

Aksesibilitas *website* dan reputasi *online marketplace* reksadana

Hanny Hafiar¹, Priyo Subekti², Yanti Setianti³, Kholidil Amin⁴

Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

ABSTRAK

Marketplace reksadana *online* mempermudah masyarakat yang memiliki minat untuk melakukan investasi. *Marketplace* reksadana *online* menawarkan serta menjual produk reksadana kepada masyarakat yang menjadi target sasarannya melalui *digital platform*. Terdapat sejumlah informasi terkait investasi pada setiap *website marketplace* reksadana *online*. Informasi tersebut sangat penting untuk diketahui oleh para investor dan calon investor dari berbagai kalangan, termasuk para investor dan calon investor dari kalangan penyandang disabilitas. Hambatan aksesibilitas terhadap informasi yang terkandung dalam *website* akan memberikan hambatan tertentu bagi penyandang disabilitas untuk berpartisipasi dalam dunia investasi. Sejumlah literatur menunjukkan keterkaitan antara aksesibilitas dengan reputasi. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi terhadap sejumlah *website marketplace* reksadana *online* dari aspek aksesibilitas dan reputasi *online*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan melakukan evaluasi. Alat evaluasi aksesibilitas yang digunakan adalah aXe Devtools, dengan menggunakan WCAG 2.0 sebagai standar. Sedangkan untuk evaluasi reputasi *online* dilakukan melalui pengecekan skor *Search Engine Optimization* (SEO) dengan menggunakan alat *Lighthouse Report Review* dan *SEO Site Checkup*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *website marketplace* reksadana *online* yang diteliti pada penelitian ini masih memiliki sejumlah isu aksesibilitas yang dapat menghambat aksesibilitas informasi bagi penggunaannya, termasuk dari kalangan penyandang disabilitas. Sedangkan hasil pengecekan skor SEO menunjukkan angka yang cukup baik.

Kata-kata Kunci: Aksesibilitas; reputasi; *website*; *marketplace online*; penyandang disabilitas

Website accessibility and online reputation of the investment marketplace

ABSTRACT

The online investment marketplace makes it easier for people interested in investing. The online investment marketplace offers and sells mutual fund products to target communities through digital platforms. There are several investment-related information on each online investment marketplace website. This information is essential for investors and potential investors from various social backgrounds, including those with disabilities. However, the barriers to accessibility to the information contained in the website will provide typical hindrances for persons with disabilities to participate in the investment world. Some recent research publications show the relationship between accessibility and reputation. Therefore, this study aims to evaluate some online investment marketplace websites from online accessibility and reputation. The method used in this study is a quantitative method of website evaluation. The accessibility evaluation tool used is aXe Devtools, using WCAG 2.0 standard. Online reputation evaluation implementation is through Search Engine Optimization (SEO) scores checking using the lighthouse report review tool and SEO site checkup. The study results reveal that the online investment marketplace website still has many accessibility issues that can hinder the accessibility of information for users, including for people with disabilities. At the same time, the results of SEO score checking show a relatively acceptable score.

Keywords: Accessibility; reputation; *website*; *online investment marketplace*; persons with disabilities

Korespondensi: Dr. Hanny Hafiar, M.Si. Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung Sumedang KM 21, Sumedang, Jawa Barat, Indonesia, 45363. Email: hanny.hafiar@unpad.ac.id

Submitted: September 2021, Accepted: December 2021, Published: February 2022

ISSN: 2528-6927 (printed), ISSN: 2541-3678 (online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi membuat aktivitas komunikasi pemasaran lebih banyak menggunakan media digital. Kegiatan promosi, penawaran, negosiasi, kesepakatan dan transaksi bisnis sudah dilakukan oleh pelaku bisnis melalui *digital platform*. Aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui *digital platform*, salah satunya dilakukan oleh *marketplace* reksadana. *Marketplace* reksadana merupakan sebuah ajang bisnis yang menyediakan produk-produk reksadana yang ditawarkan oleh para Manajer Investasi kepada publik. *Marketplace* reksadana berperan sebagai Agen Penjual Efek Reksadana (APERD) dan menawarkan serta menjual produk reksadana kepada masyarakat yang menjadi target sasarannya.

Kini, *marketplace* reksadana tersedia dalam *digital platform* yang bersifat *online*. Perkembangan *marketplace* reksadana *online* memudahkan para *investor* pemula yang berminat untuk melakukan investasi. Saat ini, sudah banyak *platform* reksadana *online* yang mudah untuk diakses dan digunakan. Jika diamati, telah banyak *platform marketplace* reksadana yang melakukan promo disertai dengan penawaran berbagai bonus dan keuntungan pada laman *websitenya*.

Marketplace reksadana *online*

mempermudah masyarakat yang memiliki minat untuk melakukan investasi untuk memperoleh informasi. Ketersediaan informasi tentang reksadana secara *online* membuka peluang bagi para *investor* dan calon *investor* untuk mengakses, membandingkan, dan menentukan jenis investasi yang diperkirakan akan memberikan keuntungan finansial dalam tempo tertentu.

Peningkatan populasi dan pasar ekonomi di Indonesia telah menghasilkan pemahaman baru tentang investasi seperti reksadana. Pada dasarnya literasi keuangan seseorang akan sejalan dengan keputusan investasi. Hal ini disebabkan individu telah memahami tingkat risiko dan tingkat pengembalian yang akan diperoleh di masa yang akan datang. Sebuah hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hasil ini juga menunjukkan kesamaan pola dengan penelitian di negara maju dan negara berkembang (Baihaqqy et al., 2020). Pemahaman mengenai tingkat risiko dan tingkat pengembalian investasi diperoleh dari penyerapan informasi melalui berbagai media, termasuk informasi dari *website marketplace* reksadana *online*.

Guna peningkatan pemahaman mengenai tingkat risiko dan tingkat pengembalian investasi, maka salah satu kebutuhan masyarakat *investor* adalah mampu mengakses informasi

Tabel 1 Nama dan URL *marketplace* reksadana *online*

Reksadana	URL	Daily Visitor	Monthly Visitor	Yearly Visitor
Bibit	https://bibit.id/	4651	139530	1697615
Invissee	http://invissee.com/	131	3930	47815
Ajaib	https://ajaib.co.id/	15708	471240	5733420
Kelola	https://kelolaapp.com/	67	2010	24455
Bareksa	bareksa.com	5281	158430	1927565
Raiz	https://raizinvest.id/	331	9930	120815
Xdana	https://xdana.com/	322	9660	117530
Tanamduit	http://tanamduit.com/	461	13830	168265
Moduit	https://moduit.id/	257	7710	93805

Sumber: Statshow.com pada 30 Agustus 2021

dari *website marketplace* reksadana *online*. Jenis informasi yang dibutuhkan antara lain seluk beluk mengenai manajer investasi, produk reksadana, pilihan investasi, simulasi investasi, cara kerja investasi, serta membidik peluang investasi yang efektif. Selain itu, informasi tentang testimoni dan diskusi tentang investasi juga merupakan salah satu informasi yang dibutuhkan para investor dan calon investor saat mengunjungi *platform marketplace* reksadana *online*.

Terdapat sembilan *platform marketplace* reksadana *online* terbaik yang dirujuk dari laman sebuah situs *online* Irfan+ (Irfan, 2020). Pada Tabel 1 ditampilkan nama dan alamat URL ke sembilan *marketplace* reksadana *online* yang disertai dengan data kunjungan harian, bulanan dan tahunan terhadap setiap *website*.

Platform marketplace reksadana *online* dapat diakses dari rumah tanpa harus

mengunjungi tempat transaksi. Dapat dikatakan, ajang bisnis ini secara langsung bersifat efektif dan efisien dalam menghemat waktu, tenaga, dan biaya transportasi. Dengan demikian, *marketplace* reksadana *online* juga dapat membantu para investor dan calon investor yang mengalami keterbatasan mobilitas untuk berinvestasi. Termasuk para investor dan calon investor dari kalangan penyandang disabilitas.

Sayangnya *website* yang dibuat dan dikembangkan oleh perusahaan *marketplace* reksadana cenderung belum memenuhi ketentuan aksesibilitas. Padahal para investor dan calon investor dari kalangan penyandang disabilitas membutuhkan aksesibilitas informasi agar dapat memperoleh informasi tentang investasi secara jelas, lengkap dan akurat. Salah satu tantangan utama yang dihadapi bidang aksesibilitas adalah reputasi aksesibilitas di antara pengembang *Web*. Aksesibilitas dicirikan

sebagai anti-inovasi, anti-kreativitas (Abou-Zahra & Brewer, 2019). Padahal aksesibilitas sesungguhnya dapat berdampak pada reputasi digital sebuah lembaga, sebab aksesibilitas merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk reputasi *online* (Yu & Han, 2021). Hal ini senada dengan pernyataan yang menyebutkan bahwa terdapat risiko yang berdampak nyata bagi sebuah merek manakala tidak memenuhi aspek aksesibilitas (Kitterman, 2021).

Selain itu, terdapat persyaratan *Search Engine Optimization* (SEO) yang bersinggungan dengan aksesibilitas, seperti menyediakan konten yang berkualitas dan dapat diakses serta menerapkan desain intuitif dan universal untuk semua pengguna. Sebagian besar aspek teknis seperti penggunaan semantik yang tepat, teks alternatif deskriptif di konten visual, struktur *header* yang terorganisir, *tag* judul, dan aspek lain yang berkaitan dengan kompatibilitas situs. Kepatuhan terhadap aspek-aspek tersebut akan membuat *website* dapat diakses oleh berbagai jenis navigasi seperti navigasi *keyboard* ataupun pembaca layar yang digunakan oleh penyandang disabilitas dengan gangguan penglihatan (AccessiBe, 2019). Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui posisi penting aksesibilitas bagi reputasi lembaga ataupun produk.

Reputasi lembaga di ranah *online* dapat

ditinjau dari SEO. Hal ini mengacu pada pernyataan bahwa manajemen reputasi *online* adalah cara untuk memantau dan mengelola reputasi perusahaan, dengan tujuan menghilangkan ulasan negatif pada hasil mesin pencari (SEO) (Attuluri & Mehta, 2018). Teknik optimasi mesin pencari (SEO) ini akan mengarahkan pencarian ke posisi pertama dalam hasil pencarian organik (Veglis & Giomelakis, 2020). Artinya, aksesibilitas dan reputasi *online* merupakan dua hal yang berkaitan satu sama lain.

Secara prinsip, informasi pada sebuah *website* harus dapat diakses secara utuh, namun ada kalanya pihak pengembang *website* belum dapat memenuhi standar aksesibilitas secara penuh. Terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya masalah aksesibilitas pada *website*. Di antaranya masalah aksesibilitas pada *website* di Indonesia yang dikelola pemerintah, yaitu *website* Kementerian dan Lembaga Negara, dengan hasil beberapa *website* tingkat kesalahannya masih sangat tinggi (Masyhur, 2015), aksesibilitas *website* Pemerintah Provinsi di Indonesia yang menunjukkan bahwa masalah yang terbanyak terdapat pada bagian prinsip *Perceivable* (Deastu, 2020).

Penelitian senada juga dilakukan pada *website* perguruan tinggi, hasilnya menunjukkan bahwa 23,9% perguruan tinggi

termasuk kategori *inaccessible* (Frandini et al., 2018), *website* Perguruan Tinggi Negeri di Jawa Barat belum sepenuhnya memenuhi syarat aksesibilitas *website*. Hal ini disebabkan karena masih terdapat beberapa pelanggaran terhadap beberapa kriteria dari pedoman WCAG 2.0 dalam hal aksesibilitas *website* (Arasid et al., 2018).

Pelanggaran terhadap standar aksesibilitas juga didapati pada *website* lembaga bisnis. Hasil evaluasi aksesibilitas situs *marketplace* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggaran terhadap standar tertentu dalam pedoman WCAG (Hafiar et al., 2022). Sedangkan penelitian lain menunjukkan gejala temuan yang senada dari pengecekan terhadap repository (Saripudin et al., 2019).

Fenomena yang sama juga diamati dan ditemukan peneliti pada sejumlah *marketplace platform* reksadana *online*. Padahal di masa pandemi ini, diharapkan semua pihak dapat membuka kesempatan dan peluang usaha yang dapat meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat. *Marketplace* reksadana *online* sesungguhnya memiliki kesempatan untuk memperluas dan memperbesar peluang ekonomi bagi masyarakat. Terlebih masa pandemi telah membatasi mobilitas individu. *Platform online* yang ditawarkan *marketplace* reksadana setidaknya memberi kesempatan

masyarakat untuk melakukan bisnis tanpa keharusan melakukan mobilitas.

Secara umum, aksesibilitas tak hanya bermanfaat bagi penyandang disabilitas, namun juga bagi masyarakat umum. Artinya, peningkatan kualitas aksesibilitas pada *website marketplace* reksadana *online* bukan hanya akan berdampak positif bagi para investor dan calon investor dari kalangan penyandang disabilitas, namun juga masyarakat umum. Berdasarkan tingkat urgensi dari kondisi ini, maka peneliti melaksanakan penelitian yang bertujuan untuk melakukan kajian berupa evaluasi terhadap sejumlah *website marketplace* reksadana *online* dari aspek aksesibilitas dan reputasi *online*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan melakukan evaluasi. Pada saat penelitian ini dilakukan, peneliti menggunakan WCAG 2.0 sebagai standar. Hal ini disebabkan standar WCAG 2.0 menempatkan bobot yang signifikan pada kebutuhan untuk mengatasi masalah aksesibilitas yang dihadapi oleh orang yang mengalami gangguan penglihatan dan pengguna alat bantu pembaca layar. Dari 12 pedoman di WCAG 2.0, terdapat 10 item yang secara langsung bersifat relevan untuk mengatasi masalah aksesibilitas *web* yang dihadapi oleh penyandang disabilitas penglihatan (Abou-

Zahra & Brewer, 2019). Adapun penyandang disabilitas dengan gangguan penglihatan saat ini cenderung menggunakan alat bantu pembaca layar, namun penggunaan alat pembaca layar saat ini sebagian besar terbatas pada penggunaan dari antarmuka keyboard dan alat perbesaran layar yang bergantung pada penggunaan mouse dan keyboard.

Sampling *website* yang dievaluasi mengacu pada *website marketplace* reksadana *online* yang termasuk ke dalam *website marketplace* reksadana *online* terpopuler berdasarkan perankingan sebuah situs. Alasan pemilihan ini didasari argumen bahwa *marketplace* reksadana *online* ini termasuk *marketplace* reksadana *online* yang memiliki jumlah visitor tinggi dan memiliki reputasi tertentu di kalangan investor berbasis *online*.

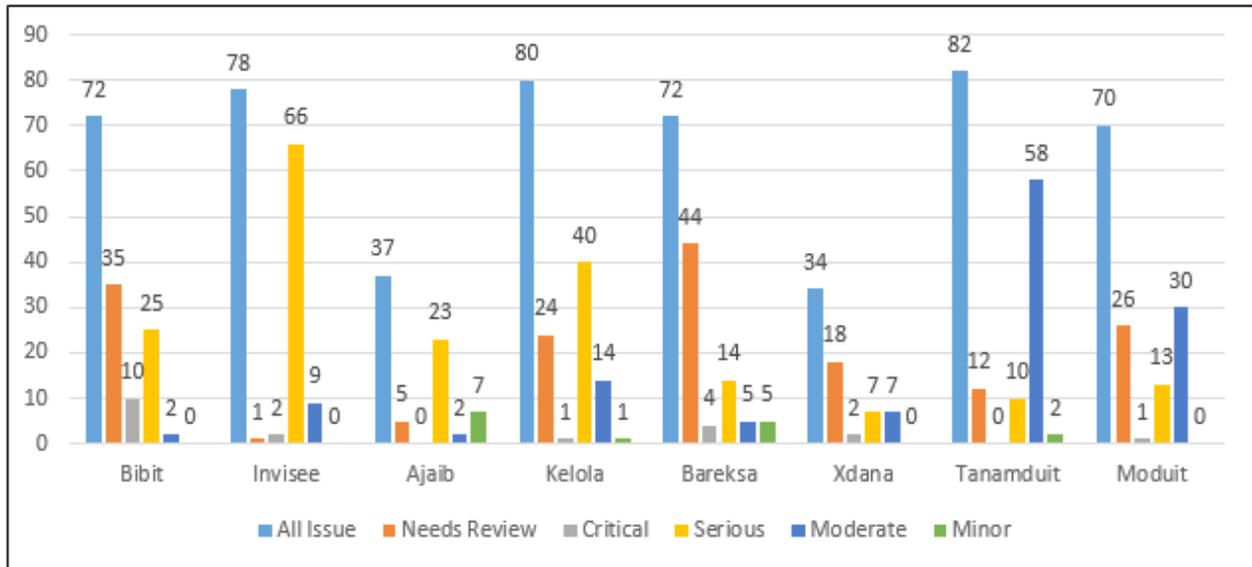
Alat evaluasi aksesibilitas yang digunakan adalah aXe DevTools dari Deque. Pemilihan ini mengacu pada pernyataan bahwa aXe adalah alat evaluasi yang bersifat fleksibel dan mudah digunakan (Rubano & Vitali, 2020), menunjukkan jenis masalah dan bagaimana mengatasinya; memberikan kemungkinan untuk menyimpan hasil; antarmuka pengguna yang baik dan intuitif; dan memandu pengguna untuk mengevaluasi hasilnya (Frazão & Duarte, 2020).

Sedangkan untuk alat yang digunakan untuk mengukur reputasi digital adalah

lighthouse report viewer dan *SEO site checkup*. Pada tahap pemeriksaan dengan menggunakan beberapa alat tersebut, jika diketahui terdapat hambatan aksesibilitas pemeriksaan maka hasil pengecekan tersebut tidak disertakan dalam tabel dan gambar hasil pengecekan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Website menjadi salah satu saluran informasi yang dimanfaatkan oleh perusahaan sekuritas atau *marketplace* reksadana untuk mengenalkan jasa atau produk mereka, dan menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh publik yang mungkin tertarik untuk menjadi investor reksadana. Oleh karena itu, aksesibilitas sebuah *website* menjadi penting, dan dapat dievaluasi untuk selanjutnya dilakukan perbaikan oleh pengembang *website*. Penelitian ini mengevaluasi aksesibilitas dari delapan situs sekuritas reksadana terbaik di Indonesia, dan mendapatkan beberapa temuan masalah terkait aksesibilitas *website*. Mengacu pada Sims (Sims, 2016b), kategori dampak masalah aksesibilitas digolongkan menjadi “critical”, “serious”, “moderate”, dan “minor”. Dampak kritis adalah penghambat yang mutlak mengganggu aksesibilitas *website*, dan dampak serius adalah penghambat yang berpotensi besar mengganggu aksesibilitas *website* oleh pengguna, terlebih bagi penyandang disabilitas (Sims, 2016a).



Sumber: AXE DevTools per 30 Agustus, 2021

Gambar 1 Jumlah dan Jenis Dampak Aksesibilitas

Hasil evaluasi delapan *website marketplace* reksadana di Indonesia (selengkapnya di Gambar 1) menunjukkan bahwa *website marketplace* reksadana yang paling sedikit memiliki isu aksesibilitas adalah Xdana. Secara keseluruhan dari delapan *website* masalah aksesibilitas yang berdampak “serious” adalah yang tertinggi yakni sebesar 37.71% atau rata-rata 24.75 masalah per *website*. Temuan juga menunjukkan bahwa tidak banyak *website* yang memiliki masalah aksesibilitas berdampak “minor” yakni 3.45% saja atau 2.22 masalah per *website*. Lebih lanjut, rentang isu aksesibilitas terbesar adalah isu yang berdampak “serious” yakni 7-66 isu per *website*. Sementara itu, rentang isu aksesibilitas terkecil adalah isu yang berdampak “minor” dengan 0-7 isu per *website*.

Lebih lanjut, pada *website* yang dievaluasi, terdapat 22.2% atau dua *website* saja yang tidak memiliki isu aksesibilitas “critical”. Namun, hasil evaluasi juga menunjukkan semua *website* masih memiliki dampak aksesibilitas yang berdampak “serious”. Temuan juga menunjukkan bahwa terdapat 44.4% *website* yang dievaluasi tidak memiliki isu aksesibilitas dengan dampak “minor” (selengkapnya di Gambar 1). Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa masalah aksesibilitas yang berdampak serius adalah masalah yang paling dominan dialami oleh *website marketplace* reksadana. Implikasinya adalah para pengguna sangat mungkin mengalami beberapa hambatan yang berarti saat mengakses *website marketplace* reksadana untuk mencari informasi, sehingga

secara berkelanjutan jika tidak ada perbaikan maka berpotensi mengurangi kenyamanan atau minat para pengguna untuk mengaksesnya kembali.

Berdasarkan tiap kategori dampak aksesibilitas yang ada di Gambar 1, Bibit adalah reksadana yang paling banyak memiliki masalah aksesibilitas *website* berdampak kritis, sedangkan *website* reksadana yang paling sedikit memiliki isu aksesibilitas berdampak kritis adalah Xdana dan Ajaib. Lebih lanjut, *website* reksadana yang paling banyak memiliki isu aksesibilitas berdampak serius adalah Invissee, sedangkan Xdana adalah reksadana yang paling sedikit memiliki masalah aksesibilitas *website* berdampak serius. Dalam hal masalah aksesibilitas *website* berdampak moderat, situs tanamduit adalah yang terbanyak memiliki isu ini, sedangkan Ajaib adalah situs reksadana yang paling sedikit.

Kemudian, Ajaib adalah reksadana yang paling tinggi memiliki isu aksesibilitas berdampak minor. Sementara itu, empat *website* lainnya yakni Xdana, Invissee, moduit, dan bibit, masing-masing paling sedikit memiliki isu aksesibilitas berdampak minor. Secara spesifik, temuan ini menjadi informasi bagi masing-masing pengembang untuk memperbaiki atau meningkatkan aksesibilitas *website*-nya, khususnya bagi *marketplace* reksadana yang memiliki masalah aksesibilitas berdampak

kritis atau serius yang masih tinggi. Banyaknya masalah aksesibilitas yang berdampak kritis atau serius berpotensi membuat para pengguna *marketplace* reksadana tertentu mengalami banyak ketidaknyamanan saat mengakses *websitenya*, dan mungkin itu dapat membuat *marketplace* reksadana tersebut kalah saing dengan para kompetitornya yang lebih nyaman diakses.

Selain masalah-masalah aksesibilitas yang telah terkategori berdasarkan dampaknya, hasil evaluasi delapan *website* juga mengungkap bahwa terdapat beberapa aksesibilitas dengan status “*need review*” yang ditemukan, yakni isu yang memerlukan peninjauan lebih lanjut (selengkapnya di Gambar 1). Bareksa adalah reksadana yang memiliki masalah aksesibilitas dengan status “*need review*” paling banyak, sedangkan *website* Invissee adalah yang paling sedikit memilikinya. Karena keterbatasan alat mengevaluasi isu tersebut, peran ahli *web* dibutuhkan untuk mengevaluasi isu-isu aksesibilitas yang memerlukan penilaian secara manual (Ismail et al., 2018; Ismail & Kuppusamy, 2019). Dalam konteks penelitian ini, masalah aksesibilitas dengan status “*need review*” juga penting untuk diperhatikan dan dilakukan perbaikan oleh pengembang *website* masing-masing reksadana mengingat angka rata-ratanya juga tinggi yakni mencapai 20.63 per *website*. Perbaikan diperlukan agar

Tabel 2 Jenis dan Jumlah Permasalahan Aksesibilitas

No	Jenis Masalah	F	Jumlah Web
1	Elements must have sufficient color contrast	266	8
2	All page content should be contained by landmarks	107	5
3	Links must have discernible text	55	5
4	id attribute value must be unique	14	3
5	Images must have alternate text	11	3
6	Heading levels should only increase by one	8	5
7	Document should have one main landmark	6	4
8	Elements must only use allowed ARIA attributes	6	4
9	Zooming and scaling should not be disabled	5	4
10	 and must only directly contain , <script> or <template> elements	4	2
11	ARIA attributes must conform to valid values	4	1
12	ARIA input fields must have an accessible name	4	2
13	Ensure interactive controls are not nested	4	2
14	Frames should be tested with axe-core	4	3
15	<video> elements must have captions	3	3
16	ARIA commands must have an accessible name	3	2
17	Ensures landmarks are unique	3	3
18	IDs of active elements must be unique	3	2
19	IDs used in ARIA and labels must be unique	3	1
20	Page should contain a level-one heading	2	2
21	Certain ARIA roles must contain particular children	2	1
22	Frames must have an accessible name	2	1
23	Headings should not be empty	1	1
24	<html> element must have a lang attribute	1	1
25	ARIA hidden element must not contain focusable elements	1	1
26	Document should not have more than one main landmark	1	1
27	Form elements should have a visible label	1	1
28	Links with the same name have a similar purpose	1	1
Total Issue			525

Sumber: AXE DevTools per 30 Agustus, 2021

kedepannya tidak menjadi masalah yang serius bahkan kritis. Perbaikan yang dilakukan dapat mengoptimalkan aksesibilitas *website* reksadana ketika diakses oleh para penggunanya, khususnya penyandang disabilitas, yang mungkin membutuhkan informasi terkait di

website masing-masing reksadana sebelum menentukan keputusan investasi.

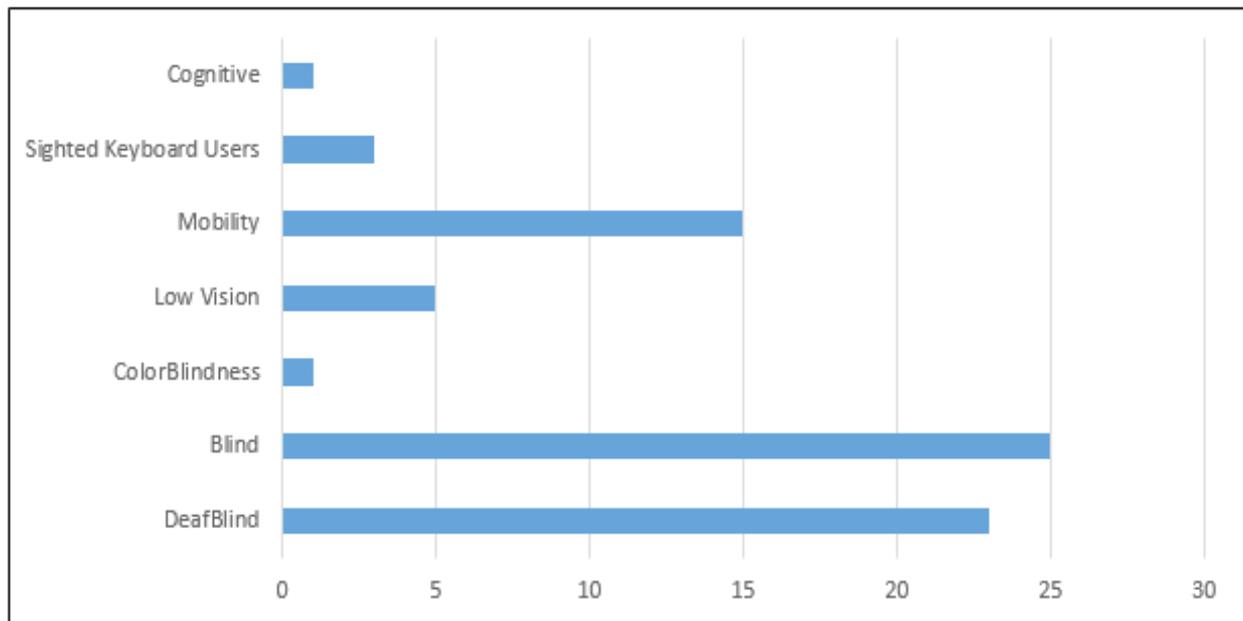
Hasil evaluasi juga menemukan beberapa masalah aksesibilitas yang dialami oleh *website*-*website* reksadana. Ada 28 jenis isu yang teridentifikasi sebagai masalah aksesibilitas.

Dari 28 isu tersebut, terdapat tiga isu yang paling banyak dialami oleh *website-website* reksadana yang dievaluasi yakni “*elements must have sufficient colour contrast*”; “*all page content should be contained by landmarks*”, dan “*links must have discernible text*”. Lebih lanjut, memang terdapat juga isu-isu lainnya yang mengganggu aksesibilitas situs-*website* reksadana di Indonesia (selengkapnya di Tabel 2). Dari 28 masalah yang teridentifikasi, masalah “*elements must have sufficient colour contrast*” adalah satu-satunya masalah dialami oleh semua *website* yang evaluasi dalam penelitian ini. Sementara itu, masalah “*all page content should be contained by landmarks*” dan “*links must have discernible text*” dialami oleh lima *website* saja. Kemudian, dari semua masalah yang teridentifikasi, terdapat 36% masalah aksesibilitas yang khusus hanya dialami oleh satu *website* saja. Hasil ini menunjukkan bahwa ada masalah-masalah aksesibilitas yang umum atau khusus dialami oleh *website* reksadana.

Terkait masalah terbanyak yang dialami oleh semua *website* yakni ketidakcukupan kontras warna, hal tersebut tentu dapat menjadi penghambat para pengguna *website*, terutama para penyandang disabilitas buta warna atau *low vision*. Mereka akan kesusahan untuk melihat tampilan *website* dengan jelas, dan membaca konten yang disajikan oleh *website* tertentu dengan nyaman. Indikator

kontras warna menggambarkan aksesibilitas *website* dari perspektif kontras warna pada elemen visual sebuah *website*. Oleh karena itu, pengembang *website* perlu mengacu pada standar atau pedoman mengenai kontrasi warna dalam mengembangkan *websitenya*. Abou-Zahra dan Brewer (Abou-Zahra & Brewer, 2019) menjelaskan bahwa WCAG menentukan ambang batas terkait kontras warna antara warna latar belakang dan latar depan yakni 4,5:1, bahkan 7:1 untuk memastikan testabilitas kontras warna pada sebuah *website*. Kontras warna yang kurang baik antara warna latar belakang dan latar depan akan menyebabkan kesulitan membedakan tombol interaktif pada saat mengakses *website*, khususnya bagi penyandang buta warna (Calvo et al., 2016).

Temuan juga menunjukkan bahwa beberapa *website* memiliki isu aksesibilitas yang berulang. Hal ini terlihat dari beberapa isu aksesibilitas yang jumlahnya melebihi jumlah *website* yang dievaluasi seperti “*elements must have sufficient colour contrast*” dan “*all page content should be contained by landmarks*” yang masing-masing berjumlah 266 dan 107. Artinya, satu *website* dapat mengalami pengulangan masalah dengan jenis masalah yang sama. Oleh karena itu, evaluasi aksesibilitas sebuah *website* adalah hal penting yang harus dilakukan untuk mengidentifikasi masalah-masalah, khususnya masalah yang berulang. Intensitas masalah



Sumber: AXE DevTools per 30 Agustus, 2021

Gambar 2 Jenis Disabilitas yang Mengalami Keterdampakkan dari Permasalahan Aksesibilitas

yang berulang bisa jadi disebabkan oleh ketidaktahuan pengembang *web* akan masalah yang dialami, kurang cakupannya pengembang dalam memperbaiki masalah, atau bahkan pengabaian masalah oleh pengembang *web* baik disengaja maupun tidak disengaja.

Masalah-masalah aksesibilitas *website* yang dipaparkan pada Tabel 2 dapat juga berdampak kepada para penggunanya yang memiliki disabilitas tertentu (selengkapnya di Gambar 2). Pengguna *website* yang mengalami kebutaan dan/atau tuli adalah golongan disabilitas yang paling terdampak karena adanya masalah aksesibilitas pada *website* tertentu, sementara itu pengguna dengan keterbatasan kognitif dan buta warna adalah golongan disabilitas yang paling sedikit terdampak isu aksesibilitas

website.

Hambatan aksesibilitas setidaknya akan mengurangi kenyamanan pengguna untuk menjelajahi *website* dan berpeluang menghalangi pengunjung untuk memperoleh informasi secara lengkap dan jelas. Hambatan aksesibilitas juga dapat menimbulkan keengganan pengguna untuk kembali melakukan akses terhadap *website*. Sebagaimana penelitian sebelumnya berpendapat bahwa *website* dengan masalah aksesibilitas akan menghalangi pengunjung untuk datang (Velásquez et al., 2004). Oleh karena itu, aksesibilitas terhadap *website* merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh para pengembang *website*.

Setiap hambatan aksesibilitas akan

menimbulkan dampak dengan derajat tertentu kepada pengguna. Salah satu contohnya adalah kepada pengguna disabilitas dan juga pengguna dari kalangan usia lanjut yang telah mengalami penurunan kondisi sensorik maupun motorik. Setiap penyandang disabilitas memiliki cara akses informasi yang berbeda, sehingga memiliki kebutuhan berbeda pula. Perbedaan kebutuhan pengguna dari kalangan penyandang disabilitas ini merupakan aspek yang perlu dipahami secara komprehensif oleh para pengembang *website*.

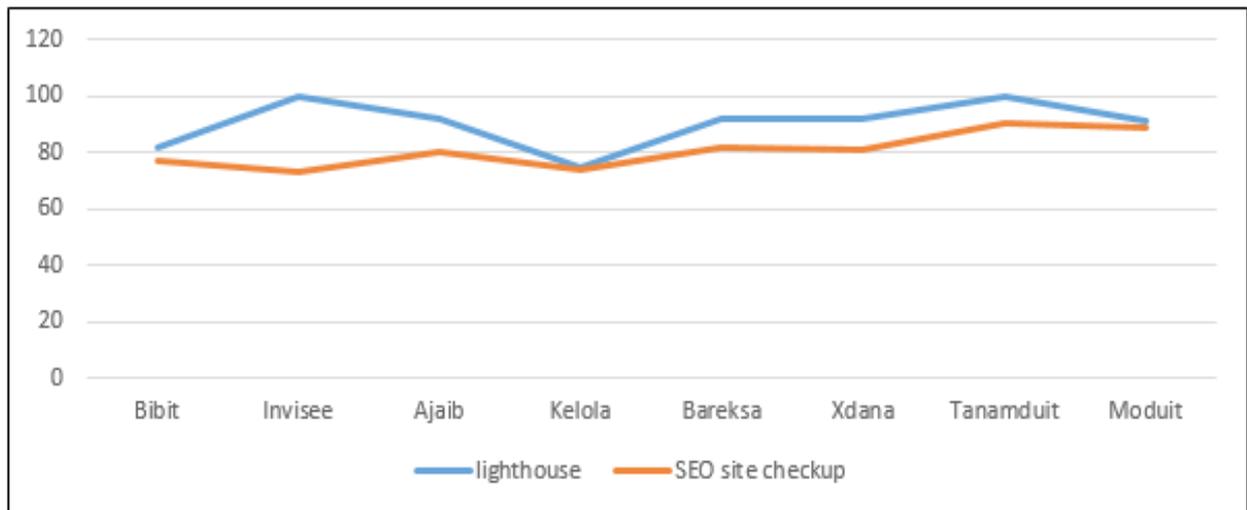
Terdapat hambatan aksesibilitas yang diketahui berdasarkan hasil penelitian ini yang akan memberikan dampak tertentu kepada pengguna dari kalangan penyandang disabilitas dari beberapa jenis. Keseluruhan hasil pengecekan jumlah masalah yang terdeteksi yang berdampak pada jenis disabilitas tertentu dapat dilihat pada Gambar 2.

Dari 28 jenis masalah aksesibilitas yang terdeteksi pada *website marketplace* reksadana yang diteliti pada penelitian ini, diketahui bahwa jenis penyandang disabilitas yang paling sering terkena dampak adalah dari kalangan penyandang disabilitas dengan hambatan penglihatan. Terdapat sebanyak 25 atau sebesar 89 % di antaranya memberikan dampak tertentu bagi penyandang disabilitas tunanetra, sebesar 82% memberikan dampak tertentu bagi penyandang disabilitas tunaganda

yaitu buta tuli. Kondisi ini tentu sangat tidak menguntungkan bagi penyandang disabilitas, terutama yang memiliki hambatan penglihatan.

Informasi terkait investasi juga diperlukan oleh para penyandang disabilitas. Banyak dari mereka juga tertarik mengakses informasi terkait investasi. Minat penyandang disabilitas untuk mengakses informasi terkait investasi terlihat dari antusiasme mereka untuk mengikuti pelatihan investasi reksadana yang digelar oleh Universitas Padjadjaran. Tingginya antusiasme penyandang disabilitas untuk mendapatkan informasi terkait investasi juga terlihat dari beragamnya jumlah pertanyaan yang diajukan oleh mereka saat pelatihan investasi reksadana (Destinasi Bandung, 2021). Oleh karena itu, sebenarnya *website* reksadana *online* juga perlu memiliki aksesibilitas yang baik agar para pengguna khususnya para penyandang disabilitas yang memiliki keterbatasan tertentu tetap dapat mengakses informasi dengan baik.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga menyajikan hasil pengecekan SEO yang dikaitkan dengan reputasi *online*. Skor SEO adalah ukuran seberapa baik aspek teknis dan tampilan yang dihadapi oleh pengguna situs yang berkontribusi pada optimalisasi mesin pencarian, dan pada akhirnya berdampak pada *ranking* dan *traffic* (Needham, 2021). Semua skor otoritas domain berkisar dari 1 hingga 100. Semakin tinggi skor yang diperoleh pada



Sumber: <https://googlechrome.github.io/lighthouse> dan <https://seositecheckup.com/analysis>, 2021

Gambar 3 Hasil Penilaian Skor SEO

tes ini, semakin besar kemampuan sebuah *website* untuk mendapatkan peringkat yang baik. Terdapat dua kategori dasar yang diukur, yaitu aspek yang dihadapi pengguna dan aspek yang bersifat teknis. Sedangkan subkategori utama yang akan memengaruhi skor akhir peringkat *website*, antara lain: Konten, Teknis, Pengalaman Pengguna, dan Seluler. Berikut ini disajikan skor SEO pada delapan *website* yang diukur melalui dua alat.

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Gambar 3 diketahui bahwa skor SEO dari delapan situs *marketplace* reksadana yang diperoleh dari *lighthouse report viewer* berkisar antara 75-100, dengan nilai rata-rata sebesar 90.50. Sedangkan skor SEO dari delapan situs *marketplace* reksadana yang diperoleh dari *SEO site checkup* berkisar antara 74/100-90/100, dengan nilai rata-rata sebesar 80.75. Adapun

perbandingan hasil pengecekan SEO skor melalui dua *alat* tersebut menunjukkan trend yang sama. Artinya kedua *alat* pengecekan skor SEO ini memiliki tingkat reliabilitas yang cenderung setara, sehingga menunjukkan hasil pengecekan dengan *range* nilai yang relatif sejalan.

Di pasar keuangan kontemporer, konsekuensi dari spekulasi investasi dan pengambilan keputusan yang berlandaskan pada sebuah pernyataan yang tidak berdasar ataupun desas-desus palsu bisa sangat berbahaya. Dengan munculnya internet dan teknologi komunikasi baru lainnya yang memfasilitasi penyebaran informasi yang salah, seharusnya dapat menjadi sinyal penting bagi manajer, investor, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik agar dapat mengantisipasi faktor yang dapat

menimbulkan rumor serta membangun strategi yang paling efektif untuk menanganinya (Kimmel, 2004). Terutama jika lembaga keuangan dan investasi ini mengembangkan produknya berbasis digital seperti *marketplace* reksadana *online*.

Marketplace sebagai bagian dari perkembangan *E-commerce* merupakan salah satu sektor ekonomi yang dinamis dan penting. Perkembangannya didorong oleh akses Internet yang berkembang pesat. *E-commerce* di seluruh dunia didominasi oleh pasar dengan pangsa pasar yang besar. Namun demikian, selalu ada keuntungan dan kerugian yang terkait dengan penggunaan pasar, baik untuk penjual maupun pembeli, untuk dipertimbangkan. *Marketplace* menciptakan peluang baru untuk melakukan ekspansi bisnis dalam skala yang lebih besar bagi pihak penjual produk. Perusahaan dapat berinvestasi dalam *platform* penjualan dan memiliki akses yang bersifat solutif dan inovatif. Walau demikian, ada banyak hal yang perlu diantisipasi dalam bisnis jenis ini, seperti persaingan yang sangat kuat dari banyaknya jumlah penjual di satu tempat, menjadi tergantung pada saluran penjualan, dan mengabaikan pertumbuhan perusahaan penjual itu sendiri (Kawa & Wałęsiak, 2019), termasuk perusahaan investasi.

Sebagian orang berpikir bahwa berinvestasi di pasar saham merupakan hal yang sulit.

Berinvestasi membutuhkan kemampuan berfikir dan berhitung secara rasional. Ada kalanya investor cenderung menyederhanakan situasi sehingga mengarah pada terjadinya kesalahan dalam proses keputusan investasi. Namun, investor belajar dari kesalahan dan pengalaman bisnis mereka di pasar saham. Oleh karena itu, merupakan hal yang penting untuk memahami perilaku investor dan keputusan keuangan mereka di pasar saham, serta memberikan edukasi yang mempengaruhi aktivitas bisnis investor (Liivamägi, 2016). Edukasi merupakan komponen penting, yang mempengaruhi kinerja, pengambilan risiko dan partisipasi investor di pasar saham. Salah satu aktivitas edukasi dapat dilakukan dengan penyebaran informasi terkait investasi. Oleh karena itu, informasi tentang investasi sudah seyogyanya tersedia di *platform marketplace* reksadana *online*.

Ketersediaan informasi investasi di *website marketplace* reksadana *online* bukan merupakan kewajiban yang final, sebab ketersediaan informasi ini juga harus dibarengi dengan aksesibilitas terhadap informasi tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan masih terdapat pelanggaran terhadap standar aksesibilitas pada *website marketplace* reksadana *online*. Bukan hanya di Indonesia, fenomena pelanggaran atau belum terpenuhinya standar aksesibilitas juga banyak terjadi di negara lain, contohnya hasil evaluasi aksesibilitas yang menguji *website*

perusahaan Portugis menyatakan, tingkat aksesibilitas *website* yang dievaluasi masih memiliki tingkat kesalahan yang signifikan tetapi sebagian besar kesalahan yang terdeteksi sesungguhnya tidak terlalu rumit untuk diperbaiki apabila ditinjau dari sudut pandang teknologi (Gonçalves et al., 2014).

Selanjutnya, fenomena pelanggaran atau belum terpenuhinya standar aksesibilitas juga banyak terjadi di berbagai bidang lain, misalnya kesehatan. Sebuah penelitian di bidang kesehatan yang meneliti 108 *website* yang diperoleh dari daftar *website* informasi kesehatan konsumen yang berasal dari layanan direktori mesin pencari Google, menyebutkan bahwa tidak ada *website* yang sepenuhnya dapat diakses oleh penyandang disabilitas, artinya tidak ada situs yang tidak melanggar aturan aksesibilitas *website* (Zeng & Parmanto, 2004). Begitu juga dengan hasil penelitian kesehatan terkait Covid 19. Kesimpulan yang dicapai sebuah penelitian menyebutkan bahwa tidak semua informasi dari WHO dapat diakses sesuai dengan Pedoman Aksesibilitas Konten *Web* 2.1. Oleh karena itu penelitian ini menyarankan untuk meningkatkan aksesibilitas konten kesehatan kepada kelompok yang sangat rentan dalam pandemi (Fernández-Díaz et al., 2020).

Penelitian sejenis di bidang pendidikan juga mengemukakan hal yang senada. Hasil sebuah penelitian di bidang pendidikan menunjukkan

bahwa di sebagian besar negara, meskipun pemerintah berusaha untuk memaksakan lembaga pendidikan untuk mematuhi pedoman aksesibilitas, masih perlu lebih banyak upaya untuk mematuhi pedoman tersebut. Sebagian besar lembaga pendidikan baru mengikuti kurang dari 50% dari keseluruhan pedoman (Kesswani & Kumar, 2016). Sedangkan hasil lain menyatakan institusi pasca sekolah menengah yang diteliti dalam penelitian ini, belum ada yang menerbitkan *web* yang sesuai dengan Bagian 508 (Taylor, 2019), yang merupakan bagian dari standar aksesibilitas.

Artinya, terdapat fakta masalah aksesibilitas pada *website* lembaga tak hanya terjadi di *website* lembaga bisnis yang bersifat *profit-oriented*, namun juga terjadi di berbagai bidang vital seperti kesehatan dan pendidikan. Selanjutnya, masalah aksesibilitas pada *website* lembaga tak hanya terjadi di *website* lembaga swasta yang bersifat personal, namun juga terjadi pada *website* lembaga pemerintah yang memiliki kewajiban pelayanan publik. Terakhir, masalah aksesibilitas pada *website* tak hanya terjadi di negara berkembang namun juga terjadi di negara yang memiliki kemajuan teknologi sekalipun.

Namun demikian, permasalahan aksesibilitas di berbagai sektor yang cenderung bersifat global, tidak dapat dijadikan sebagai alasan bagi para pengembang *website* di

Indonesia untuk tidak meningkatkan kualitasnya. Terutama jika hambatan aksesibilitas *website* dapat menghambat pertumbuhan sektor ekonomi seperti *marketplace* reksadana *online* yang memiliki posisi strategis, potensial dan dapat berperan cukup krusial pada saat pandemi ini.

Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran pengembang *website marketplace* reksadana untuk mematuhi standar aksesibilitas agar dapat meningkatkan kepercayaan dan sekaligus menciptakan kepuasan konsumennya. Terutama untuk menghindarkan konsumen dari kesimpangsiuran informasi yang berpotensi menjadi penipuan. Sebab, dengan pertumbuhan kelas menengah yang cepat dengan eksposur internet, meningkatkan faktor kepercayaan dan kepuasan di *e-marketplace* Indonesia masih merupakan tugas berat, di mana ancaman penipuan dapat dengan mudah ditemukan (Sfenrianto et al., 2018).

Selain itu, *marketplace* yang berkaitan dengan keuangan bergantung pada penyaringan dan produksi informasi oleh investor, partisipasi dari sejumlah investor menciptakan persaingan ketat di antara investor. Seiring berkembangnya *platform*, maka akan meningkatkan intensitas penyaringan dan penyediaan informasi kepada investor. Investor yang kompeten dan canggih serta memiliki kinerja baik pun dapat menyusut ketika *platform* mengurangi penyediaan

informasi kepada investor (Vallee & Zeng, 2018).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa informasi memiliki peran penting dalam menunjang kesuksesan berinvestasi. Ketidakterediaan informasi, pengurangan informasi, terlebih kesulitan aksesibilitas informasi bagi investor, terutama investor dan calon investor dari kalangan penyandang disabilitas dapat menghambat peluang mereka untuk berpartisipasi dalam dunia investasi. Padahal sekecil apapun peluang ekonomi tetap merupakan peluang yang harus dapat dimanfaatkan oleh semua pihak, termasuk kalangan penyandang disabilitas. Hal ini sesuai dengan tujuan negara untuk menciptakan masyarakat inklusi tanpa terkecuali.

Seperti halnya *lending marketplace*, *marketplace* reksadana juga telah dengan cepat mendapatkan pangsa pasar selama dekade terakhir. Perkembangan pesat ini memiliki peran penting implikasi pada dunia investasi. Perancangan sebagai *platform* dua sisi ini membawa inovasi baik di sisi peminjam maupun investor. Inovasi yang terasa adalah menyederhanakan proses aplikasi *online* yang menggunakan teknologi informasi berbiaya rendah untuk mengumpulkan informasi standar yang tersebar dalam skala besar (Vallee & Zeng, 2018), termasuk dari sisi investor dan calon investor.

Artinya keberadaan *marketplace* reksadana dalam *platform online* ini memudahkan masyarakat yang berminat untuk berinvestasi, termasuk masyarakat dari kalangan penyandang disabilitas. Namun demikian, kalangan penyandang disabilitas memiliki tantangan dan kendala tersendiri dalam mengoperasionalkan teknologi berbasis digital. Oleh karena itu para pengembang teknologi berupaya mengembangkan sejumlah alat bantu yang mempermudah penyandang disabilitas untuk dapat menggunakan berbagai perangkat teknologi digital.

Terdapat sejumlah alat bantu berupa perangkat lunak dan perangkat keras komputer, seperti program pengenalan suara, pembaca layar, dan aplikasi pembesaran layar, untuk membantu orang dengan gangguan mobilitas dan sensorik menggunakan komputer dan perangkat seluler. Namun demikian, ketika pengguna penyandang disabilitas memiliki akses ke alat bantu, desain konten masih dapat menimbulkan masalah dan membingungkan atau tidak dapat diakses (Kitterman, 2021). Hambatan aksesibilitas dapat menimbulkan persepsi tertentu terhadap perusahaan yang memiliki *platform* tersebut.

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa aksesibilitas memiliki kaitan dengan reputasi. Dunia digital mengubah perangkat menjadi perangkat lunak,

bisnis menjadi bisnis yang serba elektronik, perusahaan bata dan mortir berubah menjadi perusahaan *online*. Dengan sifatnya yang meningkat secara eksponensial, transformasi terus berlanjut. Salah satu nilai penting dari setiap perusahaan, yang saling terkait dengan semua sub divisi dan operasi perusahaan, dapat dianggap sebagai reputasi (Seker & Eryarsoy, 2015). Reputasi merupakan konsep penting bagi organisasi, diperlukan jangka waktu yang relatif cukup lama dan upaya yang konsisten dan berkesinambungan untuk membangun dan menjaganya (Muharromah, 2019). Reputasi merupakan entitas penting bagi lembaga karena dapat mempengaruhi dan menentukan sikap masyarakat terhadap lembaga atau individu. Sebuah lembaga yang memiliki reputasi baik, maka akan memiliki nilai psikologis yang melebihi nilai materialnya (Sjoraida et al., 2021). Termasuk reputasi sebuah *brand* dan korporat.

Reputasi sebuah *brand* ataupun korporat di dunia *online* dapat diukur melalui berbagai cara. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa konsep reputasi telah berkembang menjadi reputasi *online* dengan revolusi digital yang disaksikan di zaman kontemporer. Dalam kehidupan nyata, reputasi adalah konsep kualitatif sedangkan di dalam jejaringan media, reputasi dapat diukur (Amin & Khan, 2020), salah satunya melalui skor SEO.

Penelitian ini menunjukkan bahwa skor SEO yang diperoleh melalui dua alat menunjukkan angka yang cukup baik, bahkan beberapa di antaranya menunjukkan hasil yang prima. Artinya berdasarkan skor SEO maka dapat dikatakan *website marketplace* reksadana yang diteliti pada penelitian ini dapat dinilai memiliki reputasi *online* yang memadai pula. Pada lingkungan ekonomi baru, yang dicirikan sebagai kondisi yang volatil, tidak pasti, kompleks, dan ambigu, dan evolutif, menunjukkan bahwa reputasi *online* dan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki keterkaitan yang saling berhubungan erat (Oncioiu et al., 2020).

Selain berkaitan erat dengan tanggung jawab sosial perusahaan, reputasi juga berkaitan dengan aspek pemasaran dan bisnis. Reputasi bisnis juga dapat ditinjau dari *website*. Contohnya, sebuah ulasan yang disajikan dalam *website* ditujukan untuk mengundang konsumen agar membagikan ulasan mereka, hal ini dapat memengaruhi reputasi *online* bisnis di industri (Chen & Tabari, 2017). Reputasi *online* adalah reputasi yang melibatkan reputasi perusahaan yang dibuat di lingkungan *online*. Lingkungan media sosial adalah salah satu lingkungan *online*. Reputasi *online* dibangun oleh sekelompok orang yang berbagi dan berkolaborasi secara *online* dan melalui mesin pencari (Tafesse, 2012). Di sisi lain, *website*

menjadi media informasi yang lebih dinamis dan dapat membangun reputasi *online* (Dipa et al., 2021). Hal ini menunjukkan pentingnya reputasi *online* dan pengelolaannya pada sebuah *website*.

Manajemen reputasi *online* adalah cara untuk memantau dan mengelola reputasi perusahaan, dengan tujuan menghilangkan ulasan negatif pada hasil mesin pencari (Attuluri & Mehta, 2018). Reputasi *online* mampu mendorong kepercayaan seseorang untuk bertransaksi secara *online* dan membangun citra profesional (Sugiono, 2020). Oleh karena itu, setiap *marketplace* reksadana *online* sudah sepatutnya mempertimbangkan faktor aksesibilitas dan skor SEO dalam mengelola reputasi perusahaan guna meningkatkan kepercayaan investor dan calon investor untuk bertransaksi di *platform online* yang mereka miliki.

Berdasarkan hasil pengecekan aksesibilitas dan skor SEO melalui alat pengecekan terhadap sejumlah *marketplace* reksadana *online*, maka diketahui terdapat kebutuhan untuk menggugah kesadaran manajemen untuk meningkatkan kualitas aksesibilitas pada setiap *platform* nya. Walaupun skor SEO tiap *platform* telah menunjukkan angka yang cukup baik namun seiring peningkatan kesadaran masyarakat tentang kesetaraan hak dalam aksesibilitas informasi dan kesempatan berinvestasi, bukan

mustahil akan muncul ketidakpuasan konsumen terhadap performa *platform* investasi *online* yang tersedia saat ini.

Ketidakpuasan konsumen terhadap *platform* dapat muncul ke permukaan dan ramai dibicarakan secara *online*. Hal ini tentu akan membahayakan reputasi perusahaan secara *online*. Popularitas dan jangkauan *platform* ulasan *online* pada saat ini telah berkembang pesat, terdapat peningkatan tekanan terhadap perusahaan untuk mempertahankan reputasi *online* yang sempurna. Di sisi lain, berinvestasi dalam produk dan layanan guna menghasilkan peringkat yang lebih baik, merupakan tantangan yang cukup berat pula. Maka, setiap perusahaan pasti memiliki resiko untuk mengalami kegagalan yang mengarah pada ulasan negatif. Berurusan dengan ulasan negatif merupakan hal yang menantang, karena tidak seperti ulasan yang beredar dari mulut ke mulut atau *offline*, ulasan negatif yang tersebar secara *online* tersebut dapat bertahan lebih permanen dan perusahaan tidak dapat menghapusnya secara selektif, atau memilih untuk tidak ditinjau sama sekali. Untuk mengelola ulasan yang tidak menguntungkan, perusahaan sering menggunakan praktik yang dipertanyakan seperti ulasan semu, meminta ulasan positif dengan imbalan tunjangan, mengancam tindakan hukum terhadap pengulas negatif, dan menggunakan non-klausul penghinaan dalam

kontrak penjualan yang menetapkan denda jika konsumen menulis ulasan negatif (Proserpio & Zervas, 2014)

Oleh karena itu diperlukan manajemen reputasi *online* yang tak hanya bersifat menangani isu negatif yang muncul, namun juga mengantisipasi peluang isu sebelum muncul ke permukaan. Salah satunya dengan menyamakan persepsi, kepentingan dan kolaborasi dengan pihak pengembang *website* agar lebih memastikan faktor aksesibilitas, sebelum kesenjangan aksesibilitas ini dikeluhkan publik yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *website marketplace* reksadana *online* yang diteliti pada penelitian ini masih memiliki sejumlah masalah aksesibilitas. Masalah tersebut berpotensi menghambat aksesibilitas informasi bagi para pengguna, termasuk dari kalangan penyandang disabilitas. Hal ini dikhawatirkan akan menjadi kendala teknis dan mengurangi peluang mereka untuk berpartisipasi sebagai investor dan calon investor.

Adapun jenis dampak aksesibilitas terbanyak masuk ke dalam kategori serius. Jenis isu terbanyak antara lain: kontras warna pada setiap elemen, pengisian landmark pada setiap konten, serta ketersediaan teks yang

dapat dilihat pada setiap tautan. Di samping itu diketahui pula bahwa akibat sejumlah isu yang muncul pada pengecekan aksesibilitas ini berdampak pada pengguna disabilitas dari kalangan penyandang hambatan penglihatan. Mulai dari penyandang buta warna, *low vision*, tunanetra, hingga buta tuli, serta penyandang hambatan mobilitas dan kognitif.

Sedangkan untuk hasil pengecekan skor SEO pada sejumlah *website marketplace* reksadana *online* diketahui bahwa skor yang dihasilkan dari dua alat pengecekan menunjukkan angka yang cukup baik. Namun demikian, aksesibilitas *website* tetap perlu ditingkatkan, sebab tak dapat dipungkiri bahwa hambatan aksesibilitas terhadap *website* dapat mempengaruhi performa dan kepuasan pengguna yang dapat berdampak pada reputasi perusahaan. Oleh karena itu diharapkan pihak manajemen dari *marketplace* reksadana *online* dapat mempertimbangkan pentingnya aksesibilitas informasi pada *website* mereka sebagai bagian dari manajemen reputasi *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abou-Zahra, S., & Brewer, J. (2019). Standards, guidelines, and trends. In Y. Yesilada & S. Harper (Eds.), *Web accessibility. the human-computer interaction series* (pp. 629–649). https://doi.org/10.1007/978-1-4471-7440-0_32
- AccessiBe. (2019). *5 Reasons why web accessibility should be your priority in 2019*.
- Amin, F., & Khan, M. F. (2020). Online reputation and stress: discovering the dark side of social media. *FIIB Business Review*, *10*(2), 181–192. <https://doi.org/10.1177/2319714520948171>
- Arasid, W., Abdullah, A. G., Wahyudin, D., Abdullah, C. U., Widiaty, I., Zakaria, D., Amelia, N., & Juhana, A. (2018). An analysis of *website* accessibility in higher education in Indonesia based on WCAG 2.0 guidelines. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *306*(012130). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/306/1/012130>
- Attuluri, S., & Mehta, A. (2018). A review on online reputation management for doctors at Indian corporate hospitals. *International Journal of Advanced Research*, *6*(6), 194–198. <https://doi.org/10.21474/ijar01/7201>
- Baihaqqy, M. R. I., Disman, Nugraha, Sari, M., & Ikhsan, S. (2020). The effect of financial literacy on the investment decision. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, *3*(4), 3073–3083. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1950040>
- Calvo, R., Seyedarabi, F., & Savva, A. (2016). Beyond *web* content accessibility guidelines. expert accessibility reviews. *ACM International Conference Proceeding Series*, 77–84. <https://doi.org/10.1145/3019943.3019955>
- Chen, W., & Tabari, S. (2017). A study of negative customer online reviews and managerial responses on social media — case study of the Marriott hotel group in Beijing. *Journal of Marketing and Consumer Research*, *41*, 53–64.
- Deastu, A. D. (2020). Analisis aksesibilitas *website* pemerintah provinsi di Indonesia menggunakan pedoman *web* content

- accessible guidelines 2.0. *Jurnal Repositor*, 2(10). <https://doi.org/10.22219/repositor.v2i10.1056>
- Destinasi Bandung. (2021). *Pengelolaan keuangan dan investasi dimasa pandemi dalam kemandirian ekonomi difabel*. DestinasiBandung.Co.Id. <https://www.destinasibandung.co.id/pengelolaan-keuangan-dan-investasi-dimasa-pandemi-dalam-kemandirian-ekonomi-difabel.html>
- Dipa, A. K., Hafiar, H., & Rahmat, A. (2021). *Website accessibility 3 best universities in west Sumatra regarding online reputation*. *Nyimak: Journal of Communication*, 5(2), 295 – 309.
- Fernández-Díaz, E., Iglesias-Sánchez, P. P., & Jambrino-Maldonado, C. (2020). Exploring who communication during the COVID 19 pandemic through the who *website* based on W3C guidelines: Accessible for all? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(16), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17165663>
- Frandini, M. A., Aknuranda, I., & Rokhmawati, R. I. (2018). Analisis tingkat aksesibilitas halaman utama situs *web* perguruan tinggi di Indonesia berdasarkan WCAG 2.0. *Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(3), 1045–1053.
- Frazão, T., & Duarte, C. (2020). Comparing accessibility evaluation plug-ins. *Proceedings of the 17th International Web for All Conference, W4A 2020*. <https://doi.org/10.1145/3371300.3383346>
- Gonçalves, R., Martins, J., & Branco, F. (2014). A review on the Portuguese enterprises *web* accessibility levels - A *website* accessibility high level improvement proposal. *Procedia Computer Science*, 27, 176–185. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2014.02.021>
- Hafiar, H., Subekti, P., Setianti, Y., & Dipa, A. K. (2022). Accessibility of Information on Marketplace *Websites* for Consumers with Disabilities. *Library Philosophy and Practice (Ejournal)*, 6010. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/6010>
- Irfan. (2020). *9 Marketplace reksadana online terbaik 2021, ulasan kelebihan dan kekurangannya*. Irfan.Id. <https://irfan.id/marketplace-reksadana-online-terbaik/>
- Ismail, A., & Kuppusamy, K. S. (2019). *Web accessibility investigation and identification of major issues of higher education websites with statistical measures: A case study of college websites*. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2019.03.011>
- Ismail, A., Kuppusamy, K. S., & Nengroo, A. S. (2018). Multi-tool accessibility assessment of government department *websites*: a case-study with JKGAD. *Disability and Rehabilitation: Assistive Technology*, 13(6), 504–516. <https://doi.org/10.1080/17483107.2017.1344883>
- Kawa, A., & Wałęsiak, M. (2019). Marketplace as a key actor in e-commerce value networks. *Logforum: Scientific Journal of Logistics*, 15(4), 521–529. <https://doi.org/10.17270/J.LOG.2019.351>
- Kesswani, N., & Kumar, S. (2016). Accessibility analysis of *websites* of educational institutions. *Perspectives in Science*, 8, 210–212. <https://doi.org/10.1016/j.pisc.2016.04.031>
- Kimmel, A. J. (2004). Rumors and the financial marketplace. *Journal of Behavioural Finance*, 5(3), 134–141. <https://doi.org/10.1207/s15427579jpfm0503>
- Kitterman, T. (2021). *Report : digital content accessibility has big impact on brand reputation*. PR Daily.

- Liivamägi, K. (2016). Investor education and trading activity on the stock market. *Baltic Journal of Economics*, 16(2), 114–131. <https://doi.org/10.1080/1406099X.2016.1189058>
- Masyhur, F. (2015). Evaluasi aksesibilitas *website* resmi kementerian dan lembaga menggunakan pedoman WCAG 2. 0. *Temu Ilmiah Peneliti Kominfo 2015*.
- Muharromah, I. A. (2019). Pengelolaan reputasi pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi nuklir melalui media online. *PProfesi Humas*, 4(1), 96–113. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i1.19616>
- Needham, S. (2021). *What is the SEO Score?* Siteimprove.
- Oncioiu, I., Popescu, D. M., Anghel, E., Petrescu, A. G., Bilcan, F. R., & Petrescu, M. (2020). Online company reputation-a thorny problem for optimizing corporate sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5547), 15–17. <https://doi.org/10.3390/su12145547>
- Proserpio, D., & Zervas, G. (2014). Online reputation management: estimating the impact of management responses on consumer reviews. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2521190>
- Rubano, V., & Vitali, F. (2020). Experiences from declarative markup to improve the accessibility of HTML. *Presented at Balisage: The Markup Conference 2020, Washington, DC, July 27 - 31, 2020. In Proceedings of Balisage: The Markup Conference 2020. Balisage Series on Markup Technologies*, 25. <https://doi.org/10.4242/balisagevol25.vitali01>
- Saripudin, S., Djohar, A., Rohendi, D., & Abdullah, A. G. (2019). Comparison of accessibility of OER repositories of developed countries and developing countries based on WCAG 2.0 guidelines. *Journal of Physics: Conference Series*, 1402. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1402/7/077042>
- Seker, S. E., & Eryarsoy, E. (2015). Generating digital reputation index: a case study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1074–1080. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.151>
- Sfenrianto, S., Wijaya, T., & Wang, G. (2018). Assessing the buyer trust and satisfaction factors in the E-marketplace. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 43–57. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762018000200105>
- Sims, G. (2016a). *Accessibility prioritization: laying the foundation with a strategic plan [Part 1]*.
- Sims, G. (2016b). *Accessibility prioritization: your tactical roadmap [Part 2]*.
- Sjoraida, D. F., Dewi, R., Adi, A. N., & Dipa, A. K. (2021). Penggunaan media sosial dalam membangun reputasi anggota legislatif di Jawa Barat. *PProfesi Humas*, 6(1), 89–110. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.32112>
- Sugiono, S. (2020). Online reputation conceptualization. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(1), 65–76. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.74>
- Tafesse, Y. Z. (2012). *The role of online reputation management in strategic business decisions in ericsson acknowledgment. June*, 92.
- Taylor, Z. W. (2019). *Web (in)accessible: Supporting access to Texas higher education for students with disabilities. Texas Education Review*, 7(2), 60–75. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26153/tsw/2285>
- Vallee, B., & Zeng, Y. (2018). Marketplace

- lending: a new banking paradigm? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3102984>
- Veglis, A., & Giomelakis, D. (2020). Search engine optimization. *Future Internet*, *12*(1), 506–510. <https://doi.org/10.3390/fi12010006>
- Velásquez, J. D., Estévez, P. A., Yasuda, H., Aoki, T., & Vera, E. (2004). Intelligent *Web* site: understanding the visitor behavior. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, *3213*, 140–147. https://doi.org/10.1007/978-3-540-30132-5_24
- Yu, H., & Han, E. (2021). Developing a measure for online shopping mall reputation (OSMR). *Sustainability (Switzerland)*, *13*(7). <https://doi.org/10.3390/su13073818>
- Zeng, X., & Parmanto, B. (2004). *Web* content accessibility of consumer health information *web* sites for people with disabilities: A cross sectional evaluation. *Journal of Medical Internet Research*, *6*(2), 1–21. <https://doi.org/10.2196/jmir.6.2.e19>