

## BAB IV

### GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### 4.1 Gambaran Subyek Penelitian

Perusahaan manufaktur dan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan merupakan subyek penelitian. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki *website* perusahaan untuk melaporkan informasi keuangan maupun informasi non keuangan. Periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tahun 2013.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*, artinya sampel dipilih berdasarkan pertimbangan subyektif penelitian dimana persyaratan yang dibuat sebagai kriteria harus dipenuhi sebagai sampel. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini adalah :

1. Perusahaan manufaktur dan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan manufaktur dan perbankan yang dimaksud telah memiliki alamat *website*.
3. Laporan keuangan yang disajikan dalam bentuk mata uang Rupiah.
4. Data dan informasi yang diperlukan tersedia untuk dianalisa.

**Tabel 4.1**  
**Prosedur Pemilihan Sampel Perusahaan Manufaktur**

<b>Proses</b>	<b>Jumlah</b>
Perusahaan <i>go public</i> yang terdaftar di bursa efek Indonesia	507
Perusahaan <i>go public</i> yang terdaftar di bursa efek Indonesia yang tidak termasuk dalam perusahaan manufaktur	( 355 )
<b>Perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia</b>	<b>152</b>
Pengurangan berdasarkan kriteria sampel :	
1. Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki alamat <i>website</i>	( 28 )
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan tidak dalam bentuk rupiah	( 30 )
3. Perusahaan manufaktur yang tidak menyediakan data dan informasi yang diperlukan untuk analisis	( 6 )
<b>Jumlah sampel perusahaan manufaktur yang sesuai dengan kriteria</b>	<b>88</b>

**Sumber:** *Indonesia Stock Exchange, website perusahaan, data diolah.*

Tabel 4.1 menjelaskan tentang prosedur pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan yaitu periode 2013 sebanyak 152 perusahaan. Setelah dilakukan penyeleksian, didapatkan 28 perusahaan tidak memiliki alamat *website*, perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tidak dalam bentuk mata uang rupiah sebanyak 30 perusahaan. Sedangkan 6 perusahaan lainnya tidak memiliki data dan informasi yang lengkap untuk keperluan analisis data. Sehingga jumlah perusahaan manufaktur yang dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 88 perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang telah tersaring dan digunakan sebagai sampel, dibagi dalam dua kelompok yaitu kelompok perusahaan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dan kelompok perusahaan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Dengan cara yaitu menghitung skor *Internet Financial Reporting* pada masing – masing perusahaan dengan menggunakan Indeks *Internet Financial Reporting*. Kemudian dihitung rata – rata Indeks *Internet Financial Reporting* yang digunakan sebagai alat untuk mengklasifikasikan kelompok perusahaan.

Syarat pengklasifikasian yang digunakan yaitu apabila skor *Internet Financial Reporting* diatas rata – rata maka perusahaan tersebut dikelompokkan sebagai perusahaan yang memiliki tingkat *Internet Financial Reporting* tinggi, namun apabila skor *Internet Financial Reporting* dibawah rata – rata maka perusahaan tersebut dikelompokkan sebagai perusahaan yang memiliki tingkat *Internet Financial Reporting* rendah. Adapun hasil pengelompokan yang telah dilakukan dapat dilihat pada Lampiran 2.

**Tabel 4.2**

**Prosedur Pemilihan Sampel Perusahaan Perbankan**

<b>Proses</b>	<b>Jumlah</b>
Perusahaan <i>go public</i> yang terdaftar di bursa efek Indonesia	507
Perusahaan <i>go public</i> yang terdaftar di bursa efek Indonesia yang tidak termasuk dalam perusahaan perbankan	( 468 )
<b>Perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia</b>	<b>39</b>
Pengurangan berdasarkan kriteria sampel :	
1. Perusahaan perbankan yang tidak memiliki alamat <i>website</i>	( 0 )

Sumber: *Indonesia Stock Exchange*, website perusahaan, data diolah.

### Lanjutan Tabel 4.2

#### Prosedur Pemilihan Sampel Perusahaan Perbankan

2. Perusahaan perbankan yang menerbitkan laporan keuangan tidak dalam bentuk rupiah	( 0 )
3. Perusahaan perbankan yang tidak menyediakan data dan informasi yang diperlukan untuk analisis	( 7 )
<b>Jumlah sampel perusahaan perbankan yang sesuai dengan kriteria</b>	<b>32</b>

Sumber: *Indonesia Stock Exchange*, website perusahaan, data diolah.

Tabel 4.2 menjelaskan tentang prosedur pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan yaitu periode 2013 sebanyak 39 perusahaan. Setelah dilakukan pengamatan, didapatkan 7 perusahaan yang tidak memiliki data dan informasi yang lengkap untuk keperluan analisis data. Sehingga jumlah perusahaan perbankan yang dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 32 perusahaan.

Perusahaan perbankan yang telah tersaring dan digunakan sebagai sampel, dibagi dalam dua kelompok yaitu kelompok perusahaan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dan kelompok perusahaan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Dengan cara yaitu menghitung skor *Internet Financial Reporting* pada masing – masing perusahaan dengan menggunakan Indeks *Internet Financial Reporting*. Kemudian dihitung rata – rata Indeks *Internet Financial Reporting* yang digunakan sebagai alat untuk mengklasifikasikan kelompok perusahaan.

Syarat pengklasifikasian yang digunakan yaitu apabila skor *Internet Financial Reporting* diatas rata – rata maka perusahaan tersebut dikelompokkan sebagai perusahaan yang memiliki tingkat *Internet Financial Reporting* tinggi, namun apabila skor *Internet Financial Reporting* dibawah rata – rata maka perusahaan tersebut dikelompokkan sebagai perusahaan yang memiliki tingkat *Internet Financial Reporting* rendah. Adapun hasil pengelompokan yang telah dilakukan dapat dilihat pada Lampiran 2.

## **4.2 Analisis data**

Analisis data atas variabel dalam penelitian ini yang mencakup *Internet Financial Reporting* (IFR), nilai perusahaan, harga saham, *return* saham dan profitabilitas akan dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik untuk kemudian dilakukan pengujian atas hipotesis yang telah dirumuskan.

### **4.2.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau penjelasan mengenai keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian baik variabel independen maupun dependen.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Internet Financial Reporting* sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, harga saham, *return* saham dan profitabilitas. Berikut akan dijabarkan secara rinci mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4.3

*Descriptive Statistic Perusahaan Perbankan*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IFR Perbankan	32	12.00	59.00	41.2656	9.20640
Harga Saham	32	50	9600	1719.97	2442.950
Return Saham	32	-.58	.70	-.0958	.25398
Nilai Perusahaan	32	.93	3.23	1.1182	.39738
Profitabilitas	32	-.08	.03	.0121	.01861
Valid N (listwise)	32				

Sumber : Lampiran 8

Tabel 4.4

*Descriptive Statistic Perusahaan Manufaktur*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IFR_Manufaktur	88	.00	58.50	33.4148	13.64392
Harga_Saham	88	50	1200000	24226.55	134649.915
Return_Saham	88	-.98	2.38	.0258	.46619
Nilai_Perusahaan	88	.39	15.54	2.0409	2.53768
Profitabilitas	88	-.19	.66	.0602	.11434
Valid N (listwise)	88				

Sumber : Lampiran 8

### 1. *Internet Financial Reporting*

Pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan (*Internet Financial Reporting*) merupakan suatu bentuk pengungkapan sukarela yang dipraktekkan oleh berbagai perusahaan. Menurut Ashbaugh *et al.* (1999) dalam Nadia Shelly Wardhanie (2012), internet dipandang sebagai salah satu media pelaporan yang penting, sehingga informasi tentang kinerja perusahaan dapat dijangkau oleh seluruh investor secara global. Praktek *Internet Financial*

*Reporting* yang bersifat sukarela semakin disadari perusahaan bukan lagi menjadi sebuah keunggulan namun menjadi sebuah kebutuhan.

Perusahaan tentu memahami bahwa informasi keuangan sangat menentukan pengambilan keputusan para investor. Berdasarkan informasi tersebut *Internet Financial Reporting* dapat didefinisikan sebagai media yang dapat digunakan untuk menyajikan informasi keuangan maupun non keuangan perusahaan yang menentukan pengambilan keputusan para investor.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai rata – rata variabel *Internet Financial Reporting* pada perusahaan perbankan adalah sebesar 41,2656 dengan sampel penelitian sebanyak 32 perusahaan. Terdapat 15 perusahaan perbankan yang memiliki nilai *Internet Financial Reporting* diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan perbankan yang memiliki nilai *Internet Financial Reporting* diatas rata – rata adalah sebanyak 46,9 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan perbankan yang nilai *Internet Financial Reporting*nya dibawah rata – rata adalah sebanyak 17 perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan perbankan yang memiliki nilai *Internet Financial Reporting* dibawah rata – rata adalah sebanyak 53,1 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan perbankan yang memiliki skor *Internet Financial Reporting* tertinggi adalah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (BBTN) dengan skor sebesar 59 point. Sedangkan perusahaan perbankan yang memiliki skor *Internet Financial Reporting* terendah adalah Bank Ekonomi Raharja Tbk (BAEK) dengan skor sebesar 12 point.

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai rata – rata variabel *Internet Financial Reporting* pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 33,4148 dengan sampel penelitian sebanyak 88 perusahaan. Terdapat 46 perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *Internet Financial Reporting* diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *Internet Financial Reporting* diatas rata – rata adalah sebesar 52,2 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan manufaktur yang nilai *Internet Financial Reporting*nya dibawah rata – rata adalah sebanyak 42 perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *Internet Financial Reporting* dibawah rata – rata adalah sebesar 47,8 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan manufaktur yang memiliki skor *Internet Financial Reporting* tertinggi adalah PT. Indocement Tunggal Prakasa Tbk (INTP) dengan skor sebesar 58.5 point. Sedangkan perusahaan manufaktur yang memiliki skor *Internet Financial Reporting* terendah adalah PT. Indospring Tbk (INDS) dengan skor sebesar 0 point.

Pengukuran *Internet Financial Reporting* menggunakan Indeks *Internet Financial Reporting* yang dikembangkan oleh Cheng *et al.* (2000) dalam Sasongko Budisusetyo dan Luciana Spica Almilia (2011) dan Luciana Spica Almilia (2008) yang terdiri atas 4 komponen masing-masing diberi bobot sebagai berikut Isi/*Content* sebesar 40 persen, ketepatanwaktuan sebesar 20 persen, pemanfaatan teknologi sebesar 20 persen, dan dukungan pengguna/*user support* sebesar 20 persen. Indeks *Internet Financial Reporting* diukur menggunakan skala



dummy yang dibuat dalam bentuk *checklist*. Deskripsi masing-masing indeks akan dirangkum dalam table berikut:

**Tabel 4.5**  
*Descriptive Indeks Isi/Content*

Isi/Content	Perbankan		Manufaktur	
	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase
1. Banyaknya laporan tahunan/triwulan				
a. Laporan tahunan				
1. Lebih 3 tahun sebelumnya	29	91%	52	59%
2. Hanya 2 tahun terakhir	1	3%	17	19%
3. Hanya satu tahun terakhir	1	3%	5	6%
4. Tidak ada laporan tahunan	1	3%	14	16%
b. Laporan triwulan				
1. Lebih 1 tahun sebelumnya	29	91%	33	38%
2. Hanya 4 triwulan terakhir	1	3%	3	3%
3. Hanya satu triwulan terakhir	0	0%	3	3%
4. Tidak ada laporan triwulan	2	6%	49	56%
2. Informasi keuangan lainnya				
a. Kutipan saham dan grafik	7	22%	20	23%
b. Grafik harga saham	4	13%	21	24%
3. Bahasa				
a. Inggris	26	81%	80	91%
b. Selain bahasa Inggris	30	94%	47	53%
4. Informasi keuangan				
a. Laporan posisi keuangan				
1. PDF dan HTML	1	3%	2	2%
2. PDF	30	94%	74	84%
3. Tidak ada	1	3%	12	14%
b. Laporan kinerja keuangan				
1. PDF dan HTML	0	0%	2	2%
2. PDF	31	97%	74	84%
3. Tidak ada	1	3%	12	14%
c. Laporan arus kas				
1. PDF dan HTML	0	0%	2	2%
2. PDF	31	97%	74	84%
3. Tidak ada	1	3%	12	14%
d. Laporan perubahan ekuitas				
1. PDF dan HTML	0	0%	2	2%
2. PDF	31	97%	74	84%
3. Tidak ada	1	3%	12	14%

Sumber : Dirangkum oleh penulis

**Lanjutan Tabel 4.5**  
*Descriptive Indeks Isi/Content*

Isi/Content	Perbankan		Manufaktur	
	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase
e. Catatan atas laporan keuangan				
1. PDF dan HTML	0	0%	2	2%
2. PDF	31	97%	74	84%
3. Tidak ada	1	3%	12	14%
f. Pengungkapan laporan triwulan terakhir				
1. PDF dan HTML	0	0%	1	1%
2. PDF	30	94%	46	52%
3. Tidak ada	2	6%	41	47%
g. <i>Financial Highlight</i>				
1. PDF dan HTML dan grafik	3	9%	20	23%
2. PDF dan HTML	0	0%	2	2%
3. PDF dan grafik	28	88%	48	55%
4. HTML	0	0%	0	0%
5. HTML dan Grafik	0	0%	1	1%
6. Tidak ada	1	3%	17	19%
h. Laporan pimpinan perusahaan				
1. PDF dan HTML	0	0%	1	1%
2. PDF	31	97%	71	81%
3. Tidak ada	1	3%	16	18%
i. Laporan auditor				
1. PDF dan HTML	0	0%	2	2%
2. PDF	31	97%	72	82%
3. Tidak ada	1	3%	14	16%
j. Informasi pemangku kepentingan				
1. PDF dan HTML	0	0%	0	0%
2. PDF	0	0%	2	2%
3. Tidak ada	32	100%	86	98%
k. Informasi perusahaan				
I. Visi dan misi				
1. PDF dan HTML	27	84%	50	57%
2. PDF	4	13%	22	25%
3. HTML	0	0%	3	3%
4. Tidak ada	1	3%	13	15%
II. Dewan direktur dan komisaris				
1. PDF dan HTML	28	88%	46	52%
2. PDF	3	9%	26	30%
3. HTML	1	3%	2	2%
4. Tidak ada	0	0%	14	16%

Sumber : Dirangkum oleh penulis

Lanjutan Tabel 4.5

*Descriptive Indeks Isi/Content*

Isi/Content	Perbankan		Manufaktur	
	Jumlah	Prosentase		Jumlah
III. Kontak untuk hubungan investor				
1. PDF dan HTML	0	0%	13	15%
2. PDF	0	0%	5	6%
3. HTML	11	34%	20	23%
4. Tidak ada	21	66%	50	57%
I. Tanggung jawab sosial perusahaan				
1. PDF dan HTML	15	47%	29	33%
2. PDF	14	44%	41	47%
3. HTML	0	0%	0	0%
4. Tidak ada	3	9%	18	20%

Sumber : Dirangkum oleh penulis

Hasil deskriptif dijelaskan sebagai berikut:

1. Laporan tahunan/laporan triwulan yang ditunjukkan
  - a. Laporan tahunan

Perusahaan Perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 91 persen atau 29 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan tahunan lebih dari tiga tahun sebelumnya. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan tahunan hanya 2 tahun terakhir saja. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan tahunan hanya satu tahun terakhir. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan laporan tahunan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 59 persen atau 52 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan tahunan lebih dari tiga tahun sebelumnya. 19 persen atau 17 *website* perusahaan

manufaktur yang mengungkapkan laporan tahunan hanya 2 tahun terakhir. 6 persen atau 5 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan tahunan hanya satu tahun terakhir. 16 persen atau 14 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan laporan tahunan.

b. Laporan triwulan

perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 91 persen atau 29 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan triwulan lebih dari satu tahun sebelumnya. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan triwulan hanya empat triwulan terakhir. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan triwulan hanya satu triwulan terakhir. 6 persen atau 2 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan laporan triwulan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 38 persen atau 33 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan triwulan lebih dari satu tahun sebelumnya. 3 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan triwulan hanya empat triwulan terakhir. 3 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan triwulan hanya satu triwulan terakhir. 56 persen atau 49 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan laporan triwulan.

2. Informasi keuangan lainnya

a. Kutipan saham dan grafik harga saham

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 22 persen atau 7 *website* perusahaan perbankan yang menampilkan kutipan saham. Serta 13 persen atau 4 *website* perusahaan perbankan yang menampilkan grafik harga saham.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 23 persen atau 20 *website* perusahaan manufaktur yang menampilkan kutipan saham. Serta 24 persen atau 21 *website* perusahaan manufaktur yang menampilkan grafik harga saham.

### 3. Bahasa yang Digunakan

#### a. Bahasa Inggris

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 81 persen atau 26 *website* perusahaan perbankan yang menggunakan bahasa Inggris. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 91 persen atau 80 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan bahasa Inggris.

#### b. Bahasa lain

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 94 persen atau 30 *website* perusahaan yang menggunakan bahasa lain yaitu bahasa Indonesia. Terdapat 6 persen atau 2 *website* perusahaan perbankan yang tidak menggunakan bahasa lain.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 53 persen atau 47 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan bahasa lain yaitu bahasa Indonesia. 47 persen atau 41 *website* perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan bahasa lain.

d. Informasi Keuangan Perusahaan yang terdiri dari:

a. Laporan posisi keuangan

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan posisi keuangan dalam format PDF dan HTML. 94 persen atau 30 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan posisi keuangan dalam format PDF. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan laporan posisi keuangan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan posisi keuangan dalam format PDF dan HTML. 84 persen atau 74 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan posisi keuangan dalam format PDF. 14 persen atau 12 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan laporan posisi keuangan.

b. Laporan kinerja keuangan

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan kinerja keuangan dalam format PDF dan HTML. 97 persen atau 31 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan kinerja keuangan dalam format PDF. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan laporan kinerja keuangan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan kinerja keuangan dalam format PDF dan HTML. 84 persen atau 74 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan kinerja keuangan dalam format PDF. 14 persen atau 12 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan laporan kinerja keuangan.

c. Laporan arus kas

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan arus kas dalam format PDF dan HTML. 97 persen atau 31 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan arus kas dalam format PDF. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan laporan arus kas.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan arus kas dalam format PDF dan HTML. 84 persen atau 74 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan arus kas dalam format PDF. 14 persen atau 12 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan laporan arus kas.

d. Laporan perubahan ekuitas

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan perubahan ekuitas dalam format PDF dan HTML. 97 persen atau 31

*website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan perubahan ekuitas dalam format PDF. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan laporan perubahan ekuitas.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan perubahan ekuitas dalam format PDF dan HTML. 84 persen atau 74 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan perubahan ekuitas dalam format PDF. 14 persen atau 12 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan laporan perubahan ekuitas.

e. Catatan atas laporan keuangan

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan catatan atas laporan keuangan dalam format PDF dan HTML. 97 persen atau 31 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan catatan atas laporan keuangan dalam format PDF. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan catatan atas laporan keuangan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan catatan atas laporan keuangan dalam format PDF dan HTML. 84 persen atau 74 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan catatan atas laporan keuangan dalam format PDF. 14 persen atau 12 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan catatan atas laporan keuangan.



f. Pengungkapan hasil triwulan

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan hasil triwulan dalam format PDF dan HTML. 94 persen atau 30 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan hasil triwulan dalam format PDF. 6 persen atau 2 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan hasil triwulan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 1 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan hasil triwulan dalam format PDF dan HTML. 52 persen atau 46 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan hasil triwulan dalam format PDF. 47 persen atau 41 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan hasil triwulan.

g. *Financial Highlight*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 9 persen atau 3 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF, HTML dan grafik. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan HTML. 88 persen atau 28 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan grafik. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format HTML. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format HTML dan grafik. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan *financial highlight*.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 23 persen atau 20 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF, HTML dan grafik. 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan HTML. 55 persen atau 48 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format PDF dan grafik. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format HTML. 1 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *financial highlight* dalam format HTML dan grafik. 19 persen atau 17 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan *financial highlight*.

#### h. Laporan pimpinan perusahaan

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang menyajikan laporan pimpinan perusahaan dalam format PDF dan HTML. 97 persen atau 31 *website* perusahaan perbankan yang menyajikan laporan pimpinan perusahaan dalam format PDF. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak menyajikan laporan pimpinan perusahaan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 1 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan pimpinan perusahaan dalam format PDF dan HTML. 81 persen atau 71 *website* perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan pimpinan perusahaan dalam format PDF. 18

persen atau 16 *website* perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan laporan pimpinan perusahaan.

i. Laporan Auditor

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan auditor dalam format PDF dan HTML. 97 persen atau 31 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan laporan auditor dalam format PDF. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan laporan auditor.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan auditor dalam format PDF dan HTML. 82 persen atau 72 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan auditor dalam format PDF. 16 persen atau 14 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan laporan auditor.

j. Informasi pemangku kepentingan

Perusahaan perbankan yang memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan informasi pemangku kepentingan dalam format PDF dan HTML. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan informasi pemangku kepentingan dalam format PDF. 100 persen atau 32 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan informasi pemangku kepentingan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan informasi pemangku kepentingan dalam format PDF dan HTML. 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan informasi pemangku kepentingan dalam format PDF. 98 persen atau 86 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan informasi pemangku kepentingan.

e. Informasi perusahaan

Informasi perusahaan terdiri dari :

a. Visi dan misi

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 84 persen atau 27 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan visi dan misi dalam format PDF dan HTML. 13 persen atau 4 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan visi dan misi dalam format PDF. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan visi dan misi dalam format HTML. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan visi dan misi.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 57 persen atau 50 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan visi dan misi dalam format PDF dan HTML. 25 persen atau 22 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan visi dan misi dalam format PDF. 3 persen atau 3 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan visi dan misi dalam format HTML. 15 persen atau 13 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan visi dan misi.

b. Dewan direktur dan dewan komisaris

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 88 persen atau 28 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan informasi dewan direktur dan dewan komisaris dalam format PDF dan HTML. 9 persen atau 3 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan visi dan misi dalam format PDF. 3 persen atau 1 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan informasi dewan direktur dan dewan komisaris dalam format HTML. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan informasi dewan direktur dan dewan komisaris.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 52 persen atau 46 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan informasi dewan direktur dan dewan komisaris dalam PDF dan HTML. 30 persen atau 26 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan informasi dewan direktur dan dewan komisaris dalam format PDF. 2 persen atau 2 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan informasi dewan direktur dan dewan komisaris dalam format HTML. 16 persen atau 14 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan informasi dewan direktur dan dewan komisaris.

c. Kontak untuk hubungan langsung dengan investor

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang memiliki kontak untuk hubungan dengan investor dalam format PDF dan HTML. 0 persen atau 0 *website* perusahaan perbankan yang memiliki kontak untuk hubungan dengan investor dalam format PDF. 34 persen atau 11 *website* perusahaan perbankan yang

memiliki kontak untuk hubungan dengan investor dalam format HTML. 66 persen atau 21 *website* perusahaan perbankan yang tidak memiliki kontak untuk hubungan dengan investor.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 15 persen atau 13 *website* perusahaan manufaktur yang memiliki kontak untuk hubungan dengan investor dalam format PDF dan HTML. 6 persen atau 5 *website* perusahaan manufaktur yang memiliki kontak untuk hubungan dengan investor dalam format PDF. 23 persen atau 20 *website* perusahaan manufaktur yang memiliki kontak untuk hubungan dengan investor dalam format HTML. 57 persen atau 50 *website* perusahaan manufaktur yang tidak memiliki kontak untuk hubungan dengan investor.

d. Tanggung jawab sosial perusahaan

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 47 persen atau 15 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam format PDF dan HTML. 44 persen atau 14 *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam format PDF. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam format HTML. 9 persen atau 3 *website* perusahaan perbankan yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 33 persen atau 29 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam format PDF dan HTML. 47 persen atau

41 *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam format PDF. 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan manufaktur yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam format HTML. 20 persen atau 18 *website* perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 2. Ketepatanwaktuan (*Timeliness*)

Waktu pelaporan keuangan memiliki kriteria penilaian sebesar 20 persen. Indeks ketepatanwaktuan/*timeliness* dari *Internet Financial Reporting* antara perusahaan perbankan dan perusahaan manufaktur diringkas dalam tabel berikut :

**Tabel 4.6**  
***Descriptive Indeks Timeliness***

<i>Timeliness</i>	Perbankan		Manufaktur	
	Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase
1. Siaran Pers				
a. Eksistensi	28	88%	45	51%
b. Jumlah hari terakhir update				
1. 1 Minggu terakhir	4	13%	3	3%
2. Lebih dari 1 minggu	4	13%	6	7%
3. Lebih dari 1 bulan terakhir	24	75%	79	90%
2. Hasil triwulan terakhir yang belum diaudit				
a. Eksistensi	30	94%	26	30%
b. Laporan telah diaudit	0	0%	1	1%
3. Kutipan saham				
a. Eksistensi	8	25%	26	30%
b. Update dalam berapa hari				
1. 1 minggu terakhir	5	16%	10	11%
2. Lebih dari 1 minggu	3	9%	16	18%
4. visi perusahaan/ <i>tren future</i>				
a. Eksistensi	0	0%	0	0%
b. <i>Proper disclaimer</i>	0	0%	0	0%
c. Grafik	0	0%	0	0%

Sumber : Dirangkum oleh penulis

Hasil deskriptif dijelaskan sebagai berikut:

1. Siaran pers

Siaran pers terdiri dari :

a. Eksistensi dalam melakukan *update* berita

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 88 persen atau 28 *website* perusahaan perbankan yang memiliki eksistensi dalam melakukan *update* berita.

Perusahaan manufaktur yang memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 51 persen atau 45 *website* perusahaan manufaktur yang memiliki eksistensi dalam melakukan *update* berita.

b. Jumlah hari terakhir update berita

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 13 persen atau 4 *website* perusahaan perbankan yang melakukan *update* berita dalam satu minggu terakhir. 13 persen atau 4 *website* perusahaan perbankan yang melakukan *update* berita lebih dari satu minggu terakhir. 75 persen atau 24 *website* perusahaan perbankan yang melakukan *update* berita lebih dari satu bulan terakhir.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 3 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang melakukan *update* berita dalam satu minggu terakhir. 7 persen atau 6 *website* perusahaan manufaktur yang melakukan *update* berita lebih dari satu minggu terakhir. 90 persen atau 79



*website* perusahaan manufaktur yang melakukan *update* berita lebih dari satu bulan terakhir.

## 2. Hasil triwulan terbaru yang belum diaudit

Hasil triwulan terbaru yang belum diaudit terdiri dari :

### a. Eksistensi

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 94 persen atau 30 *website* perusahaan perbankan yang memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan triwulan terbaru.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 30 persen atau 26 *website* perusahaan manufaktur yang memiliki eksistensi dalam mengungkapkan laporan triwulan terbaru.

### b. *Proper disclaimer* (Laporan triwulan yang sudah diaudit)

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang memiliki laporan triwulan yang telah diaudit.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 1 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang memiliki laporan triwulan yang telah diaudit.

## 3. Kutipan saham

Kutipan saham terdiri dari :

### a. Eksistensi dalam memberikan laporan mengenai saham

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 25 persen atau 8 *website* perusahaan perbankan yang memiliki eksistensi dalam memberikan laporan mengenai saham.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 30 persen atau 26 *website* perusahaan manufaktur yang memiliki eksistensi dalam memberikan laporan mengenai saham.

b. *Update* dalam beberapa hari

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 16 persen atau 5 *website* perusahaan perbankan yang melakukan *update* informasi mengenai saham dalam satu minggu terakhir. 9 persen atau 3 *website* perusahaan perbankan yang melakukan *update* informasi mengenai saham lebih dari satu minggu terakhir.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 11 persen atau 10 *website* perusahaan manufaktur yang melakukan *update* informasi mengenai saham dalam satu minggu terakhir. 18 persen atau 16 *website* perusahaan manufaktur yang melakukan *update* informasi mengenai saham lebih dari satu minggu terakhir.

4. Pernyataan visi perusahaan/ pernyataan perkiraan masa depan

Pernyataan perkiraan masa depan terdiri dari :

a. Eksistensi dalam memberikan pernyataan perkiraan masa depan

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada perusahaan perbankan yang eksistensi dalam memberikan pernyataan perkiraan masa depan.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan manufaktur yang eksistensi dalam memberikan pernyataan perkiraan masa depan.

b. *Proper disclaimer*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang pernyataan perkiraan masa depan telah di setujui oleh manajer atau direktur.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan manufaktur yang pernyataan perkiraan masa depan telah di setujui oleh manajer atau direktur.

c. Grafik dari keuntungan di masa depan / perkiraan tren

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang menampilkan grafik dari keuntungan di masa depan/ perkiraan tren.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan manufaktur yang menampilkan grafik dari keuntungan di masa depan/ perkiraan tren.

### 3. Pemanfaatan Teknologi (*techonology*)

Teknologi yang digunakan meliputi item-item yang tidak dapat disediakan oleh laporan tercetak. Indeks *technology* dari *Internet Financial Reporting* antara perusahaan perbankan dan perusahaan manufaktur diringkas dalam tabel berikut :

**Tabel 4.7**  
***Descriptive Indeks Technology***

<i>Technology</i>	<b>Perbankan</b>		<b>Manufaktur</b>	
	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
1. <i>Download plug-in</i>	0	0%	1	1%
2. <i>Online feedback and support</i>	2	6%	42	48%
3. Slide presentasi	8	25%	3	3%
4. Teknologi multimedia	7	22%	17	19%
5. Alat analisis	3	9%	0	0%
6. Fitur canggih (XBRL)	0	0%	0	0%

Sumber : Dirangkum oleh penulis

Hasil deskriptif dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. *Download plug-in*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi *download plug-in*. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 1 persen atau 1 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi *download plug-in*.

## 2. *Online feedback and support*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 6 persen atau 2 perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi *Online feedback and support*. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 48 persen atau 42 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi *Online feedback and support*.

## 3. *Slide presentasi*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 25 persen atau 8 *website* perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi *slide presentasi*. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 3 persen atau 3 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi *slide presentasi*.

## 4. Teknologi multimedia

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 22 persen atau 7 *website* perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi multimedia. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 19 persen atau 17 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi multimedia.

## 5. Alat analisis

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 9 persen atau 3 *website* perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi alat

analisis. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi alat analisis.

#### 6. Fitur Canggih (XBRL)

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi XBRL. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi XBRL.

#### 4. Fasilitas pendukung web (*user support*)

Indeks *user support* dari *internet financial reporting* antara perusahaan perbankan dan perusahaan manufaktur diringkas dalam tabel berikut :

**Tabel 4.8**  
*Descriptive Indeks User Support*

<i>User Support</i>	<b>Perbankan</b>		<b>Manufaktur</b>	
	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
1. <i>Help dan FAQ</i>	6	19%	10	11%
2. Link ke halaman utama	32	100%	79	90%
3. Link ke atas	0	0%	5	6%
4. <i>Sitemap</i>	23	72%	26	30%
5. <i>Site search</i>	19	59%	47	53%
6. Konsistensi design <i>website</i>	32	100%	85	97%
7. Banyaknya klik untuk mendapatkan informasi keuangan				
a. $\leq 2$ klik	26	81%	54	61%
b. $> 2$ klik	6	19%	34	39%

Sumber : Dirangkum oleh penulis

Hasil deskriptif dijelaskan sebagai berikut:

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

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 19 persen atau 6 *website* perusahaan perbankan menggunakan teknologi *Help* dan *Frequently Asked Question (FAQ)*. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 11 persen atau 10 *website* perusahaan manufaktur menggunakan teknologi *Help* dan *Frequently Asked Question (FAQ)*.

2. *Link ke halaman utama*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 100 persen atau 32 *website* perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi *link* ke halaman utama. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 90 persen atau 79 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi *link* ke halaman utama.

3. *Link ke atas*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 0 persen atau tidak ada *website* perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi *link* ke atas. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 6 persen atau 5 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi *link* ke atas.

4. *Situs peta (site map)*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 72 persen atau 23 perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi *sitemap*.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 30 persen atau 26 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi *sitemap*.

5. Situs pencari (*Site Search*)

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 59 persen atau 19 *website* perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi *site search*. Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 53 persen atau 47 *website* perusahaan manufaktur yang menggunakan teknologi *site search*.

6. Konsistensi dari *design* halaman *website*

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 100 persen atau 32 perusahaan perbankan yang konsisten dalam *design website*. Perusahaan manufaktur yang memiliki total sampel 88 perusahaan sebesar 97 persen atau 85 *website* perusahaan manufaktur yang konsisten dalam *design website*.

7. Banyaknya *click* untuk mendapatkan informasi keuangan

Perusahaan perbankan memiliki total sampel 32 perusahaan, sebesar 81 persen atau 26 perusahaan perbankan yang banyaknya *click* untuk mendapatkan informasi keuangan sebanyak 2. 19 persen atau 6 *website* perusahaan perbankan yang banyaknya *click* untuk mendapatkan informasi keuangan sebanyak lebih dari 2.

Perusahaan manufaktur memiliki total sampel 88 perusahaan, sebesar 61 persen atau 54 *website* perusahaan manufaktur yang banyaknya *click* untuk mendapatkan informasi keuangan sebanyak 2. 39 persen atau 34 *website*



perusahaan manufaktur yang banyaknya *click* untuk mendapatkan informasi keuangan sebanyak lebih dari 2.

## 5. Harga Saham

Definisi saham menurut Eduardus Tandelilin (2010 : 32) merupakan sertifikat yang menunjukkan bukti kepemilikan suatu perusahaan. Sebagai pemilik, pemegang saham suatu perusahaan mempunyai hak suara proporsional pada berbagai keputusan penting perusahaan serta memiliki hak klaim atas penghasilan dan aktiva perusahaan. Harga saham dibursa efek dipengaruhi oleh banyaknya permintaan dan penawaran terhadap suatu saham. Pada saat permintaan saham meningkat maka harga saham tersebut cenderung akan meningkat. Sebaliknya apabila banyak orang yang menjual saham tersebut maka harga saham akan cenderung menurun. Berdasarkan informasi tersebut harga saham dapat didefinisikan sebagai harga suatu saham yang dimiliki oleh perusahaan pada bursa perdagangan saham pada saat tertentu yang nilainya dipengaruhi oleh tingkat permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar saham.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk variabel harga saham pada perusahaan perbankan adalah sebesar 1.719,97 dengan sampel penelitian sebanyak 32 perusahaan perbankan. Terdapat 12 perusahaan perbankan yang memiliki nilai harga saham diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan perbankan yang memiliki nilai harga saham diatas rata – rata adalah sebesar 37,5 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan perbankan yang nilai harga sahamnya dibawah rata – rata adalah sebanyak 20

perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan perbankan yang memiliki nilai harga saham dibawah rata – rata adalah sebesar 62,5 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan perbankan yang memiliki nilai harga saham tertinggi adalah Bank Central Asia Tbk (BBCA) dengan nilai harga saham sebesar 9.600 rupiah. Sedangkan perusahaan perbankan yang memiliki nilai harga saham terendah adalah Bank Mutiara Tbk (BCIC) dengan nilai harga saham sebesar 50 rupiah.

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk variabel harga saham pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 24.226,55 dengan sampel penelitian sebanyak 88 perusahaan. Terdapat 7 perusahaan manufaktur yang memiliki nilai harga saham diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan manufaktur yang memiliki nilai harga saham diatas rata – rata adalah sebanyak 7,95 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan manufaktur yang nilai harga sahamnya dibawah rata – rata adalah sebanyak 81 perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan manufaktur yang memiliki nilai harga saham dibawah rata – rata adalah sebanyak 92,05 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan manufaktur yang memiliki nilai harga saham tertinggi adalah PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dengan nilai harga saham sebesar 1.200.000 rupiah. Sedangkan perusahaan manufaktur yang memiliki nilai harga saham terendah adalah PT. Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk (KBRI) dengan nilai harga saham sebesar 50 rupiah.

## 6. *Return Saham*

Definisi *Return* menurut Eduardus Tandelilin (2010 : 51) merupakan imbalan baik keuntungan maupun kerugian atas investasi yang telah dilakukan oleh seorang investor. Berdasarkan informasi tersebut *return* saham dapat didefinisikan sebagai tingkat keuntungan ataupun kerugian yang diperoleh investor atas investasi yang dilakukannya di pasar modal dalam bentuk saham.

Apabila investasi yang dilakukan dalam bentuk saham, maka terdapat dua bentuk *return* saham yang akan diperoleh. Pertama, dalam bentuk tunai yaitu dalam bentuk deviden tunai yang diberikan oleh perusahaan kepada pemegang saham. Kedua, dalam bentuk *capital gain* atau *capital loss* yaitu peningkatan ataupun penurunan harga saham.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk variabel *return* saham pada perusahaan perbankan adalah sebesar -0.0958 dengan sampel penelitian sebanyak 32 perusahaan. Terdapat 15 perusahaan perbankan yang memiliki nilai *return* saham diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan perbankan yang memiliki nilai *return* saham diatas rata – rata adalah sebesar 46,9 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan perbankan yang nilai *return* sahamnya dibawah rata – rata adalah sebanyak 17 perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase, jumlah perusahaan perbankan yang memiliki nilai *return* saham dibawah rata – rata adalah sebesar 53,1 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan perbankan yang memiliki nilai *return* saham tertinggi adalah Bank Ekonomi Raharja Tbk (BAEK) dengan nilai *return* saham

sebesar 0,7000. Sedangkan perusahaan perbankan yang memiliki nilai *return* saham terendah adalah PT. Bank of India Indonesia (BSWD) dengan nilai *return* saham sebesar -0,5833.

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk variabel *return* saham pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 0,0258 dengan sampel penelitian sebanyak 88 perusahaan. Terdapat 35 perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *return* saham diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *return* saham diatas rata – rata adalah sebesar 39,8 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan manufaktur yang nilai *return* sahamnya dibawah rata – rata adalah sebanyak 53 perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *return* saham dibawah rata – rata adalah sebesar 60,2 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *return* saham tertinggi adalah PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) dengan nilai *return* saham sebesar 2,3835. Sedangkan perusahaan manufaktur yang memiliki nilai *return* saham terendah adalah PT. Sepatu Bata Tbk (BATA) dengan nilai *return* saham sebesar -0,9823.

## **7. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan suatu keadaan yang telah dicapai oleh perusahaan yang merupakan cerminan dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat dicapai setelah perusahaan melalui berbagai macam proses kegiatan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat

tersebut. Nilai perusahaan mencerminkan kesejahteraan pemegang saham dan akan diikuti oleh peningkatan harga saham apabila nilai kesejahteraan pemegang saham tinggi (Eka Ratna Maryati, 2014). Berdasarkan informasi tersebut, nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi pada saat perusahaan dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham jika harga saham perusahaan tersebut meningkat.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk variabel nilai perusahaan pada perusahaan perbankan adalah sebesar 1,1182 dengan sampel penelitian sebanyak 32 perusahaan. Terdapat 8 perusahaan perbankan yang memiliki nilai perusahaan diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan perbankan yang memiliki nilai perusahaan diatas rata – rata adalah sebesar 25 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan perbankan yang nilai perusahaannya dibawah rata – rata adalah sebanyak 24 perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan perbankan yang memiliki nilai perusahaan dibawah rata – rata adalah sebanyak 75 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan perbankan yang memiliki nilai perusahaan tertinggi adalah Bank Mutiara Tbk (BCIC) dengan nilai perusahaan sebesar 3,2254. Sedangkan perusahaan perbankan yang memiliki nilai perusahaan terendah adalah Bank Artha Graha Internasional (INPC) dengan nilai perusahaan sebesar 0,9329.

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk variabel nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 2,0409 dengan sampel penelitian sebanyak 88 perusahaan. Terdapat 22 perusahaan manufaktur yang memiliki nilai perusahaan diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase,

perusahaan manufaktur yang memiliki nilai perusahaan diatas rata – rata adalah sebesar 25 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan manufaktur yang nilai perusahaannya dibawah rata – rata adalah sebanyak 66 perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan manufaktur yang memiliki nilai perusahaan dibawah rata – rata adalah sebanyak 75 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan manufaktur yang memiliki nilai perusahaan tertinggi adalah PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan nilai perusahaan sebesar 15,5432. Sedangkan perusahaan manufaktur yang memiliki nilai perusahaan terendah adalah PT. Intanwijaya Internasional Tbk (INCI) dengan nilai perusahaan sebesar 0,3930.

## **8. Profitabilitas**

Definisi Profitabilitas menurut Sofyan Syafri Harahap (2007 : 304) adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya. Indri Kartika dan Apsarida Mila Puspa (2013) berpendapat bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki insentif untuk lebih banyak melakukan investasi di masa mendatang sehingga lebih terjamin keberlangsungan dari perusahaan. Menurut Luciana Spica Almilia (2008) *Return On Aset (ROA)* merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atas sejumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Berdasarkan informasi tersebut profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kinerja perusahaan dalam

menghasilkan keuntungan dalam bentuk laba dengan menggunakan aktiva atau kekayaan yang dimilikinya.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk variabel profitabilitas pada perusahaan perbankan adalah sebesar 0,0121 dengan sampel penelitian sebanyak 32 perusahaan. Terdapat 17 perusahaan perbankan yang memiliki nilai profitabilitas diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan perbankan yang memiliki nilai profitabilitas diatas rata – rata adalah sebanyak 53,1 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan perbankan yang nilai profitabilitasnya dibawah rata – rata adalah sebanyak 15 perusahaan. Jika dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan perbankan yang memiliki nilai profitabilitas dibawah rata – rata adalah sebanyak 46,9 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan perbankan yang memiliki nilai profitabilitas tertinggi adalah Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BBRI) dengan nilai profitabilitas sebesar 0,0341. Sedangkan perusahaan perbankan yang memiliki nilai profitabilitas terendah adalah Bank Mutiara Tbk (BCIC) dengan nilai profitabilitas sebesar -0,0779.

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai rata – rata untuk variabel profitabilitas pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 0,0602 dengan sampel penelitian sebanyak 88 perusahaan. Terdapat 38 perusahaan manufaktur yang memiliki profitabilitas diatas rata – rata. Jika dinyatakan dalam prosentase, perusahaan manufaktur yang memiliki profitabilitas diatas rata – rata adalah sebesar 43,2 persen dari total sampel yang ada. Sedangkan perusahaan manufaktur yang profitabilitasnya dibawah rata – rata adalah sebanyak 50 perusahaan. Jika

dinyatakan dalam prosentase jumlah perusahaan manufaktur yang memiliki profitabilitas dibawah rata – rata adalah sebanyak 56,8 persen dari total sampel yang ada. Perusahaan manufaktur yang memiliki profitabilitas tertinggi adalah PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dengan profitabilitas sebesar 0,6572. Sedangkan perusahaan manufaktur yang memiliki profitabilitas terendah adalah PT. Tirta Mahakam Resources Tbk (TIRT) dengan profitabilitas sebesar -0,1907.

#### **4.2.2 Uji Normalitas**

Pada tahap pertama dalam pengujian hipotesis ini, dilakukan uji normalitas data. Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov Test*, yaitu apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05 berarti data terdistribusi secara normal, sedangkan apabila nilai signifikansi kurang dari sama dengan 0.05 berarti data tidak terdistribusi secara normal.

Uji ini dilakukan untuk semua variabel yakni *Internet Financial Reporting*, Harga Saham, *return* saham, nilai perusahaan dan profitabilitas. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov Test* pada program komputer menggunakan *software IBM SPSS Statistics 16*, maka diperoleh hasil seperti di bawah ini :



**Tabel 4.9**  
***Uji Normalitas Perusahaan Perbankan***

	IFR_Bank	Harga_Saham	Return_Saham	Nilai_Perusahaan	Profitabilitas
N	32	32	32	32	32
Kolmogorov-Smirnov Z	.463	1.483	.941	1.813	1.793
Asymp. Sig. (2-tailed)	.983	.025	.339	.003	.003

**Sumber : Lampiran 9**

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 32 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada indeks *internet financial reporting* perusahaan perbankan adalah 0,463 dan berada pada signifikansi 0,983. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,983 yang mana lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji *Independent sample test*.

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 32 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel harga saham perusahaan perbankan adalah 1,483 dan berada pada signifikansi 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi tidak normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,025 yang mana lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji beda non parametrik yaitu *Mann-Whitney U-test*.

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 32 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel *return* saham perusahaan perbankan adalah 0,941 dan berada pada signifikansi 0,339. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,339

yang mana lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji *Independent sample test*.

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 32 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel nilai perusahaan perbankan adalah 1,813 dan berada pada signifikansi 0,003. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi tidak normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,003 yang mana lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji beda non parametrik yaitu *Mann-Whitney U-test*.

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 32 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel profitabilitas perusahaan perbankan adalah 1,793 dan berada pada signifikansi 0,003. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi tidak normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,003 yang mana lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji beda non parametrik yaitu *Mann-Whitney U-test*.

**Tabel 4.10**

***Uji Normalitas Perusahaan Manufaktur***

	IFR_Manfctr	Harga_Saham	Return_Saham	Nilai_Perusahaan	Profitabilitas
N	88	88	88	88	88
Kolmogorov-Smirnov Z	.729	1.986	1.167	2.559	1.595
Asymp. Sig. (2-tailed)	.663	.001	.131	.000	.012

**Sumber : Lampiran 9**

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 88 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada indeks *internet financial reporting* perusahaan manufaktur adalah 0,729 dan berada pada signifikansi 0,663. Hal ini menunjukkan

bahwa data terdistribusi normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,663 yang mana lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji *Independent sample test*.

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 88 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel harga saham perusahaan manufaktur adalah 1,986 dan berada pada signifikansi 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi tidak normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,001 yang mana lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji beda non parametrik yaitu *Mann-Whitney U-test*.

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 88 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel *return* saham perusahaan manufaktur adalah 1,167 dan berada pada signifikansi 0,131. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,131 yang mana lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji *Independent sample test*.

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 88 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel nilai perusahaan manufaktur adalah 2,559 dan berada pada signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi tidak normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji beda non parametrik yaitu *Mann-Whitney U-test*.

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel 88 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel profitabilitas perusahaan manufaktur

adalah 1,595 dan berada pada signifikansi 0,012. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi tidak normal karena nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,012 yang mana lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ), maka uji beda yang digunakan adalah uji beda non parametrik yaitu *Mann-Whitney U-test*.

### 4.2.3 Uji Beda *Independent Sample Test*

Uji beda *independent sample test* digunakan untuk data yang berdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat satu variabel yang datanya terdistribusi secara normal untuk selanjutnya diuji dengan pengujian ini. Variabel tersebut adalah variabel *return* saham. Berdasarkan hasil uji *Independent Sample Test* pada program komputer menggunakan *software IBM SPSS Statistics 16*, maka diperoleh hasil seperti di bawah ini :

**Tabel 4.11**

#### ***Uji Independent Sample Test Perusahaan Perbankan***

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Return_Saham	2.621	.116	-.285	30	.777	-.02605	.09133	-.21258	.16048
			-.296	24.546	.770	-.02605	.08798	-.20742	.15531

Sumber : Lampiran 10

Tabel 4.11 merupakan output olah data untuk variable *return* saham pada perusahaan perbankan yang menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 2,621 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,116. Hal ini menunjukkan bahwa varians antara *return* saham perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* tinggi dan perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* rendah tidak ada perbedaan karena nilai signifikansi lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar -0,285 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,777. Hal ini menunjukkan bahwa *return* saham perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* tinggi tidak ada perbedaan dengan *return* saham perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* rendah karena nilai signifikansi lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

Tabel 4.12

*Uji Independent Sample Test Perusahaan Manufaktur*

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Return_Saham	Equal variances assumed	5.462	.022	-.947	86	.346	-.09426	.09955	-.29217	.10364
	Equal variances not assumed			-.926	64.782	.358	-.09426	.10183	-.29765	.10912

Sumber : Lampiran 10

Tabel 4.12 merupakan output olah data untuk variable *return* saham pada perusahaan manufaktur yang menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 5,462 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,022. Hal ini menunjukkan bahwa varians antara *return* saham perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* tinggi dan perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* rendah terdapat perbedaan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar -0,926 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,358. Hal ini menunjukkan bahwa *return* saham perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* tinggi tidak ada perbedaan dengan *return* saham perusahaan manufaktur yang memiliki

*internet financial reporting* rendah karena nilai signifikansi lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

#### 4.2.4 Uji Mann-Whitney U-test

Uji *Mann-Whitney U-test* digunakan untuk data yang tidak terdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat tiga variabel yang datanya tidak terdistribusi secara normal untuk selanjutnya diuji dengan pengujian ini. Variabel tersebut adalah variabel harga saham, nilai perusahaan dan profitabilitas. Berdasarkan hasil uji *Mann-Whitney U-test* pada program komputer menggunakan *software IBM SPSS Statistics 16*, maka diperoleh hasil seperti di bawah ini :

**Tabel 4.13**

#### ***Uji Mann-Whitney U-test Perusahaan Perbankan***

	Harga_Saham	Nilai_Perusahaan	Profitabilitas
Mann-Whitney U	66.500	108.000	66.000
Wilcoxon W	219.500	261.000	219.000
Z	-2.304	-.736	-2.323
Asymp. Sig. (2-tailed)	.021	.462	.020

Sumber : Lampiran 11

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *Mann-Whitney U-test* untuk variable harga saham pada perusahaan perbankan adalah sebesar 66,5 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,021. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan harga saham antara perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial*

*reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* rendah karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *Mann-Whitney U-test* untuk variable nilai perusahaan pada perusahaan perbankan adalah sebesar 108 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,462. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* rendah karena nilai signifikansi lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *Mann-Whitney U-test* untuk variable profitabilitas pada perusahaan perbankan adalah sebesar 66 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,020. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan profitabilitas antara perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *internet financial reporting* rendah karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

**Tabel 4.14**

***Uji Mann-Whitney U-test Perusahaan Manufaktur***

	Harga_Saham	Nilai_Perusahaan	Profitabilitas
Mann-Whitney U	953.000	663.000	721.500
Wilcoxon W	2034.000	1566.000	1624.500
Z	-.109	-2.531	-2.043
Asymp. Sig. (2-tailed)	.913	.011	.041

Sumber : Lampiran 11



Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *Mann-Whitney U-test* untuk variable harga saham pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 953 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,913. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan harga saham antara perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* rendah karena nilai signifikansi lebih besar dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *Mann-Whitney U-test* untuk variable nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 663 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* rendah karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *Mann-Whitney U-test* untuk variable profitabilitas pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 721,5 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,041. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan profitabilitas antara perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *internet financial reporting* rendah karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5 persen atau ( $\alpha = 0,05$ ).

#### 4.4 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan harga saham, *return* saham, nilai perusahaan, dan profitabilitas pada perusahaan manufaktur dan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur dan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan perbankan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia serta memiliki *website* untuk memberikan informasi baik keuangan maupun non keuangan selama periode tahun 2013. Setelah dilakukan penyaringan berdasarkan kriteria *purposive sampling* yang telah ditentukan, terdapat 32 perusahaan perbankan dan 88 perusahaan manufaktur yang digunakan sebagai sampel untuk penelitian ini.

Hasil output uji statistik dan analisis deskriptif menunjukkan bahwa pada perusahaan perbankan terdapat perbedaan harga saham dan profitabilitas antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Sedangkan *return* saham dan nilai perusahaan pada perusahaan perbankan menunjukkan tidak terdapat perbedaan antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah.

Hasil output uji statistik dan analisis deskriptif menunjukkan bahwa pada perusahaan manufaktur terdapat perbedaan nilai perusahaan dan profitabilitas antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial*

*Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Sedangkan *return* saham dan harga saham pada perusahaan manufaktur menunjukkan tidak terdapat perbedaan antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah.

### 1. Harga saham

Hasil output uji hipotesis pada table 4.14 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan harga saham antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Artinya hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang dirumuskan dalam penelitian ini ditolak. Hal tersebut terbukti dari perhitungan uji *Mann-Whitney U-Test* yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,913.

Hasil output uji hipotesis pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan harga saham antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Artinya hipotesis kelima ( $H_5$ ) yang dirumuskan dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut terbukti dari perhitungan uji *Mann-Whitney U-Test* yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,021.

Hasil perhitungan dari kedua sektor tersebut memiliki perbedaan kesimpulan yaitu pada perusahaan manufaktur harga saham disimpulkan tidak

memiliki perbedaan sedangkan pada perusahaan perbankan harga saham disimpulkan memiliki perbedaan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan perbankan memiliki tingkat sensitifitas terhadap klien yang cukup besar jadi pemberian informasi yang cukup lengkap dengan menggunakan media *Internet Financial Reporting* dapat membantu perusahaan perbankan dalam meningkatkan kepercayaan investor dan nasabah. Sedangkan pada perusahaan manufaktur tingkat sensitifitas terhadap pelanggan dan investor tidak sebesar perusahaan perbankan. Oleh karena itu, pada perusahaan manufaktur belum memanfaatkan penggunaan *Internet Financial Reporting* dengan maksimal.

**Tabel 4.15**

**Rangkuman Analisis Deskriptif Variabel Harga Saham**

	Rata – rata Harga Saham	
	Perusahaan Manufaktur	Perusahaan Perbankan
<i>Internet Financial Reporting</i> tinggi	10.657,96	2.642
<i>Internet Financial Reporting</i> rendah	39.087,38	906,41

Sumber : dirangkum oleh penulis

Tabel 4.15 diatas dapat memberikan gambaran bahwa perbedaan yang didapatkan dari pengujian hipotesis tersebut dikarenakan adanya perbedaan rata – rata harga saham pada perusahaan manufaktur dan perusahaan perbankan yang mana pada perusahaan manufaktur apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan tinggi, menghasilkan rata – rata harga saham yang semakin sedikit yaitu sebesar 10.657,96 rupiah sebaliknya apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan rendah, menghasilkan rata – rata harga

saham yang semakin banyak yaitu sebesar 39.087,38 rupiah. Jadi terdapat hubungan yang terbalik antara *Internet Financial Reporting* dengan harga saham pada perusahaan manufaktur sehingga menyebabkan tidak terdapat perbedaan harga saham antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Sedangkan pada perusahaan perbankan terdapat hubungan yang searah antar *Internet Financial Reporting* dan harga saham pada perusahaan perbankan. Apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan tinggi, menghasilkan rata – rata harga saham yang semakin banyak yaitu sebesar 2.642 rupiah sedangkan apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan rendah, menghasilkan rata – rata harga saham yang semakin sedikit yaitu sebesar 906,41 rupiah. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara rata-rata harga saham pada perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah sehingga menyebabkan terdapat perbedaan harga saham antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah.

## **2. Return saham**

Hasil output uji hipotesis pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan *return* saham antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Artinya hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang dirumuskan dalam penelitian ini ditolak. Hal tersebut terbukti dari perhitungan uji

*Independent Sample Test* yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,358.

Hasil output uji hipotesis pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan *return* saham antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Artinya hipotesis keenam ( $H_6$ ) yang dirumuskan dalam penelitian ini ditolak. Hal tersebut terbukti dari perhitungan uji *Independent Sample Test* yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,777.

Teori pasar modal efisien menyatakan bahwa harga sekuritas akan berfluktuasi seiring dengan munculnya informasi baru yang relevan dengan sekuritas. Hal tersebut sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa pada dasarnya laporan keuangan digunakan oleh perusahaan untuk memberikan sinyal baik negative maupun positif kepada pihak luar khususnya investor untuk mengambil keputusan investasinya. Semakin cepat informasi terdistribusi maka investornya akan semakin cepat bereaksi terhadap informasi tersebut. Sehingga akan menyebabkan berfluktuasinya harga saham yang akan mempengaruhi *return* saham.

Tidak adanya perbedaan *return* saham pada perusahaan manufaktur dan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur dan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah diduga terjadi karena harga saham sekarang nilainya lebih kecil

daripada harga saham periode lalu, sehingga akan menyebabkan *return* saham yang lebih rendah bahkan cenderung tetap. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Ratna Maryati (2014) yang menemukan bahwa *Internet Financial Reporting* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap *return* saham.

**Tabel 4.16**  
**Rangkuman Analisis Deskriptif Variabel *Return* Saham**

	Rata – rata <i>Return</i> Saham	
	Perusahaan Manufaktur	Perusahaan Perbankan
<i>Internet Financial Reporting</i> tinggi	-0,0191	-0,1095
<i>Internet Financial Reporting</i> rendah	0,0751	-0,0835

Sumber : dirangkum oleh penulis

Tabel 4.16 diatas dapat memberikan gambaran bahwa hasil pengujian hipotesis yang menyimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *return* saham antara perusahaan manufaktur dan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur dan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah tersebut dikarenakan adanya hasil rata – rata *return* saham yang bernilai negative. Hal tersebut menandakan bahwa harga saham sekarang lebih kecil dibandingkan dengan harga saham sebelumnya sehingga menghasilkan *return* saham yang bernilai negative. Selain itu, dapat dilihat bahwa pada masing – masing perusahaan memiliki hubungan yang terbalik antara *Internet Financial Reporting* dan *return* saham, yaitu pada perusahaan manufaktur dan perbankan apabila *Internet Financial Reporting* tinggi menghasilkan rata-rata *return* saham yang sedikit yaitu sebesar -0,0191 untuk

perusahaan manufaktur dan -0,1095 untuk perusahaan perbankan sebaliknya jika *Internet Financial Reporting* rendah menghasilkan rata-rata *return* saham yang banyak yaitu sebesar 0,0751 untuk perusahaan manufaktur dan -0,0835 untuk perusahaan perbankan.

### 3. Nilai perusahaan

Hasil output uji hipotesis pada table 4.14 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Artinya hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang dirumuskan dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut terbukti dari perhitungan uji *Mann-Whitney U-Test* yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,011.

Hasil output uji hipotesis pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Artinya hipotesis ketujuh ( $H_7$ ) yang dirumuskan dalam penelitian ini ditolak. Hal tersebut terbukti dari perhitungan uji *Mann-Whitney U-Test* yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,462.

Nilai perusahaan pada perusahaan perbankan tidak berbeda karena nilai perusahaan merupakan cerminan dari kepercayaan masyarakat terhadap



perusahaan tersebut. Dan kepercayaan masyarakat pada perusahaan perbankan dapat diperoleh dari suatu proses yang cukup panjang mengingat bahwa perusahaan perbankan focus utamanya adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Sehingga tinggi atau rendahnya *Internet Financial Reporting* perusahaan perbankan tidak menyebabkan perbedaan nilai perusahaan yang cukup signifikan. Karena kepuasan pelanggan dinilai dari pelayanannya.

Hasil uji pada perusahaan manufaktur nilai perusahaan memiliki perbedaan karena nilai perusahaan merupakan cerminan dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Pada perusahaan manufaktur focus utama untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat adalah terletak pada produk yang diproduksi. Sehingga peran *Internet Financial Reporting* menjadi utama karena dengan menggunakan media tersebut perusahaan dapat memberikan informasi sebanyak – banyaknya kepada masyarakat tentang produk yang dimilikinya.

**Tabel 4.17**

**Rangkuman Analisis Deskriptif Variabel Nilai Perusahaan**

	Rata – rata Nilai Perusahaan	
	Perusahaan Manufaktur	Perusahaan Perbankan
<i>Internet Financial Reporting</i> tinggi	2,2526	1,0594
<i>Internet Financial Reporting</i> rendah	1,8089	1,1700

Sumber : dirangkum oleh penulis

Tabel 4.17 diatas dapat memberikan gambaran bahwa perbedaan yang didapatkan dari pengujian hipotesis tersebut dikarenakan adanya perbedaan rata – rata nilai perusahaan yang mana pada perusahaan manufaktur apabila tingkat

*Internet Financial Reporting* suatu perusahaan tinggi, menghasilkan rata – rata nilai perusahaan yang semakin banyak yaitu sebesar 2,2526 dan apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan rendah, menghasilkan rata – rata nilai perusahaan yang semakin sedikit yaitu sebesar 1,8089. Jadi terdapat hubungan yang searah antara *Internet Financial Reporting* dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sehingga menyebabkan terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah.

Pada perusahaan perbankan terdapat hubungan yang berbalik antara *Internet Financial Reporting* dan harga saham pada perusahaan perbankan. Apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan tinggi, menghasilkan rata – rata nilai perusahaan yang semakin sedikit yaitu sebesar 1,0594 sedangkan apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan rendah, menghasilkan rata – rata nilai perusahaan yang semakin banyak yaitu sebesar 1,1700. Sehingga menyebabkan tidak terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah.

#### **4. Profitabilitas**

Hasil output uji hipotesis pada table 4.14 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan profitabilitas antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet*

*Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Artinya hipotesis keempat ( $H_4$ ) yang dirumuskan dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut terbukti dari perhitungan uji *Mann-Whitney U-Test* yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,041.

Hasil output uji hipotesis pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan profitabilitas antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah. Artinya hipotesis kedelapan ( $H_8$ ) yang dirumuskan dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut terbukti dari perhitungan uji *Mann-Whitney U-Test* yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,020.

Penelitian ini menggunakan ROA untuk mengukur variabel profitabilitas. ROA merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atas sejumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi ROA berarti kinerja perusahaan dalam memperoleh laba semakin baik karena tingkat pengembalian modal investor akan semakin besar. Atas kinerja yang dicapai tersebut maka manajemen akan cenderung meningkatkan informasi ketika terdapat peningkatan profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indri Kartika dan Apsarida Mila Puspa (2013) yang menemukan bahwa *Internet Financial Reporting* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Serta penelitian yang dilakukan oleh Luciana Spica Almilia (2008) yang menemukan bahwa kenaikan ROA perusahaan maka

akan berdampak pada kenaikan indeks *Internet Financial and Sustainability Reporting*.

**Tabel 4.18**  
**Rangkuman Analisis Deskriptif Variabel Profitabilitas**

	Rata – rata Profitabilitas	
	Perusahaan Manufaktur	Perusahaan Perbankan
<i>Internet Financial Reporting</i> tinggi	0,0735	0,0181
<i>Internet Financial Reporting</i> rendah	0,0456	0,0067

Sumber : dirangkum oleh penulis

Tabel 4.18 diatas dapat memberikan gambaran bahwa pada perusahaan manufaktur apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan tinggi, menghasilkan rata – rata profitabilitas yang semakin banyak yaitu sebesar 0,0735 dan apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan rendah, menghasilkan rata – rata profitabilitas yang semakin sedikit yaitu sebesar 0,0456. Jadi terdapat hubungan yang searah antara *Internet Financial Reporting* dengan profitabilitas pada perusahaan manufaktur sehingga menyebabkan terdapat perbedaan profitabilitas antara perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan manufaktur yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah.

Tabel 4.18 diatas dapat memberikan gambaran bahwa pada perusahaan perbankan apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan tinggi, menghasilkan rata – rata profitabilitas yang semakin banyak yaitu sebesar 0,0181 dan apabila tingkat *Internet Financial Reporting* suatu perusahaan rendah,

menghasilkan rata – rata profitabilitas yang semakin sedikit yaitu sebesar 0,0067. Jadi terdapat hubungan yang searah antara *Internet Financial Reporting* dengan profitabilitas pada perusahaan perbankan sehingga menyebabkan terdapat perbedaan profitabilitas antara perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* tinggi dengan perusahaan perbankan yang memiliki *Internet Financial Reporting* rendah.