksnya akan semakin tinggi. Menurut Handayani dan Almilia (2013) *website* perusahaan yang memberikan *update* informasi kegiatan perusahaan yang dibutuhkan investor secara lebih lengkap dan lebih *update* maka investor akan lebih mudah mengetahui informasi kegiatan perusahaan.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, nilai komponen *timeliness* yang tertinggi sebesar 8,5 yaitu ada 5 perusahaan, sedangkan nilai komponen *timeliness* yang terendah sebesar 0 yaitu ada 29 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia belum cukup bagus dikarenakan banyak *website* perusahaan yang tidak memperbaharui

informasi yang disajikan. Siaran pers yang disajikan banyak yang sudah *out of date*, diperbaharui lebih dari satu bulan yang lalu bahkan lebih lama, bahkan banyak *website* perusahaan yang tidak menyajikan siaran pers. Hampir 50 persen *website* perusahaan telah melaporkan laporan triwulan terbaru yang belum di audit, tetapi 0 persen yang disertai *proper disclaimer* laporan triwulan yang telah diaudit. Selain itu, hanya sebagian kecil *website* yang menyajikan informasi saham yang secara rutin diperbaharui dan hanya ada dua perusahaan yang menyajikan laporan visi perusahaan / perkiraan masa depan.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura, nilai komponen *timeliness* yang tertinggi sebesar 9,5 yaitu sebanyak 9 perusahaan, sedangkan nilai komponen *timeliness* yang terendah sebesar 0 yaitu sebanyak 12 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura cukup bagus dikarenakan banyak *website* perusahaan yang tidak konsisten dalam memperbaharui informasi yang disajikan. 81,2 persen *website* perusahaan menyajikan siaran pers namun banyak yang tidak diperbaharui. 49,57 persen *website* perusahaan di Singapura yang menyajikan kutipan saham yang terbaru dan sering di *update*, namun di sisi lain hanya sebagian kecil *website* perusahaan telah melaporkan laporan triwulan terbaru, dengan disertai *proper disclaimer* dan tidak ada





perusahaan yang menyajikan laporan visi perusahaan / perkiraan masa depan.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia, nilai komponen *timeliness* yang tertinggi sebesar 8,5 yaitu ada tiga perusahaan, sedangkan nilai komponen *timeliness* yang terendah sebesar 0 yaitu sebanyak 49 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur di Malaysia belum cukup bagus dikarenakan banyak *website* perusahaan yang tidak memperbaharui informasi yang disajikan. Banyak *website* perusahaan yang menyajikan siaran pers tetapi banyak yang sudah *out of date*, diperbaharui lebih dari satu bulan yang lalu bahkan lebih lama. Kutipan saham yang disajikan dalam 31,29 persen *website* perusahaan secara konsisten diperbaharui, namun sebagian besar tidak menyajikan informasi kutipan saham. Hanya ada 8 *website* perusahaan telah melaporkan laporan triwulan terbaru dengan 3 diantaranya yang disertai *proper disclaimer* dan tidak ada perusahaan yang menyajikan laporan visi perusahaan / perkiraan masa depan.

Berdasarkan hasil deskriptif, nilai rata-rata komponen *timeliness* tertinggi adalah Singapura yaitu sebesar 4,346, Indonesia sebesar 3,274 dan terendah Malaysia sebesar 2,660. Hal ini menunjukkan bahwa *website* perusahaan manufaktur di Singapura lebih konsisten dalam melakukan *update* informasi yang disajikan dibandingkan Indonesia dan



Malaysia. Penyebab terjadinya perbedaan indeks *pasa* komponen *timeliness* antara perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia adalah perusahaan manufaktur di Singapura lebih konsisten dalam melakukan *update* informasi perusahaan, informasi saham dan berita yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan *announcement* pada bursa efek. Sedangkan perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia kurang dalam melakukan *update* informasi perusahaan, informasi saham dan berita yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan bahkan tidak jarang *website* perusahaan yang tidak melakukan *update* informasi dan berita yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signalling theory* yaitu *website* perusahaan yang konsisten melakukan *update* informasi kegiatan perusahaan yang dibutuhkan oleh investor maka investor akan lebih mengetahui informasi kegiatan terbaru perusahaan. Hal ini akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Semakin besar nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *timeliness* akan membawa dampak positif bagi para pengguna atau investor yaitu semakin mengetahui berita tentang kegiatan bisnis yang dilakukan dan prestasi yang didapatkan oleh perusahaan. Sebaliknya, semakin kecil nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *timeliness* akan membawa dampak negatif bagi para pengguna atau investor yaitu kurang mengetahui berita



tentang kegiatan bisnis yang dilakukan dan prestasi yang didapatkan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Almilia (2013) bahwa nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih kecil dari indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menunjukkan bahwa komponen *timeliness* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia lebih konsisten dalam melakukan *update* dari *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia.

4. *Technology* (Teknologi)

Pada komponen *technology* (teknologi) terkait dengan pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh perusahaan dalam pelaporan informasi keuangan melalui internet yaitu teknologi yang tidak dapat disediakan oleh media cetak, penggunaan teknologi multimedia seperti *audio* dan video klip, *analysis tools* (seperti *Excel's Pivot Table*), fitur-fitur lanjutan (seperti implementasi "*Intelligent Agent*" atau XBRL). Pemanfaatan teknologi ini mempermudah pengguna dalam mengakses informasi yang ada dalam *website* perusahaan.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, nilai komponen *technology* yang tertinggi sebesar 13 yaitu Barito Pasific Tbk, Toba Pulp Lestari Tbk, dan Unilever Indonesia



Tbk, sedangkan nilai komponen *technology* yang terendah sebesar 2 yaitu ada 31 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia belum cukup bagus dikarenakan *website* perusahaan belum menerapkan teknologi seperti fitur canggih (XBRL), hanya ada beberapa *website* perusahaan yang menyediakan alat analisis dan *online feedback and support* tetapi tidak banyak yang menyediakan slide presentasi. Namun banyak *website* perusahaan yang sudah memanfaatkan teknologi multimedia seperti gambar, audio dan video sehingga *website* lebih menarik.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura, nilai komponen *technology* yang tertinggi sebesar 15 yaitu Japfa Ltd, Mencast Holdings Ltd dan Micro-Mechanics (Holding) Ltd, sedangkan nilai komponen *technology* yang terendah sebesar 2 yaitu Advanced Systems Automation, GP Industries Limited, dan Spindex Industries Limited. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura cukup bagus dikarenakan banyak *website* perusahaan yang sudah memanfaatkan teknologi multimedia seperti gambar, audio dan video sehingga *website* lebih menarik, cukup banyak yang menyediakan alat analisis, *online feedback and support* dan *slide* presentasi. Namun belum ada *website* perusahaan yang menerapkan teknologi seperti fitur canggih (XBRL).



Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia, nilai komponen *technology* yang tertinggi sebesar 13 yaitu Cahaya Mata Sarawak Berhad, sedangkan nilai komponen *technology* yang terendah sebesar 2 yaitu sebanyak 32 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur di Malaysia belum cukup bagus dikarenakan *website* perusahaan belum menerapkan teknologi seperti fitur canggih (XBRL), hanya ada beberapa *website* perusahaan yang menyediakan alat analisis dan slide presentasi serta hanya ada 1 perusahaan yang menyediakan *online feedback and support*.

Namun banyak *website* perusahaan yang sudah memanfaatkan teknologi multimedia seperti gambar, audio dan video sehingga *website* lebih menarik.

Berdasarkan hasil deskriptif, nilai rata-rata komponen *technology* tertinggi adalah Singapura yaitu sebesar 7,265, Malaysia sebesar 5,599 dan terendah Indonesia sebesar 5,398. Hal ini menunjukkan bahwa *website* perusahaan manufaktur di Singapura telah menerapkan teknologi yang lebih canggih sehingga membuat *website* menjadi lebih menarik dan informatif dibandingkan Indonesia dan Malaysia. Penyebab terjadinya perbedaan indeks pada komponen *technology* antara perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia adalah *website* perusahaan manufaktur di Singapura lebih banyak yang menyediakan *slide* presentasi dalam bentuk PDF serta



cukup banyak yang menyediakan teknologi alat analisis dibandingkan dengan *website* perusahaan manufaktur di Malaysia dan Indonesia. Selain itu masih cukup banyak *website* perusahaan manufaktur di Indonesia yang tidak memanfaatkan teknologi multimedia dalam desain *website* perusahaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signalling theory* yaitu *website* perusahaan yang memiliki kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) yang bagus dengan menerapkan teknologi dalam *website* perusahaan akan membuat *website* menjadi lebih menarik serta memudahkan investor mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hal ini akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Almilia (2013) bahwa nilai indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih besar dari indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menunjukkan bahwa komponen *technology* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih canggih dari *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia.

5. *User Support* (Dukungan Pengguna)

Pada komponen *user support* terdiri dari *help and FAQ*, *link* ke halaman utama, *link* ke atas, situs, peta, dan situs pencarian. Nilai



komponen *user support* suatu *website* perusahaan akan semakin tinggi apabila perusahaan mampu mengimplementasikan secara maksimal semua layanan dalam *website* perusahaan guna mempermudah pengguna dan investor dalam mengakses informasi perusahaan.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, nilai komponen *user support* yang tertinggi sebesar 14 yaitu ada 5 perusahaan, sedangkan nilai komponen *user support* yang terendah sebesar 3 yaitu Indomobil Sukses International Tbk dan Malindo Feedmill Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur di Indonesia cukup bagus dikarenakan semua *website* perusahaan telah menyediakan menu *download*, banyak *website* perusahaan yang menyediakan menu *link* ke atas, *link* ke halaman utama, *sitemap*, dan *site search* serta tidak banyak klik yang dibutuhkan untuk mengakses informasi keuangan. Namun tidak banyak *website* perusahaan yang menyediakan *help and frequently asked question*.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura, nilai komponen *user support* yang tertinggi sebesar 15 yaitu Centurion Corporation Limited, Japfa Ltd dan Mencast Holdings Ltd, sedangkan nilai komponen *user support* yang terendah sebesar 0 yaitu sebanyak 13 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur di Singapura cukup bagus



dikarenakan semua *website* perusahaan telah menyediakan menu *download*, banyak *website* perusahaan yang menyediakan menu *link* ke halaman utama, *sitemap*, dan *help and frequently asked question* tetapi tidak banyak *website* perusahaan yang menyediakan menu *link* ke atas, dan *site search* serta hanya sebesar 58,97 persen *website* perusahaan yang membutuhkan lebih dari 2 klik untuk memperoleh informasi keuangan perusahaan.

Berdasarkan analisis deskriptif pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia, nilai komponen *user support* yang tertinggi sebesar 12 yaitu Cahaya Mata Sarawak Berhad dan Hibiscus Petroleum Berhad, sedangkan nilai komponen *user support* yang terendah sebesar 3 yaitu sebanyak 25 perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur di Malaysia belum cukup bagus dikarenakan hanya sekitar 30 persen *website* perusahaan yang menyediakan menu *link* ke atas, *sitemap*, dan *site search* serta hanya 8,84 persen *website* perusahaan yang menyediakan *help and frequently asked question*.

Namun semua *website* perusahaan telah menyediakan menu *download* dan 49,66 persen yang membutuhkan kurang dari 2 klik untuk mengakses informasi keuangan.

Berdasarkan hasil deskriptif, nilai rata-rata komponen *user support* tertinggi adalah Indonesia yaitu sebesar 8,938, Singapura sebesar 8,316 dan terendah Malaysia sebesar 6,660. Hal ini menunjukkan bahwa

website perusahaan manufaktur di Indonesia lebih berkualitas karena lebih banyak menyediakan layanan-layanan yang memudahkan pengguna dan investor dalam mengakses informasi perusahaan dibandingkan Singapura dan Malaysia. Penyebab terjadinya perbedaan indeks pada komponen *technology* antara perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, Singapura, dan Malaysia adalah *website* perusahaan manufaktur di Indonesia lebih banyak yang menggunakan teknologi *site search* jika dibandingkan *website* perusahaan manufaktur di Singapura dan Malaysia. Selain itu banyaknya klik yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi keuangan kurang dari 2 lebih banyak dibandingkan dengan *website* perusahaan manufaktur di Singapura dan Malaysia yang membutuhkan lebih dari 2 klik untuk mendapatkan informasi keuangan. Namun di sisi lain, *website* perusahaan manufaktur di Singapura banyak yang menyediakan menu *help and frequently asked question* (FAQ) dibandingkan *website* perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signalling theory* yaitu *website* perusahaan yang memiliki kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) yang menyediakan layanan-layanan yang memudahkan investor mendapatkan informasi yang dibutuhkan, akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Almilia (2013) bahwa nilai indeks *Internet Financial*





Reporting (IFR) pada komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih besar dari indeks *Internet Financial Reporting (IFR)* pada komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia yang menunjukkan bahwa komponen *user support* pada *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih berkualitas dari *website* perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) yang diukur dengan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang meliputi empat komponen yaitu *content*, *timeliness*, *technology* dan *user support* antara perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia, perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura dan perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 113 perusahaan dalam sektor manufaktur yang *go public* di Indonesia, sebanyak 117 perusahaan dalam sektor manufaktur yang *go public* di Singapura dan sebanyak 147 perusahaan dalam sektor manufaktur yang *go public* di Malaysia pada tahun 2016 dengan menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih tinggi daripada kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia dan Malaysia.
2. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *content* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih tinggi daripada kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR)



pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia dan Malaysia.

3. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *timeliness* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih tinggi daripada kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia dan Malaysia.

4. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *technology* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura lebih tinggi daripada kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Malaysia dan Indonesia.

5. Kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada komponen *user support* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia lebih tinggi daripada kualitas *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Singapura dan Malaysia.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

1. Bagi Perusahaan



Penulis mengharapkan agar perusahaan manufaktur yang *go public* di negara Indonesia, perusahaan manufaktur yang *go public* di negara Singapura dan perusahaan manufaktur yang *go public* di negara Malaysia mampu meningkatkan pengungkapan informasi perusahaan melalui internet yang sesuai dengan indeks *Internet Financial Reporting* (IFR) yang meliputi *content, timeliness, technology* dan *user support*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap agar peneliti selanjutnya melakukan perluasan periode atau penambahan sampel dengan melakukan perbandingan dengan negara lain.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Arikunto, S., 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta : Rineka Cipta.

Fraenkel, J. P. and Waleen N. E. 2008. *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York : Hill Companies, Inc.

Ikantani Akuntansi Indonesia. 2013. *PSAK No. 1*. Jakarta : Ikatan Akuntansi Indonesia.

Indriantoro, N, Supomo, B. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.

Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja.

Munawir. 2004. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Ke-empat. Yogyakarta : Liberty.

Myer, John N. 1995. *Financial Statement Analysis*. 10th Edition. New Jersey : Prentice Hall Inc.

Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.

Jurnal :

Alam, Z. Rashid, K. 2014. Corporate Financial Reporting on the Internet : A survey of Website of Listed Companies in Pakistan. *The IUP Journal of Corporate Governance*. 8(3): 17-39

Almilia, S.L. 2009. Analisa Kualitas Isi Financial And Sustainability Reporting Pada Website Perusahaan Go Publik di Indonesia. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*. B23-B38

Anna, Y.D. 2012. Perkembangan Penggunaan Internet Financial Reporting di Negara-Negara Asia. *Konferensi Nasional Sistem Informasi*. No.350 : 1383-1387

Handayani, E. Almilia, L.S. 2013. Internet Financial Reporting: Studi Komparasi Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. 20(2) : 100-112

Keumala, N.N. Muid, D. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Perusahaan Melalui Website Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*. 2(3) : 1-10

Prasetya, M. Irwandi, S.A. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet (Internet Financial Reporting) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *The Indonesian Accounting Review*. 2(2) : 151-158

Puri, D.R. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pelaporan Keuangan Melalui Internet. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan (JRAK)*. 5(1) : 383-390

Internet :

Daud, A. 2017. "Indonesia Tujuan Investasi Pertama Singapura dengan Banyak Keluhan", diakses pada tanggal 28 September 2017 dari <http://katadata.co.id/berita/2017/03/14/indonesia-tujuan-investasi-pertama-singapura-dengan-banyak-keluhan>

Internet World Stats. 2017. "World Internet Users Statistics and 2017 World Population Stats", diakses pada tanggal 10 September 2017 dari <http://www.internetworldstats.co> 151 .htm

PT Bursa Efek Indonesia. 2017. "About Us", diakses pada tanggal 04 Desember 2017 dari <http://www.bursamalaysia.com/corporate/about-us/>

Singapore Stock Exchange. 2017. "About Us", diakses pada tanggal 04 Desember 2017 dari http://www.sgx.com/wps/portal/sgxweb/home/about_us/overview

Bursa Malaysia. 2017. "About Us", diakses pada tanggal 04 Desember 2017 dari <http://www.bursamalaysia.com/corporate/about-us/>

