

# Analisis Kualitas Internet Financial Reporting Pada Perusahaan Consumer di Indonesia

Harti Budi Yanti<sup>1</sup>, Affan Kautsar Nugroho<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Trisakti

[Hartibud@trisakti.co.id](mailto:Hartibud@trisakti.co.id) , [Email2@mail.com](mailto:Email2@mail.com),

\*Corresponding Author

Diajukan : 7 Oktober 2023

Disetujui : 10 Oktober 2023

Dipublikasi : 1 April 2024

## ABSTRACT

*Companies in Indonesia are currently obligated to provide annual reports on its websites. The annual report presented on companies' website becomes the information sources for its stakeholders. This research aims to understand the quality of financial reporting internet of consumer companies listed in Indonesia Stock Exchange. This research uses financial reporting internet index which consists of four components namely content, timeliness, technology, and user support to assess the quality of financial reporting internet. The analysis method of this research is descriptive analysis. The result of this research shows that consumer companies in Indonesia disclose annual reports on their websites and have good user support. While the timeliness index and technology of other consumer companies in Indonesia are not quite good*

**Keywords:** *Internet Financial Reporting, content, timeliness, technology, user support*

## PENDAHULUAN

Sesuai Peraturan OJK Nomor 29/PJOK.04/2016 BAB IV Pasal 15 Ayat 1 yang mengamanatkan agar setiap perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan menyampaikan laporan pada website perusahaan masing masing, maka informasi di Indonesia wajib disajikan melalui internet. *Internet financial reporting* (IFR), adalah media yang digunakan untuk menghubungkan investor dan bisnis secara lebih efektif dan efisien. *Content, timeliness, technology*, dan *user support* adalah empat komponen dengan bobot bervariasi yang membentuk indeks IFR oleh Cheng et al., 2000 dalam Widari (2018). Risiko disinformasi antara perusahaan dan pihak luar akan berkurang dengan menggunakan IFR.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Widari (2018), telah mengukur kualitas dan membandingkan IFR dengan menggunakan indeks IFR pada perusahaan manufaktur *go public* yang ada di Singapura, Indonesia, dan Malaysia. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas IFR perusahaan manufaktur di Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan manufaktur di Singapura. Perusahaan manufaktur di Indonesia memperoleh rata rata skor IFR sebesar 47,292 dari kemungkinan skor maksimal 103. Komponen IFR pada *content, timeliness*, dan *technology* pada perusahaan manufaktur di Indonesia memiliki nilai yang lebih rendah dari perusahaan manufaktur di Singapura. Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh rieke (2019) menyatakan rata rata nilai indeks IFR *bank go public* di Indonesia sebesar 72,69%. Skor yang diperoleh lebih tinggi dari nilai rata rata nilai indeks IFR bank *go public* di Singapura dan Malaysia. Berdasarkan kedua penelitian tersebut, terdapat perbedaan kualitas indeks IFR pada perusahaan manufaktur dan perbankan di Indonesia.

Berdasarkan klasifikasi industry IDX-IC, perusahaan dengan sektor *consumer* terbagi menjadi dua yaitu *consumer cyclicals* dan *consumer non cyclicals*. Utami (2020) menyebutkan



bahwa sektor konsumern merupakan sektor defensif yang mampu bertahan dalam krisis. Pembagian menjadi dua kategori perusahaan *consumer* dikarenakan terdapat perbedaan dalam ciri cirinya. Surtiningsih & Wijaksana (2015) mengatakan Sektor *non cyclical* memiliki peluang besar dimasa depan karena tidak terpengaruh dengan kondisi ekomoni seperti resesi atau *booming* serta barang dijual/diproduksi merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan Masyarakat sehari hari. Saham perusahaan perusahaan sektor *consumer non cyclical* cenderung lebih stabil dan tidak mengalami perubahan yang signifikan dalam waktu tertentu. Fitriani (2020), menyebutkan bahwa sektor *cyclical* merupakan sektor yang memproduksi, mendistribusikan dan menjual barang/jasa sekunder kepada konsumen, sehingga permintaan atas barang atau jasa sektor ini bergantung pada pertumbuhan dan kondisi ekonomi.

## STUDI LITERATUR

### Teori Sinyal

Perilaku antara dua pihak (individu atau organisasi) yang menggunakan informasi secara berbeda dijelaskan oleh teori sinyal. Sebagai pihak pengirim seharusnya mengetahui cara berkomunikasi kepada pihak lain. Sementara penerima seharusnya mengetahui cara menginterpretasikan sinyal. Informasi dalam pelaporan keuangan kepada pihak ketiga, termasuk sinyal positif dan negatif, merupakan dasar dari teori sinyal. Teori sinyal juga berguna sebagai sarana penjelas berkomunikasi dalam manajemen. Secara umum teori sinyal dimaknai dengan cara perusahaan berkormunikasi kepada pihak luar. (Cahyaningtyas, 2022)

Semakin transparan pengungkapannya, semakin mengirimkan sinyal yang menguntungkan bagi pemangku kepentingan dan pemegang saham, sesuai dengan hubungan antara teori sinyal dan kinerja keuangan. Adopsi informasi perusahaan meningkat dengan jumlah informasi yang tersedia bagi pemangku kepentingan dan pemegang saham. Dan dengan demikian dapat membangun kepercayaan antara pemangku kepentingan dan pemegang saham terhadap perusahaan serta memberikan respon baik terhadap perusahaan berupa pergerakan saham yang meningkat. (Effendy, 2022)

### Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan pendelegasian dari prinsipal ke agen dikarenakan prinsipal tidak dapat mengontrol seluruh kegiatan perusahaan sehari hari, sehingga manajemen harus mempublikasikan seluruh informasi kepada pemangku kepentingan. Perusahaan perlu mengembangkan mekanisme dalam meningkatkan keterbukaan informasi dengan pengungkapan perusahaan serta mewajibkan agen untuk mengungkapkan informasi dan hal hal yang tersembunyi. (Orazalin dan Mahmood,2019)

### Teori Stakeholder

Teori stakeholder menjelaskan tujuan memimpin organisasi adalah terlibat dalam aktivitas yang memberikan dampak signifikan untuk pemangku kepentingan dan memberikan umpan balik kepada pemangku kepentingan. Teori ini menegaskan bahwa seluruh pemangku kepentingan berhak menerima informasi mengenai dampak tindak organisasi terhadap mereka. Tujuan utama dari teori ini adalah untuk membantu manajer dalam meningkatkan nilai operasi bisnis dengan meminimalisir kerugian pemangku kepentingan. Menurut teori ini, penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan pemangku kepentingan, secara konsisten berupaya membangun hubungan positif dengan mereka dan segera memenuhi kebutuhan mereka. Ketika perusahaan menaruh informasi keuangan di internet karena mereka ingin memberikan informasi yang dibutuhkan pemangku kepentingan dengan cepat dan akurat. Ini membantu orang orang yang tertarik dengan perusahaan untuk segera mengetahui apa yang ingin diketahui. (Barokah dan Satriya, 2023)

### Internet Financial Reporting

*Internet financial reporting* secara khusus, situs web masing-masing perusahaan menyampaikan pelaporan informasi keuangan perusahaan dengan internet. Media digunakan



sebagai tempat untuk keterlibatan yang lebih kuat dan lebih produktif antara investor dan perusahaan. *Stakeholder* dapat mengambil keputusan secara cepat dengan menerima laporan keuangan dari internet.

Penilaian yang dibuat oleh Cheng et al. (2000) dalam Widari (2018) untuk mengukur pelaporan keuangan internet (IFR) memiliki empat bagian yaitu: *content*, *timeliness*, *technology* dan *user support*. Pengukuran ini dilakukan dengan menganalisa *website* perusahaan, serta memberikan skor pada setiap item informasi dalam *website* perusahaan berdasarkan indeks pengukuran, IFR juga dinilai berkualitas jika bisa memenuhi keseluruhan indeks IFR dengan total skor yang diperoleh 103.

### **Content/Isi**

Elemen *content* menawarkan tinjauan data tentang pengungkapan laporan keuangan (laporan tahunan dan laporan triwulan). Laporan posisi keuangan, laporan kinerja keuangan, arus kas, laporan perubahan ekuitas, catatan atas laporan keuangan, pengungkapan hasil triwulanan, ringkasan data keuangan yang signifikan, laporan eksekutif perusahaan, laporan auditor, dan informasi pemegang saham semuanya termasuk dalam laporan keuangan. Setelah itu, tujuan dan misi perusahaan, susunan dewan direksi dan komisinya, orang-orang yang harus dihubungi ketika berurusan dengan investor, dan tanggung jawab sosial perusahaan semuanya dicantumkan. *Content* lain yang dinilai adalah penggunaan bahasa dalam *website* perusahaan. Pengungkapan informasi dapat berbentuk format HTML atau PDF. Format HTML menerima peringkat lebih tinggi daripada format PDF karena lebih mudah diakses. Semakin berkualitas komponen *content* maka indeks yang dapat diperoleh akan semakin tinggi dengan skor maksimal 53.

### **Timeliness/Ketepatan waktu**

*Timeliness* adalah faktor menjelaskan seberapa cepat bisnis memposting dan memperbarui materi di situs webnya. Tujuan utama kerangka waktu dalam IFR adalah untuk menilai kemampuan perusahaan untuk menyampaikan informasi secara tepat waktu pada webnya, siaran pers, laporan triwulanan terbaru yang tidak diaudit, serta proyeksi dan grafik kinerja keuangan masa depan. Jika bisnis segera memposting materi di situs webnya, komponen ketepatan waktu berkualitas tinggi. Dengan skor maksimal 15, perusahaan akan memperoleh skor tinggi jika semakin cepat memperbarui informasi.

### **Technology/Teknologi**

Menurut penjelasan Rahmawati Hayati & Suprayogi (2018) tentang teknologi, khususnya bagian-bagian mengenai penggunaan teknologi untuk tugas-tugas yang tidak dapat dilakukan oleh media cetak dan penggunaan media teknologi multimedia, alat analisis (seperti excel, tabel pivot), dan fitur-fitur canggih (seperti adopsi "*intelligence agents*" atau XBRL). *Stakeholder* kini dapat lebih mudah mengakses informasi di *website* perusahaan berkat teknologi. Komponen teknologi disebut berkualitas apabila menerapkan teknologi yang canggih pada situs webnya. Indeks yang memiliki skor maksimal 20, meningkat seiring dengan kualitas teknologi yang digunakan di situs web perusahaan.

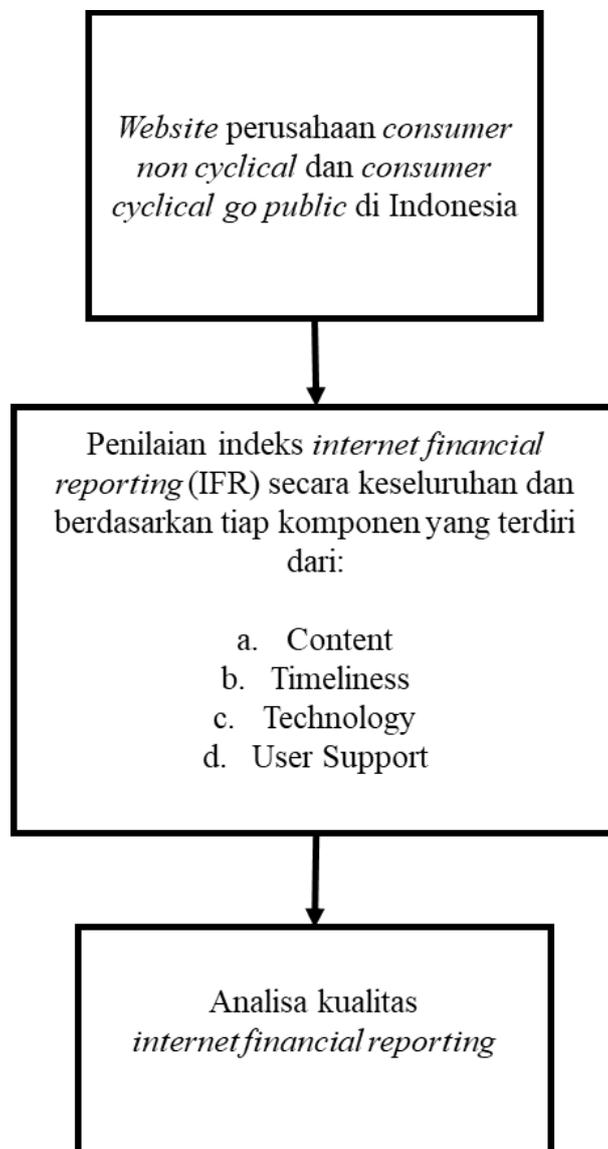
### **User Support/Dukungan Pengguna**

Komponen *user support* mengacu pada fitur dan fasilitas yang ditawarkan di situs web untuk memudahkan pengguna dan investor menemukan informasi di situs web perusahaan. Sebagai contoh, tautan pencarian dan juga navigasi seperti *help* dan *faq*, *link to homepage*, *link to top*, *site map*, *site search* dan konsistensi *User Support* desain pada *website* perusahaan. Komponen *user support* mengacu pada fitur dan fasilitas yang ditawarkan di situs web untuk memudahkan pengguna dan investor menemukan informasi di situs web perusahaan. Sebagai contoh, tautan pencarian dan juga navigasi seperti *help* dan *faq*, *link to homepage*, *link to top*, *site map*, *site search* dan konsistensi *User Support* desain pada *website* perusahaan.

## METODE

Penelitian ini adalah penelitian analisis isi dengan menggunakan penelitian kualitatif. Penilitan mengkaji website perusahaan consumer yang *go public* di Indonesia dan terdaftar di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Indeks IFR pada perusahaan *consumer* yang *go public* di Indonesia menjadi focus penelitian. Indeks IFR berguna dalam mengukur penilain pada situs perusahaan dalam komponen *content*, *timeliness*, *technology* dan *user support*. Kualitas IFR mengacu pada konten situs web, ketepatan waktu, kemampuan teknologi, kemampuan dukungan pengguna, dan pelaporan data keuangan perusahaan yang sesuai dengan indeks IFR. *purposive sampling* digunakan untuk menentukan pengambilan sampel, yaitu khususnya memilih sampel yan memenuhi kriteria telah ditetapkan untuk penerapan karakteristik. Pemilihan sampel yaitu dengan kriteria

- 1) Perusahaan sektor *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* yang *go public* di Indonesia
- 2) Perusahaan mempunyai website
- 3) Pada website, telah memposting laporan keuangan tahunan yang selesai di audit periode 2022



Gambar 1. Kerangka Penelitian

## HASIL

Setelah dilakukan pengamatan, diketahui jumlah perusahaan sektor *consumer cyclical* adalah 141 dan perusahaan *consumer non cyclical* 118. Peneliti mengevaluasi kembali atas sampel tersebut sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Ditemukan ketidaksesuaian antara sampel dengan kriteria yang telah ditentukan. Hasil seleksi sampel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Seleksi sampel sektor *consumer cyclical*

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan sektor <i>consumer cyclical</i> di Bursa Efek Indonesia tahun 2023	141
Pengurang berdasarkan kriteria sampel :	
1. Perusahaan tidak ada <i>website</i>	8
2. Perusahaan belum atau tidak mempublikasi laporan tahunan yang sudah di audit untuk tahun 2022 di <i>website</i>	10
Seleksi akhir perusahaan yang menjadi sampel	123

Tabel 2. Seleksi sampel sektor *consumer non cyclical*

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan pada sektor <i>consumer non cyclical</i> di Bursa Efek Indonesia tahun 2023	118
Pengurang berdasarkan kriteria sampel :	
1. Perusahaan tidak ada <i>website</i>	4
2. Perusahaan belum atau tidak mempublikasi laporan tahunan yang sudah di audit untuk tahun 2022 di <i>website</i>	6
Seleksi akhir perusahaan yang menjadi sampel	108

Analisis statistik deskriptif diperlukan untuk mengolah data dengan menjelaskan atau mendeskripsikan informasi yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Analisis ini memudahkan untuk mendeskripsikan data agar pembaca mudah dalam memahami. Sebelum dilakukan analisa, gambaran umum bahan penelitian harus dipahami. Jumlah data atau N menunjukkan banyaknya sampel penelitian.

Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan *Consumer Cyclical*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IFR	123	21.5	74	50.6748	10.4779
CONTENT	123	9.5	43	27.8171	5.5217
TIMELINESS	123	0	10	4.7114	2.4967
TECHNOLOGY	123	2	15	8.7886	3.1107
USER SUPPORT	123	3	15	9.3577	1.9633
VALID N (listwise)	123				

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk total skor *indeks internet financial reporting (IFR)* pada *website* perusahaan *consumer cyclical* di Indonesia yaitu 50,6748

dengan indeks (IFR) tertinggi adalah 74, terendah 21,5 dan Nilai standar deviasi 10,4779. Nilai rata rata komponen *content* pada *website* perusahaan *consumer cyclical* di Indonesia yaitu 27,8171 dengan nilai komponen *content* tertinggi adalah 43, terendah 9,5 dan nilai standar deviasi 5,5217. Nilai rata rata komponen *timeliness* pada *website* perusahaan *consumer cyclical* di Indonesia yaitu 4,7114 dengan nilai komponen *timeliness* tertinggi adalah 10, terendah 0 dan nilai standar deviasi 2,4967. Nilai rata rata komponen *technology* pada *website* perusahaan *consumer cyclical* di Indonesia yaitu 8,7886 dengan nilai komponen *technology* tertinggi adalah 15, terendah 2 dan nilai standar deviasi yaitu 5,5217. Nilai rata rata komponen *user support* pada *website* perusahaan *consumer cyclical* di Indonesia yaitu 9,3577 dengan nilai komponen *user support* tertinggi adalah 15, terendah 3 dan nilai standar deviasi 1,9633. Baik secara keseluruhan atau per komponen, seluruh nilai standar deviasi lebih rendah jika dibandingkan dengan nilai rata rata. kondisi menunjukkan bahwa data dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

Tabel 4. Analisis Statistik Deskriptif Perusahaan *Consumer Non Cyclical*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IFR	108	24	78.5	49.6944	9.9084
CONTENT	108	13	50	28.0741	5.7306
TIMELINESS	108	0	10	5.1296	2.4707
TECHNOLOGY	108	2	15	7.2037	2.4976
USER SUPPORT	108	3	14	9.2870	2.1919
VALID N (listwise)	108				

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk total skor indeks *internet financial reporting* (IFR) pada *website* perusahaan *consumer non cyclical* di Indonesia yaitu 49,6944 dengan indeks IFR tertinggi adalah 78,5, terendah 24 dan nilai standar deviasi 9,9084. Nilai rata rata komponen *content* pada *website* perusahaan *consumer non cyclical* di Indonesia yaitu 28,0741 dengan nilai komponen *content* tertinggi adalah 50, terendah 13 dan nilai standar deviasi 5,7306. Nilai rata rata komponen *timeliness* pada *website* perusahaan *consumer non cyclical* di Indonesia yaitu 5,1296 dengan nilai komponen *timeliness* tertinggi adalah 10, terendah 0 dan nilai standar deviasi 2,4707. Nilai rata rata komponen *technology* pada *website* perusahaan *consumer non cyclical* di Indonesia yaitu 7,2037 dengan nilai komponen *technology* tertinggi adalah 15, terendah 2 dan nilai standar deviasi 2,4976. Nilai rata rata komponen *user support* pada *website* perusahaan *consumer non cyclical* di Indonesia yaitu 9,2970 dengan nilai komponen *user support* tertinggi adalah 15, terendah 3 dan nilai standar 2,1919. Baik secara keseluruhan atau per komponen, seluruh nilai standar deviasi lebih rendah jika dibandingkan dengan nilai rata rata. kondisi menunjukkan bahwa data dengan tingkat persebaran yang rendah atau data kurang bervariasi antar perusahaan sampel.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian, kualitas IFR komponen *content* dalam *website* perusahaan *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* di Indonesia sudah cukup lengkap dalam mengungkapkan keuangan dan informasi perusahaan. Namun, masih banyak informasi yang diungkapkan hanya dengan menggunakan format PDF, sehingga tidak mendapatkan nilai pada pengungkapan menggunakan format HTML. Hanya beberapa informasi yang di ungkapkan menggunakan format HTML seperti visi & misi, susunan direksi, kontak untuk investor, ikhtisar keuangan, dan informasi pemegang saham. Selain itu, masih banyak perusahaan baik *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* tidak mempublikasikan kutipan harga saham dan grafik harga

saham perusahaan. Dengan adanya kutipan harga saham dan grafik harga saham, akan memudahkan calon investor dalam melihat perkembangan perusahaan dari beberapa periode. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi, semakin lengkap informasi yang diungkapkan maka akan berdampak berkurangnya asimetri informasi. Manajemen dituntut untuk mengungkapkan informasi pada *website*. Hasil penelitian sejalan dengan konsep teori sinyal, jika menyajikan laporan keuangan di pada *website* akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh investor. Hal ini membuat Investor akan memperoleh sinyal positif untuk berinvestasi pada perusahaan. Selain informasi keuangan, perusahaan juga mengungkapkan laporan keberlanjutan, yang sejalan dengan teori legitimasi, yaitu interaksi perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat. Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan wajib mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan dan selalu berusaha membangun hubungan dengan pemangku kepentingan. Publikasi informasi keuangan di internet adalah cara untuk memberikan kebutuhan informasi yang cepat, akurat, dan tanggap sesuai kebutuhan stakeholder.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas IFR komponen *timeliness* pada *website* perusahaan *consumer cyclical* di Indonesia masih belum cukup baik. Meskipun sudah banyak perusahaan menampilkan *link* siaran pers/berita, namun berita/siaran pers yang disajikan tidak diperbarui. Siaran pers/berita yang diungkapkan sudah banyak yang lebih dari satu bulan tidak diperbarui (48,78%), bahkan 17,89% *website* perusahaan sudah tidak menampilkan siaran pers/berita sama sekali. 98 *website* mempublikasi laporan triwulan terbaru yang belum diaudit, namun tidak ada satu pun *website* mempublikasikan laporan triwulan yang sudah di audit. Kemudian hanya 31 *website* perusahaan yang menyajikan kutipan harga saham dan 28 dari 31 tersebut secara rutin diperbarui. Kemudian tidak ditemukan perusahaan mempublikasikan laporan visi perusahaan / perkiraan dimasa depan. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas IFR komponen *timeliness* pada *website* perusahaan *consumer non cyclical* di Indonesia juga masih belum cukup baik. Meskipun sudah banyak perusahaan menampilkan *link* siaran pers/berita, namun berita/siaran pers yang disajikan tidak diperbarui. Siaran pers/berita yang diungkapkan sudah banyak yang lebih dari satu bulan tidak diperbarui (59,26%), 3,7% *website* perusahaan sudah tidak menampilkan siaran pers/berita sama sekali. 85 *website* mempublikasi laporan triwulan terbaru yang belum diaudit, dan hanya 3 *website* yang mempublikasikan laporan triwulan yang sudah di audit. Kemudian hanya 26 *website* perusahaan yang menyajikan kutipan harga saham dan 25 dari 26 tersebut secara rutin diperbarui. Kemudian tidak ditemukan perusahaan mempublikasikan laporan visi perusahaan/ perkiraan dimasa depan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori sinyal yaitu *website* yang konsisten memberikan update informasi akan membuat investor mengetahui informasi terbaru mengenai perusahaan. Investor akan memperoleh sinyal positif untuk berinvestasi pada perusahaan. Penerapan *timeliness* sejalan dengan teori stakeholder, dimana stakeholder dapat memperoleh informasi kegiatan perusahaan dengan lebih mudah berkat *website* perusahaan yang juga memberikan informasi secara akurat dan tepat waktu. Pemberian informasi secara akurat dapat mengurai asimetri informasi antara agen dan prinsipal. Hal tersebut dapat mengurangi resiko yang dimiliki oleh prinsipal, sesuai dengan teori agen.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan kualitas IFR komponen *technology* pada *website* perusahaan *consumer cyclical* masih belum cukup baik atau maksimal. Seluruh perusahaan sampel telah menyediakan fitur *download* pada informasi keuangan yang ada. 102 perusahaan (82,93%) menyediakan fitur *online feedback* bagi pengguna untuk berkomunikasi dengan perusahaan. Sebagian besar (52,85%) perusahaan telah menggunakan teknologi multimedia berupa video seperti video profil perusahaan atau video produk yang dijual. Hanya sebagian kecil perusahaan (8,94%) yang menyediakan fitur alat analisis berupa analisis grafik harga saham. Tidak ada satupun perusahaan yang menerapkan dan mempublikasi pelaporan informasi menggunakan fitur canggih (XBRL) pada *website* perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan kualitas IFR komponen *technology* pada *website* perusahaan *consumer non cyclical* masih belum cukup baik atau maksimal. Seluruh perusahaan sampel telah menyediakan fitur *download* pada informasi keuangan yang ada. 83 perusahaan (76,85%) menyediakan fitur *online feedback* bagi pengguna untuk berkomunikasi dengan perusahaan. Sebagian besar perusahaan (88,89%) telah menggunakan

*presentation slides* sehingga membuat tampilan *website* lebih menarik. Hanya (20,37%) perusahaan yang telah menggunakan teknologi multimedia berupa video seperti video profil perusahaan atau video produk yang dijual. Hanya sebagian kecil perusahaan (4,63%) yang menyediakan fitur alat analisis berupa analisis grafik harga saham. Tidak ada satupun perusahaan yang menerapkan dan mempublikasi pelaporan informasi menggunakan fitur canggih (XBRL) pada *website* perusahaan. Hasil ini sejalan dengan konsep teori sinyal. Penggunaan teknologi canggih akan menambah informasi yang diberikan dan memberikan sinyal positif disertai dengan fitur yang dapat memudahkan pengguna. Investor akan memperoleh sinyal positif untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hasil ini sesuai dengan yang di jelaskan pada teori stakeholder, perusahaan melalui internet memenuhi kebutuhan stakeholder akan informasi yang cepat dan akurat.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan kualitas IFR komponen *user support* pada *website* perusahaan *consumer cyclical* di Indonesia sudah cukup baik. Perusahaan telah menyediakan *link to homepage*, *link to top*, *site map*, dan *site search* pada *website* perusahaan. Kemudian banyak *website* yang memiliki konsistensi baik dalam desain *website*. Hampir seluruh *website* perusahaan hanya membutuhkan dua kali klik untuk mencapai informasi keuangan dari halaman utama. Namun masih sangat sedikit perusahaan yang menyediakan fitur *help and FAQ* mengenai informasi untuk investor. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan kualitas IFR komponen *user support* pada *website* perusahaan *consumer non cyclical* di Indonesia sudah cukup baik. Perusahaan telah menyediakan *link to homepage*, *link to top*, *site map*, dan *site search* pada *website* perusahaan. Kemudian banyak *website* yang memiliki konsistensi baik dalam desain *website*. Hampir seluruh *website* perusahaan hanya membutuhkan dua kali klik untuk mencapai informasi keuangan dari halaman utama. Namun masih sangat sedikit perusahaan yang menyediakan fitur *help and FAQ* mengenai informasi untuk investor. Hasil ini sejalan dengan teori sinyal, perusahaan yang memiliki dukungan pengguna yang baik memudahkan investor memperoleh informasi yang dibutuhkan, Serta investor akan memperoleh sinyal positif untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dukungan pengguna yang baik memperhatikan para pemangku kepentingan perusahaan. Pemangku kepentingan suatu perusahaan terdiri dari berbagai latar belakang, Sejalan dengan *stakeholder theory* dimana manajemen harus memperhatikan seluruh kepentingan pemangku kepentingan.

## KESIMPULAN

Baik perusahaan *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* yang *go public* di Indonesia telah mengungkapkan laporan tahunan dan laporan keuangan pada situs *website* perusahaan masing masing sesuai dengan Peraturan OJK Nomor 29/PJOK.04/2016 yang menyebutkan untuk seluruh perusahaan/emiten yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia wajib mengungkapkan laporan tahunan dalam disitus web perusahaan masing masing.

Baik perusahaan *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* telah mengungkapkan informasi keuangan dan informasi umum perusahaan di *website* dengan cukup baik. Namun, Sebagian besar pengungkapan hanya menggunakan format PDF. Masih sedikit informasi informasi yang diungkapkan menggunakan format HTML.

Baik perusahaan *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* mendapatkan hasil yang kurang baik pada komponen *timeliness*. Masih sedikit perusahaan yang memberikan update melalui berita/siaran pers. Tidak ada laporan triwulan yang telah di audit. Masih sedikit perusahaan yang menampilkan harga saham perusahaan secara *realtime*.

Baik perusahaan *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* mendapatkan hasil yang kurang baik pada komponen *technology*. Masih belum semua perusahaan menggunakan *slide presentation*. Masih sedikit perusahaan yang menyediakan fitur alat analisis. Kemudian tidak ada perusahaan yang mempublikasi pelaporan informasi menggunakan fitur canggih (XBRL).

Baik perusahaan *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* mendapatkan hasil yang cukup baik pada komponen *user support*.

Kualitas *internet financial reporting* (IFR) baik secara keseluruhan maupun dari masing masing komponen antara perusahaan *consumer cyclical* dan *consumer non cyclical* memiliki karakteristik yang serupa atau tidak terdapat banyak perbedaan

#### REFERENSI

- Bananuka, J. (2020). Intellectual capital, isomorphic forces and internet financial reporting Evidence from Uganda's financial services firms. *Journal of Economic and Administrative Sciences*. doi: 10.1108/JEAS-03-2018-0042
- Bananuka, J., Night, S., & Ngoma, M. (2019). Internet financial reporting adoption exploring the influence of board role performance and isomorphic forces. *Journal of Economics, Finance, and Administrative Science*. doi: 10.1108/JEFAS-11-2018-0120
- Barokah, S., & Segarawasesa, F. S. (2023). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Internet Financial Reporting (Studi pada RSUD di Pulau Jawa Periode 2019 - 2020). *Jurnal Tambora*.
- Deegan, C. M. (2019). Legitimacy theory Despite its enduring popularity and contribution, time is right for a necessary makeover. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. doi:DOI 10.1108/AAAJ-08-2018-3638
- Dewi. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Resiko terhadap Return Saham pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Industry di BEI. *Jurnal Penelitian Akuntansi (JENSI)*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*. doi:10.21831/hum.v21i1. 38075. 33-54
- Hayati, P. S., & Suprayogi, N. (2018). Analisis Perbandingan Internet Financial Reporting Index Bank Umum Syariah di Indonesia, Malaysia, Iran, dan Sudan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Inayati, N. I., Lutfi, S. M., & Haryanto, E. (2022). The Effect of Public Ownership, Profitability, Company Size and Independent Commissioners on Internet Financial Reporting. *ICBAE*. doi:DOI 10.4108/eai.10-8-2022.2320880
- Khayati, A., Sari, R. D., & Giovanni, A. (2022). Nilai Tambah Modal Manusia dan Keberlangsungan Bisnis Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals. *Borobudur Management Review*. doi:10.31603/bmar.v2i2.7377
- Meinawati, T., Suhendra, & Masitoh, E. (2020). Analisis Determinan Pengungkapan Internet Financial Reporting pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Riset dan Jurnal Akuntansi*. doi:<https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.253>
- Nurunnabi, M., & Hossain, M. A. (2018). The voluntary disclosure of internet financial reporting (IFR) in an emerging economy: a case of digital Bangladesh. *Journal of Asia Business Studies*. doi:10.1108/15587891211190688
- Pernamasari, R. (2018). Analysis of Index Internet Financial Reporting: Studies in Banking Companies in Indonesia, Malaysia, and Singapore. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance, and Management Sciences*. doi:10.6007/IJARAFMS/v9-i1/5916
- Valentino, L., & Parasetya, M. T. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Komisaris Independen, dan Cakupan Analisis Terhadap Corporate Internet Reporting. *Diponegoro Journal of Accounting*.
- Widari, P. P. (2018). ANALISIS INTERNET FINANCIAL REPORTING (IFR) (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Go Public di Indonesia, Singapura, dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Zadeh, F. N., Salehi, M., & Shabestari, H. (2018). The relationship between corporate governance mechanisms and internet financial reporting in Iran. *The International Journal of Business in Society*. doi:doi.org/10.1108/CG-06-2017-0126