

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

1. Keseluruhan (100%) perusahaan dalam penelitian ini memiliki *website* tersendiri dan keseluruhan 100% memanfaatkan *homepage* mereka untuk menginformasikan informasi keuangan terutama laporan keuangan pokok yaitu neraca, laba rugi dan laporan arus kas, dan 88,89% perusahaan yang memberikan informasi keuangan tambahan (catatan atas laporan keuangan, opini auditor dan analisis manajemen). Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang sama-sama meneliti perusahaan go publik LQ45 maka pemanfaatan internet mengalami peningkatan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dari 45 perusahaan hanya 35 perusahaan yang menggunakan internet sebagai media pelaporan informasi keuangan, sedangkan berdasarkan penelitian ini seluruh perusahaan yaitu 45 perusahaan telah memiliki *website* perusahaan. Hal ini menunjukkan persaingan yang ketat antar perusahaan dalam memanfaatkan teknologi untuk menarik para investor.
2. Analisis ketepatan waktu dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 33,33% perusahaan yang tepat waktu dalam melakukan *update* terhadap pelaporan keuangan, sedangkan sisanya ada yang melakukan *update* tetapi tidak konsisten terhadap waktu dan tanggal yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang sama-

sama menganalisis ketepatan waktu pada perusahaan go publik LQ45 menunjukkan perubahan atau peningkatan yang terlihat jelas. Penelitian terdahulu dari 35 perusahaan terdapat 3 perusahaan atau 9,09% yang melakukan *update* dengan tepat waktu. Perusahaan melakukan *update* secara konsisten dan tepat waktu untuk memberikan kejelasan terhadap para pengakses khususnya bagi para investor yang ingin melihat pelaporan keuangan.

3. Analisis teknologi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan yaitu 88,89% telah memanfaatkan aplikasi teknologi dengan ditampilkan adanya gambar bergerak yang menarik pengguna saat membuka *homepage* pada masing-masing *website* perusahaan. Penggunaan teknologi pada *homepage* tiap perusahaan dapat dinilai cukup maju, karena mayoritas perusahaan menggunakan teknologi dengan aplikasi flash. Aplikasi flash lebih unggul dibandingkan dengan aplikasi gif. Penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian yang dahulu yang memiliki kesamaan dalam meneliti perusahaan go publik LQ45 terdapat perbedaan atau peningkatan dalam menggunakan teknologi pada *website* perusahaan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dari 35 perusahaan yang memiliki *website* hanya 54,55% yang menggunakan aplikasi gambar bergerak, sedangkan dalam penelitian ini terdapat 88,89%. Maka terjadi peningkatan yang terlihat jelas. Hal ini menunjukkan semakin banyak perusahaan yang memanfaatkan teknologi sebagai media untuk

memberikan ketertarikan bagi pengakses dalam sebuah *website* perusahaan.

4. Mayoritas perusahaan sampel dalam penelitian ini telah memberikan e-mail untuk pengguna, terbukti 88,89% perusahaan memberikan e-mail perusahaan ataupun anak cabang agar dapat dihubungi oleh pengguna. Perusahaan yang memberikan fasilitas *search engine* sebanyak 36 perusahaan (80%), hal ini dilakukan agar pengguna bisa mudah dalam mengakses link yang ingin di tuju. Penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya terdapat perbedaan atau peningkatan yang begitu jelas. Penelitian pada tahun 2004 menunjukkan bahwa terdapat 54,55% yang memberikan e-mail pada *website* perusahaan dan 39,39% yang memberikan fasilitas pencarian atau *search engine*. Penelitian lain yang meneliti keberadaan search engine menunjukkan hanya terdapat 50% yang mencantumkan fasilitas pencarian pada *website* perusahaan. Dengan demikian terdapat peningkatan pada *website* perusahaan yang mencantumkan e-mail dan search engine. Banyaknya *website* perusahaan yang mencantumkan e-mail dan fasilitas pencarian dapat dipandang sebagai nilai positif dari kalangan pengakses maupun bagi para investor. E-mail dapat digunakan sebagai media penyampaian kritik, saran dan argumen-argumen lain yang dapat menunjang kemajuan perusahaan, sedangkan fasilitas *search engine* dapat dianggap sebagai nilai tambah yang ada dalam fasilitas *website* perusahaan. Fasilitas pencarian ini dapat digunakan untuk mencari bahasan yang ingin dicari.

5.2 Implikasi

Secara umum hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan go publik LQ45 telah memanfaatkan teknologi komunikasi yaitu internet sebagai media pelaporan keuangan. Dengan perusahaan memberikan laporan keuangan diinternet maka investor dapat dengan mudah mengakses laporan keuangan secara langsung, tanpa harus melakukan interaksi dengan perusahaan. Perusahaan juga dapat memberikan pertanggungjawaban kepada publik, dan juga memberikan *image* baik terhadap perusahaan. Pelaporan keuangan di internet juga dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan bukan hanya oleh investor.

Secara teoritis karakteristik internet sangat relevan untuk pelaporan keuangan, sebagai media komunikasi, internet mempengaruhi aspek komunikatif dari pelaporan keuangan seperti: akses, distribusi, interaksi, dan penyajian serta presentasi. Pelaporan keuangan yang disajikan pada internet juga akan mempermudah investor dalam menilai atas pelaporan yang diungkapkan pada internet, selain itu bagi para pengguna informasi keuangan di tempat yang jauh akan sangat terbantu dengan adanya pelaporan keuangan di internet.

5.3 Keterbatasan penelitian:

1. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan LQ45 sebagai obyek penelitian, untuk dapat menggeneralisasi hasil penelitian diperlukan sampel yang lebih besar.
2. Penelitian ini menggunakan kerangka kerja Pirchegger & Wagenhofer (*Pirchegger & Wagenhofer Framework*), 1999 untuk melihat keberadaan 4 aspek : isi (*content*), ketepatan waktu (*timeliness*), teknologi (*technology*), dukungan pengguna (*users support*). Tanpa memperhatikan praktek yang dilakukan perusahaan, seperti keberadaan e-mail belum berarti bahwa respon perusahaan baik.
3. Pemanfaatan internet dapat diperluas dengan melihat analisis aspek lain, seperti informasi rencana investasi jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, LS, 2009a, *Analisa Kualitas Isi Financial and Sustainability Reporting pada Website Perusahaan Go Publik di Indonesia*, Jurusan Akuntansi STIE Perbanas; Surabaya.
- Almilia, LS, 2009b, *Analisa Komparasi Indeks Internet Financial Reporting pada Website Perusahaan Go Publik di Indonesia*, Jurusan Akuntansi STIE Perbanas; Surabaya.
- Almilia, LS dan Sasongko Budi, 2008, *Corporate Internet Reporting of Banking Industry and LQ45 Firms: An Indonesia Example. Proceeding The 1st Parahyangan International Accounting & Business Conference 2008 - Universitas Parahyangan Bandung-Indonesia*. Available at: www.ssrn.com
- Almilia, 2009c, *Eksplorasi Pemanfaatan Technology dan User Support pada Website Perusahaan Go Publik di Indonesia*, Jurusan Akuntansi STIE Perbanas; Surabaya.
- Arikunto, Suharsimi, 1996, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta; Jakarta
- Asbaugh, H., K. Johnstone and T. Warfield, "Corporate Reporting on The Internet," *Accounting Horizons* 13, (1999), pp. 241-257.
- Babbie, Earl, 2002, *The practice of Social Research*, 10 th edition, Wadsworth, Thomson Learning Inc, http://en.wikipedia.org/wiki/Content_analysis
- Cheng, A. Lawrence, S dan Coy, D. 2000. *Measuring the Quality of Corporate Financial Websites: A New Zealand Study*. Paper presented at the 12th Asian-Pacific Conference on International Accounting Issues – Beijing.
- Deller, D., Stubenrath, M. & Weber, C. 1999, *A Survey on The Use of The Internet for Investor Relations in The USA, The UK and Germany*, *The European Accounting Review*, Vol. 8, Iss. 2, pp. 351 - 364
- Dewanti, Prima, 2009, *Analisa Pelaporan Keuangan Melalui Internet oleh BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi; Universitas Muhammadiyah Malang
- Hanny dan Anis , 2007, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet (Internet Financial Reporting) dalam*

Website Perusahaan”, Jurusan Ekonomi universitas diponegoro; semarang

Harnanto. *Akuntansi keuangan menengah buku pertama*. BPFE. Yogyakarta.2002

Harmoni, Ati, 2008, *Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Official Website Perusahaan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk*, Proceeding Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008), Auditorium Universitas Gunadarma; Depok

Helfert, E. A. 1997. *Teknik Analisis Keuangan*, Erlangga; Jakarta

Hurt, David N, 2001, *Using the Internet for Financial Reporting*, The Journal of Corporate Accounting & Finance

Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Bisnis: salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. BPFE. Yogyakarta. 2004/2005

Lestari, HS, Chariri A, 2007, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan Melalui Internet (Internet Financial Reporting) dalam Website Perusahaan*; Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Loudon, 2006, dikutip oleh Rizki Ameliana, *Pengertian Sistem Informasi*, posted on Jan 2010

Martin et al, 2006, dikutip oleh Rizki Ameliana, *Pengertian Sistem Informasi*, posted on Jan 2010

Marston, Claire; 2004, *Corporate Reporting on the Internet by German Companies*, International Journal of Accounting Information Systems

Nasution. 2006, *Metode Penelitian Naturalistik kualitatif*, Tarsito; Bandung

Pirchegger, B. & Wagenhofer, A., 1999 ‘Financial Information on The Internet: A Survey of The Homepages of Austrian Companies’ *The European Accounting Review*, Vol. 8, Iss. 2, pp. 383 - 395

Richardson, V.J., & Scholz, S. 1999, *Corporate Reporting and The Internet: Vision, and Intervening Obstacles*, Pacific Accounting Review, Palmerston North, Vol 11, Iss. 2, pp. 153 – 160

Sudrajat, M. Subana, 2001, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Pustaka Setia; Bandung

Suripto, Bambang. 2005, "Praktek Pelaporan Keuangan Dalam Website Perusahaan Indonesia", Jurnal akuntansi dan manajemen, volume XVII, nomor 1 april 2006

Tim Studi Analisis Laporan Keuangan Secara Elektronik, 2005, *Studi tentang Analisis Laporan Keuangan Secara Elektronik*, Deprtemen Keuangan Republik Indonesia Badan Pengawas Pasar Modal.

Xiao, Z., Jones, M.J. & Lymer, A. 2002, *Immediate Trends in Internet Reporting*, The European Accounting Review, Vol. 11, Iss. 2, pp. 245 – 275

