

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

Bab kajian pustaka ini akan diawali dengan membahas landasan teoritis. Landasan teoritis akan berisikan *grand theory* yang mendasari penelitian ini, dan teori-teori yang mendukung variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, pada bab ini juga akan dijabarkan mengenai beberapa hasil penelitian dari peneliti terdahulu.

Berdasarkan landasan teoritis dan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan, peneliti akan membuat kerangka pemikiran yang merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Selanjutnya dari kerangka pemikiran yang sudah dibuat peneliti akan membuat hipotesis penelitian yang merupakan anggapan sementara yang mengacu pada kerangka pemikiran dan perlu dibuktikan di penelitian ini.

#### A. Landasan Teoritis

##### 1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan didefinisikan oleh Jensen & Meckling (1976) sebagai suatu kontrak, dimana satu orang atau lebih (prinsipal) memberikan wewenang dan kepercayaan kepada pihak lainnya (agen) untuk melakukan beberapa tugas atas nama prinsipal termasuk dalam hal membuat keputusan. Teori ini menjelaskan bahwa agen akan membuat keputusan sebagai bentuk pertanggungjawaban dari wewenang dan kepercayaan yang sudah diberikan oleh prinsipal sesuai dengan kontrak kerja yang sudah disepakati. Dijelaskan oleh Jensen & Meckling (1976) jika prinsipal dan agen dalam hubungan agensi adalah pemaksimal utilitas, maka ada alasan yang kuat untuk percaya bahwa agen tidak akan selalu bertindak sesuai keinginan prinsipal. Prinsipal dapat mempersempit adanya perbedaan kepentingan dengan memberikan insentif yang sesuai untuk agen dan mengeluarkan biaya





*monitoring* atau pengawasan untuk membatasi aktivitas dari agen yang menyimpang.

Selain itu, Jensen & Meckling (1976) menjelaskan bahwa tidak mungkin dengan biaya nol, prinsipal dapat memastikan bahwa agen telah mengambil keputusan yang optimal. Oleh karena itu, *agency cost* yang dijelaskan oleh Jensen & Meckling (1976) sebagai berikut:

- a. *The monitoring expenditure by the principle*, biaya pengawasan yang dikeluarkan untuk membatasi perilaku agen dalam mengelola perusahaan.
- b. *The bounding expenditure by the agent (bounding cost)*, biaya yang dikeluarkan oleh agen untuk menjamin bahwa agen tidak bertindak merugikan prinsipal atau untuk memastikan bahwa prinsipal akan mendapatkan kompensasi jika agen bertindak merugikan.
- c. *The residual loss*, penurunan tingkat utilitas prinsipal maupun agen karena adanya hubungan agensi.

Eisenhardt (1989) menjelaskan bahwa hubungan keagenan dapat menyebabkan dua masalah, yaitu terjadinya konflik kepentingan akibat ketidaksamaan tujuan antara prinsipal dan agen serta ketidakmampuan prinsipal untuk memastikan apa yang sebenarnya dilakukan oleh agen. Menurut Eisenhardt (1989) teori keagenan ini berfokus untuk menentukan bagaimana kontrak yang paling efisien untuk mengatur hubungan agen dan prinsipal dengan asumsi mengenai sifat manusia, asumsi organisasi, dan asumsi informasi. Asumsi pertama adalah asumsi mengenai sifat manusia yakni, manusia yang pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), manusia yang memiliki keterbatasan rasionalitas (*bounded rationality*), dan manusia yang selalu menghindari resiko (*risk averse*). Asumsi kedua adalah asumsi tentang keorganisasian, dimana asumsi ini menekankan bahwa adanya konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria keefektifan, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



adanya asimetri informasi antara prinsipal dan agen. Asumsi ketiga adalah asumsi tentang informasi, asumsi ini menekankan bahwa informasi yang ada dianggap sebagai barang komoditi yang bisa diperjualbelikan.

Menurut Schroeder et al., (2020:138) hubungan keagenan yang terjadi antara agen dan prinsipal ini terjadi karena prinsipal tidak memiliki keahlian untuk mengelola perusahaan seorang diri. Oleh karena itu prinsipal mempekerjakan seseorang untuk mewakili mereka. Seseorang inilah yang disebut agen yang dipercaya untuk mengambil keputusan yang tepat terkait dengan kepentingan prinsipal. Prinsipal tidak dapat mengamati seluruh tindakan dan keputusan yang diambil secara langsung oleh agen, sehingga akan timbul ancaman bahwa agen akan bertindak untuk memaksimalkan kekayaan pribadinya daripada kepentingan prinsipal. Hanya agen yang mengetahui apakah tindakan dan keputusan yang diambil olehnya sudah sesuai dengan kepentingan prinsipal atau tidak. Hal ini akan memicu timbulnya asimetri informasi.

Asimetri informasi terjadi jika salah satu pihak dalam suatu hubungan memiliki informasi yang lebih banyak atau lebih baik dibandingkan pihak lainnya (Scott, 2015:313). Menurut Scott (2015:22-23) terdapat dua macam asimetri informasi, yaitu:

- a. *Adverse Selection*, asimetri informasi yang terjadi dikarenakan agen atau pihak internal perusahaan lainnya mengetahui lebih banyak mengenai kondisi perusahaan saat ini dan prospek perusahaan daripada pihak luar.
- b. *Moral Hazard*, asimetri informasi yang terjadi dikarenakan prinsipal tidak mengetahui secara menyeluruh kegiatan yang dilakukan oleh agen. Sehingga agen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dapat melakukan tindakan diluar kepentingan prinsipal yang tidak sesuai dengan kontrak kerja.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Selain itu, Scott (2015:358) menjelaskan bahwa teori agensi relevan dengan akuntansi karena sering bergantung pada laba yang dilaporkan. Untuk melakukan pengendalian terhadap permasalahan *moral hazard* yang mungkin terjadi, prinsipal dapat memberikan kepada agen bagian dari laba bersih yang dilaporkan yang tentunya akan memberikan motivasi kepada agen. Namun, hal ini dapat memberikan implikasi bahwa agen memiliki kepentingan pribadi terhadap laba bersih yang dilaporkannya dalam laporan keuangan. Oleh karena itu agen yang mengetahui semua informasi yang ada dapat memanfaatkan posisinya untuk memanipulasi laporan keuangan khususnya angka laba agar kinerjanya dapat terlihat baik oleh prinsipal (Scott, 2015:390). Manipulasi yang dilakukan oleh agen karena adanya konflik kepentingan ini, dapat mengurangi relevansi nilai informasi akuntansi yang ada pada laporan keuangan.

## 2. Teori Surplus Bersih (*Clean Surplus Theory*)

Teori surplus bersih dicetuskan pertama kali oleh James A Ohlson pada tahun 1995 dan merupakan teori yang mendasari penelitian mengenai relevansi nilai. Menurut Ohlson (1995) teori surplus bersih menunjukkan kerangka kerja yang konsisten dengan pendekatan pengukuran yang menunjukkan bagaimana nilai pasar perusahaan dapat ditunjukkan melalui komponen laporan keuangan yaitu laporan laba rugi dan neraca. Pada teori ini dikenal adanya hubungan surplus bersih. Dalam hubungan surplus bersih, dijelaskan oleh Ohlson (1995) terdapat istilah *net of capital contribution* untuk memperoleh nilai perubahan ekuitas yang dilakukan dengan menjumlahkan nilai laba dan mengurangi dividen. Hubungan surplus bersih ini menjelaskan bahwa perubahan nilai aktiva dan kewajiban yang tidak terkait dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dividen harus melewati laporan laba rugi. Menurut Ohlson (1995) dividen tidak relevan dalam menjelaskan nilai perusahaan sehingga disatukan dengan nilai buku ekuitas, yaitu mengurangi nilai buku tanpa mengurangi laba. Namun Feltham & Ohlson (1995) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa nilai perusahaan dapat diekspresikan dengan baik dalam informasi akuntansi lainnya seperti dividen dan arus kas (Scott, 2015:233).

Feltham & Ohlson (1995) menjelaskan bahwa nilai pasar berhubungan dengan data akuntansi perusahaan yang mengungkapkan hasil dari aktivitas operasi dan keuangan perusahaan. Aktivitas operasi dan keuangan ini menimbulkan masalah pengukuran yang berbeda yang tentunya memengaruhi analisis nilai pasar perusahaan sebagai fungsi dari komponen laporan keuangan. Nilai pasar suatu perusahaan dijelaskan oleh Ohlson (1995) sebagai gabungan antara laba agregasi dan nilai buku ekuitas suatu perusahaan yang diharapkan di masa yang akan datang. Sehingga, dapat dikatakan bahwa variabel dasar untuk menentukan nilai perusahaan adalah laba dan nilai buku ekuitas.

Teori surplus bersih telah berhasil dalam menjelaskan dan memprediksi nilai perusahaan secara aktual (Scott, 2015:221). Selain laba dan nilai buku ekuitas, teori surplus bersih yang dikemukakan oleh Ohlson (1995) juga menjelaskan mengenai adanya informasi akuntansi lainnya yang relevan dan dapat digunakan oleh perusahaan untuk merevisi prediksinya mengenai profitabilitas masa depan dalam menentukan nilai pasar perusahaan. Konsep relevansi nilai ini tidak dapat dipisahkan dari kriteria relevan laporan keuangan dikarenakan jumlah suatu angka akuntansi akan menjadi relevan jika jumlah yang disajikan dapat merefleksikan informasi-informasi yang relevan dengan penilaian suatu perusahaan (Widiastuti & Meiden, 2013).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Teori Pasar Efisien (*Efficient Market Hypotesis*)

Ⓒ Pasar yang ideal dijelaskan oleh Fama (1970) adalah sebuah pasar dimana harga mencerminkan semua informasi yang ada yang dapat digunakan oleh investor sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dan digunakan oleh perusahaan untuk membuat keputusan investasi produksinya. Para ekonom berpendapat bahwa dalam pasar persaingan sempurna, harga terbentuk dari adanya ketersediaan produk (penawaran) dan adanya keinginan untuk membeli (permintaan). Dalam model penawaran dan permintaan, harga ditentukan dengan konsensus dari pengetahuan pembeli mengenai informasi yang relevan atas produk. Model ini telah digunakan di pasar modal, sehingga dikenal sebagai hipotesis pasar efisien (Schroeder et al., 2020:121-122). Terdapat empat poin yang harus diperhatikan dalam teori pasar efisien menurut Scott (2015:122-123):

- a. Harga pasar adalah efisien sehubungan dengan informasi yang diketahui oleh publik. Definisi ini tidak mengijinkan adanya informasi yang disampaikan oleh orang dalam atau *inside information*. Jika ingin mengambil keuntungan dari *inside information*, seseorang mungkin dapat memperoleh keuntungan yang lebih atas investasi mereka dengan mengorbankan publik. Hal ini disebabkan karena harga pasar dari investasi, hanya mencerminkan informasi yang tersedia untuk publik dan tidak memasukkan pengetahuan dan informasi yang dimiliki orang dalam.
- b. Efisiensi pasar adalah suatu konsep yang relatif. Pasar efisien sangat relatif dengan informasi yang tersedia untuk publik. Definisi efisiensi ini memiliki arti bahwa begitu informasi baru atau yang dikoreksi tersedia untuk umum, harga pasar akan dengan cepat menyesuaikan. Penyesuaian ini terjadi karena investor yang rasional akan merevisi keyakinan mereka tentang masa depan kinerja segera setelah informasi baru dari sumber apa pun diketahui.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Investasi adalah permainan yang adil jika pasar efisien. Ini menunjukkan bahwa investor tidak dapat mengharapkan *return* yang berlebihan saham atau portfolio melebihi *return* normal, dimana *return* ini juga mengandung resiko.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

d. Dalam pasar efisien, harga pasar sekuritas harus berfluktuasi secara acak. Hal ini dikarenakan hal apapun mengenai nilai perusahaan yang dapat diharapkan akan sepenuhnya tercermin dalam harga sekuritasnya oleh pasar yang efisien segera setelah ekspektasi terbentuk.

Pembahasan mengenai teori pasar efisien dalam literatur akademis telah mendefinisikan seluruh informasi yang tersedia dalam tiga cara yang berbeda yang dijelaskan oleh (Fama, 1970) dalam (Hartono, 2017:607-610; Schroeder et al., 2020:123-124; Suwardjono, 2010:489) yaitu:

a. Pasar Efisien Bentuk Lemah (*Weak Form*)

Berdasarkan teori ini, pasar akan menjadi efisien dalam bentuk lemah jika harga-harga saham mencerminkan secara penuh informasi masa lalu. Dalam hal ini, informasi masa lalu yang dimaksud adalah informasi yang sudah terjadi.

b. Pasar Efisien Bentuk Semi Kuat (*Semistrong Form*)

Berdasarkan teori ini, pasar akan menjadi efisien dalam bentuk semi kuat jika harga-harga saham secara penuh mencerminkan semua informasi yang dipublikasikan termasuk informasi yang berada di laporan keuangan perusahaan emiten. Dijelaskan oleh Hartono (2017:607-608) informasi yang dipublikasikan sebagai berikut:

(1) Informasi yang dipublikasikan hanya mempengaruhi harga saham dari perusahaan yang mempublikasikan informasi tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2) Informasi yang dipublikasikan mempengaruhi harga saham sejumlah perusahaan, dapat berupa peraturan pemerintah atau regulator yang hanya berpengaruh terhadap perusahaan yang terkena regulasi tersebut.

(3) Informasi yang dipublikasikan mempengaruhi harga saham semua perusahaan yang terdaftar di pasar modal, dapat berupa peraturan pemerintah atau regulator yang berpengaruh terhadap semua perusahaan emiten di pasar modal.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**C. Pasar Efisien Bentuk Kuat (*Strong Form*).**

Berdasarkan teori ini, pasar akan menjadi efisien dalam bentuk kuat jika harga saham secara penuh mencerminkan semua informasi yang tersedia, baik informasi yang tersedia secara publik ataupun privat (*insider information*).

Ketiga bentuk dari pasar efisien ini memiliki perbedaan pada informasi yang diasumsikan termasuk di dalam penentuan harga sekuritas. Dari ketiga jenis bentuk pasar ini, bentuk pasar semi kuat (*semistrong form*) adalah bentuk pasar efisien yang berkaitan langsung dengan penelitian mengenai relevansi nilai ini dikarenakan informasi akuntansi yang tercermin dalam laporan keuangan tersedia di publik. Sehingga dapat melihat seberapa cepat pasar bereaksi terhadap informasi yang dipublikasikan (Scott, 2015:156).

Hartono (2017:613) menjelaskan bahwa pasar efisien yang dijelaskan oleh Fama (1970) merupakan pasar efisien secara informasi yang hanya melibatkan kecepatan dalam distribusi informasi dan kecepatan reaksi pasar. Selain jenis efisiensi pasar ini, terdapat jenis pasar efisien lainnya yaitu pasar efisien secara keputusan yang juga termasuk dalam jenis pasar efisien bentuk setengah kuat. Pasar ini lebih menekankan kepintaran pasar dalam pengambilan keputusan. Selain informasi, pasar efisien membutuhkan kepintaran pasar. Pasar yang pintar dapat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





mengambil keputusan secara benar. Walaupun informasi terdistribusi dengan cepat dan setiap orang mendapatkannya, jika pemegang informasi tidak mampu mengambil keputusan yang benar, maka pasar akan disebut sebagai pasar yang tidak efisien.

#### 4. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973) yang memberikan penjelasan bahwa pihak pemberi informasi akan memberikan sinyal berupa informasi yang dapat menggambarkan kondisi perusahaan yang bermanfaat bagi penerima informasi dalam pengambilan keputusan. Sinyal didefinisikan oleh Brigham & Houston (2019:500) sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor mengenai bagaimana manajemen perusahaan dalam memandang prospek perusahaan. Teori sinyal dijelaskan oleh Connelly et al (2011) berguna untuk menggambarkan suatu perilaku ketika dua pihak yaitu individu dan organisasi memiliki akses informasi yang berbeda. Menurut Puspitaningtyas (2019) teori sinyal memiliki asumsi bahwa manajer memiliki informasi yang akurat mengenai nilai perusahaan yang mungkin tidak diketahui oleh investor. Hal ini juga ditegaskan oleh Brigham & Houston (2019:499) bahwa seringkali manajemen perusahaan memiliki informasi yang lebih baik daripada investor.

Biasanya pihak yang memberikan informasi dalam hal ini manajemen perusahaan harus memilih bagaimana mengomunikasikan sinyal kepada pihak eksternal perusahaan, sedangkan pihak penerima informasi harus memilih bagaimana menafsirkan sinyal yang diberikan oleh manajemen perusahaan (Connelly et al., 2011). Informasi yang disampaikan oleh manajemen perusahaan biasanya berupa laporan keuangan. Laporan keuangan yang relevan akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



mempengaruhi para pihak pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan (Kieso et al., 2016:42). Perusahaan dengan laba yang lebih tinggi dibandingkan tahun lalu disebut memberikan sinyal yang baik (*goodnews*), sebaliknya perusahaan yang melaporkan laba lebih rendah dibandingkan tahun lalu disebut memberikan sinyal yang buruk (*bad news*) terhadap pasar (Scott, 2015:160). Maka dapat disimpulkan bahwa informasi keuangan yang disampaikan oleh manajemen perusahaan adalah positif, maka para pengguna laporan keuangan tersebut akan menafsirkan sinyal tersebut sebagai sinyal baik. Namun jika informasi keuangan yang disampaikan adalah negatif, maka akan ditafsirkan sebagai sinyal yang buruk oleh para pengguna laporan keuangan.

##### 5. *The Decision Usefulness Approach*

Pendekatan kebermanfaatan keputusan atau *the decision usefulness approach* pertama kali dikenalkan pada tahun 1954 oleh George J Staubus (Staubus, 2003). Staubus (2003) menjelaskan bahwa pendekatan kebermanfaatan keputusan ini memiliki tujuan inti untuk memberikan informasi yang bermanfaat dalam proses pembuatan berbagai keputusan. Menurut Scott (2015:73) pendekatan kebermanfaatan keputusan ini membahas dua pertanyaan utama, yaitu:

a. Siapa pengguna laporan keuangan?

Terdapat banyak pengguna laporan keuangan. Pengguna laporan keuangan ini digolongkan dalam beberapa kelompok, seperti investor, pemilik, manajer, perserikatan, pengatur standar, dan pemerintah. Kelompok ini disebut sebagai penyusun akuntansi atau *constituencies of accounting*.

b. Apakah persoalan keputusan dari pengguna laporan keuangan?

Akuntan akan lebih mudah untuk menyiapkan kebutuhan informasi apabila memahami persoalan keputusan dari para pengguna laporan keuangan. Dapat



dikatakan, membuat informasi mengenai laporan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan para pengguna laporan keuangan akan membantu peningkatan pengambilan keputusan, sehingga laporan keuangan yang dibuat akan lebih bermanfaat.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Untuk membantu menjawab dua pertanyaan tersebut, akuntan mengarahkannya ke berbagai teori yaitu:

a. *Single-person (Theory of Decision)*

Teori ini menjadi dasar yang baik untuk mulai memahami bagaimana individu membuat keputusan yang rasional di bawah kondisi ketidakpastian. Teori keputusan ini menuntut prosedur formal yang harus dilakukan oleh individu untuk mengambil keputusan terbaik dengan memilih salah satu dari berbagai alternatif yang tersedia. Teori keputusan ini relevan untuk akuntansi karena laporan keuangan memberikan informasi tambahan yang bermanfaat bagi para penggunanya untuk pengambilan keputusan. Teori ini membantu akuntan untuk memahami pentingnya informasi akuntansi yang dapat mempengaruhi tindakan yang dilakukan oleh investor.

b. *Teori Investasi (Theory of Investment)*

Suatu teori keputusan yang digunakan sebagai model dari proses keputusan investor yang rasional. Teori ini membantu untuk mengerti sifat suatu risiko dalam konteks investasi portofolio.

Teori pembuat keputusan tunggal dan teori investasi memberikan pemahaman mengenai kebutuhan investor yang rasional dan menghindari resiko.

Kedua teori ini menjelaskan bahwa investor membutuhkan informasi akuntansi untuk membantunya dalam menilai *return* yang diharapkan dari sahamnya (Scott,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2015:107). Lebih lanjut, Scott (2015:78) menjelaskan bahwa agar lebih bermanfaat, informasi dalam laporan keuangan harus dapat membantu untuk memprediksi pengembalian investor dimasa depan. Godfrey et al (2010:24) menjelaskan bahwa pendekatan kebermanfaatan keputusan ini memiliki asumsi bahwa tujuan dasar dari akuntansi adalah untuk membantu proses pengambilan keputusan oleh para pengguna laporan keuangan dengan menyediakan informasi akuntansi yang bermanfaat atau relevan.

IASB dan FASB telah mengadopsi pendekatan kebermanfaatan keputusan atau *the decision usefulness approach*. Hal ini dapat terlihat pada kerangka konseptual yang menunjukkan pengakuan yang jelas mengenai peran laporan keuangan dalam memberikan manfaat informasi bagi investor (Scott, 2015:107). Oleh karena itu, agar para pengguna laporan keuangan dapat memperoleh informasi dari laporan keuangan secara tepat waktu dan dapat diandalkan, Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam LK) berdasarkan Peraturan X.K.2 yang disempurnakan dalam KEP-346/BL/2011 dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29/POJK.04/2016 mewajibkan perusahaan yang sudah *go public* untuk menyampaikan laporan keuangan tahunannya yang sudah di audit sesuai dengan aturan yang berlaku.

Laporan keuangan dengan informasi akuntansi berupa laba dan nilai buku memiliki sifat yang mendasar dalam menjelaskan nilai perusahaan. Di luar itu, penelitian ini memberikan ruang tambahan bagi informasi akuntansi lainnya yaitu biaya penelitian dan pengembangan serta biaya iklan dan promosi yang dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan bahan pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusannya terkait nilai perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 6. Relevansi Nilai Informasi Akuntansi

### a. Definisi

Relevansi berasal dari kata “relevan” yang didefinisikan dalam *Kohler’s Dictionary for Accountant* (Kohler et al., 1983:427) sebagai sebuah kualitas informasi akuntansi yang membuat informasi akuntansi berguna bagi pengambil keputusan. Sedangkan nilai dalam (Kohler et al., 1983:529) didefinisikan sebagai nilai yang diatribusikan, yang dinyatakan dalam uang dan diterapkan pada aset tertentu, layanan yang diberikan, sekelompok aset, atau ke seluruh unit bisnis.

Menurut Beisland (2009) relevansi nilai adalah kemampuan informasi keuangan untuk menangkap dan meringkas informasi yang digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. Hal ini berarti relevansi nilai dapat menunjukkan seberapa luas informasi akuntansi yang tersedia mampu mencerminkan informasi yang dapat diperoleh oleh para pengambil keputusan dalam menilai perusahaan (Sadita et al., 2019). Dalam penelitiannya Utami & Haryono (2021) menyatakan bahwa informasi akuntansi yang terdapat pada laporan keuangan memiliki nilai relevansi terhadap nilai saham, sehingga banyak pemegang saham melihat informasi akuntansi tersebut sebagai bahan pertimbangannya dalam pengambilan keputusan.

Konsep relevansi nilai memiliki hubungan yang terkait dengan konsep kebermanfaatan keputusan informasi akuntansi atau *decision-usefulness of accounting information*. Konsep relevansi nilai menekankan pada “Bagaimana informasi akuntansi dapat memiliki nilai yang relevan bagi para investor?”, sedangkan konsep *decision-usefulness of accounting information* menekankan pada “Bagaimana laporan keuangan bisa lebih bermanfaat?”(Puspitaningtyas,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2012). Penekanan konsep relevansi nilai ini juga ditegaskan oleh Beisland (2009) bahwa penelitian relevansi nilai dilakukan untuk mengukur kegunaan informasi akuntansi dari perspektif investor.

Konsep relevansi nilai disampaikan secara berbeda oleh Francis & Schipper (1999). Pertama, informasi laporan keuangan memengaruhi harga saham karena mengandung nilai intrinsik saham sehingga berpengaruh terhadap harga saham. Kedua, informasi keuangan adalah nilai relevan jika mengandung variabel yang digunakan dalam model penelitian atau membantu dalam memprediksi model-model tersebut. Ketiga, hubungan statistik digunakan untuk mengukur apakah investor benar-benar menggunakan informasi tersebut dalam penetapan harga, sehingga nilai relevan dapat diukur dengan kemampuan informasi laporan keuangan untuk mengubah harga saham karena menyebabkan investor memperbaiki ekspektasinya. Keempat, relevansi nilai diukur dengan kemampuan informasi laporan keuangan untuk menangkap atau meringkas berbagai macam informasi yang memengaruhi nilai saham.

Sebelum investor memutuskan untuk berinvestasi, investor terlebih dahulu mempelajari laporan keuangan perusahaan untuk mempelajari kelemahan dan kelebihan, mengidentifikasi tren dan pengembangan yang mendasarinya, mengevaluasi efisiensi operasi, dan mendapatkan pemahaman umum mengenai sifat dan karakteristik operasi perusahaan (Smart et al., 2017:296). Dalam kerangka konseptual akuntansi keuangan, dijelaskan bahwa laporan keuangan dapat berguna bagi para pemakainya jika memiliki karakteristik kualitatif. Karakteristik kualitatif laporan keuangan ini dijelaskan oleh *Financial Accounting Standards Board* dalam (Kieso et al., 2016:41) untuk membedakan

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



informasi yang lebih baik (lebih berguna) dan informasi yang inferior (kurang bermanfaat) dalam hal pengambilan keputusan.

Karakteristik kualitatif laporan keuangan bersifat fundamental tergantung bagaimana laporan keuangan memengaruhi keputusan-kegunaan (*decision-usefulness*) informasi (Kieso et al., 2016:42). Salah satu dari karakteristik kualitatif adalah kualitas fundamental. Kualitas fundamental laporan keuangan terdiri atas dua syarat yaitu:

- (1) Relevan, yang berarti suatu laporan keuangan harus mampu untuk membuat perbedaan dalam hal pengambilan keputusan.
- (2) Penyajian yang tepat, yang berarti suatu laporan keuangan harus mencakup fenomena yang disajikan secara apa adanya.

Terdapat unsur-unsur yang dapat membentuk laporan keuangan untuk menghasilkan informasi akuntansi yang relevan atau dapat membuat perbedaan dalam hal pengambilan keputusan yang disampaikan oleh (Kieso et al., 2016:43). Unsur pertama adalah nilai prediktif, dimana informasi akuntansi dikatakan memiliki unsur ini jika memiliki nilai sebagai masukan untuk memproses prediksi yang digunakan oleh investor untuk membentuk ekspektasinya di masa yang akan datang. Unsur kedua adalah nilai konfirmasi, dimana informasi akuntansi yang relevan membantu para pengguna informasi untuk mengkonfirmasi atau melakukan koreksi atas ekspektasi yang sebelumnya diharapkan. Unsur ketiga adalah materialitas, dimana unsur ini adalah aspek relevansi bagi suatu perusahaan. Informasi akuntansi bersifat material jika informasi tersebut dihilangkan atau terdapat salah saji dalam penyajiannya di laporan keuangan dapat memengaruhi pengambilan keputusan oleh para pengguna laporan keuangan.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sebuah pengujian relevansi nilai merupakan pengujian gabungan dari kriteria laporan keuangan yang relevan dan reliabilitas. Informasi akuntansi dianggap reliabilitas jika informasi tersebut dapat diandalkan dan mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Hal ini ditegaskan dalam penelitian Barth et al (2001) yang menyampaikan bahwa relevansi nilai adalah operasionalisasi empiris dari kriteria informasi akuntansi yang relevan dan reliabilitas, karena informasi akan menjadi relevan jika memiliki prediksi signifikan yang hubungannya terkait dengan harga saham suatu perusahaan. Tetapi hal itu hanya terjadi jika informasi akuntansi tersebut relevan dengan investor dalam menentukan nilai perusahaan dan diukur cukup andal untuk tercermin dalam harga saham. Hal ini ditegaskan oleh Scott (2015:153) bahwa ketika harga saham bereaksi terhadap informasi akuntansi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa informasi akuntansi memiliki relevansi nilai.

Studi relevansi nilai diklasifikasikan ke dalam tiga kategori penelitian yang disampaikan oleh Holthausen & Watts (2001) antara lain:

(1) Studi Hubungan Relatif (*Relative Association Studies*)

Studi ini menguji hubungan antara informasi yang diberikan oleh nilai pasar saham atau return saham dan informasi keuangan. Pengujian pada studi ini biasanya menggunakan regresi  $R^2$ , dimana nilai  $R^2$  yang lebih besar menggambarkan semakin besar pula tingkat relevansi nilai informasi akuntansi tersebut. Salah satu penelitian yang menggunakan studi ini adalah (Dhaliwal et al., 1999) yang menguji informasi akuntansi yaitu laba komprehensif dan laba bersih terhadap *return* saham. Penelitian lainnya dilakukan oleh (Chan & Seow, 1996) yang meneliti hubungan antara *return* saham dan laba dengan standar akuntansi asing dan laba yang disesuaikan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





dengan US GAAP. Studi ini juga digunakan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Gu & Li, 2010; McIlkenny & Persaud, 2017; Nyabundi, 2013; Qureshi, 2015, 2017; Shah et al., 2008)

(2) Studi Hubungan Inkremental/Tambahan (*Incremental Association Studies*)

Studi ini menguji apakah informasi akuntansi yang menarik berguna untuk menjelaskan harga saham atau return saham yang diberikan variabel tertentu lainnya. Angka akuntansi biasanya dianggap relevan jika koefisien regresi yang diperkirakan secara signifikan berbeda dari nol. Pengujian relevansi nilai dalam studi hubungan inkremental memerlukan suatu model penelitian untuk memprediksi nilai koefisien. Penelitian yang menggunakan studi ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Venkatachalam, 1996) yang memeriksa hubungan inkremental dari nilai wajar manajemen risiko derivatif dalam regresi nilai pasar ekuitas pada berbagai on dan off item neraca. Studi ini juga dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu yaitu (Adwan et al., 2020; Han & Manry, 2004).

(3) Studi Konten Informasi Marginal (*Marginal Information Content Studies*)

Studi ini menguji apakah sejumlah informasi tertentu dapat menambah relevansi informasi keuangan bagi investor. Studi ini biasanya melihat suatu peristiwa dalam periode waktu jendela yang pendek untuk menentukan apakah angka akuntansi yang dirilis berhubungan dengan perubahan nilai. Reaksi atas harga dianggap sebagai bukti relevansi nilai. Penelitian yang menggunakan studi ini dilakukan oleh (Amir & Lev, 1996) yang melakukan pengujian informasi keuangan seperti laba, nilai buku, dan arus kas serta informasi non keuangan yaitu ukuran populasi dan penetrasi pasar terhadap harga saham dan *return* saham per kuartal. Selain itu, studi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ini juga dilakukan oleh penelitian terdahulu yaitu (Akbar & Stark, 2003; Elshandidy, 2014; Omokhodu & Ibadin, 2015; Shah et al., 2009, 2013; Tsoligkas & Tsalavoutas, 2011).

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**b. Model Pengukuran**

Dalam penelitiannya, Ota (2001) menyatakan bahwa model penelitian bertujuan untuk menguji hubungan empiris antara nilai pasar saham (atau perubahan nilai) dan berbagai angka akuntansi. Dijelaskan juga oleh Ota (2001) bahwa terdapat dua model penilaian yang umum digunakan untuk menguji hubungan tersebut, yaitu model harga (*price model*) dan model pengembalian (*return model*).

**(1) Model Harga (*price model*)**

Model pengukuran relevansi nilai yang dikembangkan oleh Ohlson (1995) pada umumnya digunakan untuk menentukan hubungan antara nilai-nilai ekuitas dan variabel informasi akuntansi lainnya, seperti laba dan nilai buku yang mungkin dapat memengaruhi relevansi nilai informasi akuntansi.

Model Ohlson secara umum:

$$P_t = \alpha_1 x_t + \alpha_2 b_t + \alpha_3 v_t + e_t$$

Keterangan:

- $P_t$  = harga saham atau nilai pasar perusahaan pada tahun t
- $x_t$  = laba akuntansi pada tahun t
- $b_t$  = nilai buku ekuitas pada tahun t
- $v_t$  = informasi selain laba dan nilai buku ekuitas pada tahun t
- $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$  = slope / koefisien
- $e_t$  = error

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## (2) Model Pengembalian (*Return Model*)

Model pengembalian dijelaskan oleh Lev & Zarowin (1999), digunakan untuk memprediksi hubungan antara *return* saham dan tingkat perubahan laba yang dirumuskan sebagai berikut

$$R_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 E_{it} + \alpha_2 \Delta E_{it} + \varepsilon_{it}$$

Dimana:

$R_{it}$  = *return* saham perusahaan i pada tahun t

$E_{it}$  = laba sebelum *extraordinary items* perusahaan i pada tahun t

$\Delta E_{it}$  = perubahan laba tahunan,  $\Delta E_{it} = E_{it} - E_{i,t-1}$

$\varepsilon_{it}$  = *error*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## 7. Biaya Penelitian dan Pengembangan dalam Perspektif PSAK 19

Di Indonesia, biaya penelitian dan pengembangan di atur dalam PSAK 20 tahun 1994 tentang Biaya Riset dan Pengembangan. Namun semenjak tahun 2000, PSAK 20 sudah tidak berlaku lagi yang digantikan oleh PSAK 19 tahun 2000 mengenai Aset Tak Berwujud yang berlaku efektif 1 Januari 2001. Kemudian PSAK 19 tahun 2000 mengalami revisi pada tahun 2010 yang mengadopsi IAS 38 mengenai *Intangible Assets* yang berlaku efektif 1 Januari 2011. Selanjutnya, PSAK 19 tahun 2010 mengalami penyesuaian dengan mengadopsi pembaharuan IAS 38 mengenai *Intangible Assets* yang efektif per 1 Januari 2014 dan PSAK 19 tersebut berlaku efektif 1 Januari 2015.

Terdapat dua karakteristik utama yang dimiliki oleh aset tak berwujud yang dijelaskan oleh Kieso et al., (2016:612) yaitu:

- Tidak memiliki keberadaan fisik. Aset tak berwujud memperoleh nilai dari hak istimewa yang diberikan kepada perusahaan yang menggunakannya. Aset tak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berwujud tidak seperti aset berwujud yang memiliki keberadaan fisik seperti properti, pabrik, dan peralatan.

5. Tidak termasuk sebagai instrumen keuangan. Aset seperti piutang, deposito bank, dan investasi jangka panjang dalam obligasi dan saham juga tidak memiliki keberadaan fisik. Namun instrumen keuangan ini mendapatkan nilai dari hak istimewa untuk menerima kas dan setara kas di masa depan. Instrumen keuangan tidak termasuk dalam aset tak berwujud.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan PSAK 19, penelitian adalah penyelidikan asli dan terencana yang dilaksanakan dengan harapan memperoleh pembaruan pengetahuan dan pemahaman teknis mengenai suatu ilmu yang baru. Sedangkan pengembangan adalah penerapan hasil penelitian atau pengetahuan lain ke dalam suatu rencana atau rancangan untuk produksi bahan baku, alat, produk, proses, sistem atau jasa, sebelum dimulainya produksi komersial atau pemakaian (IAI, 2014). Menurut Kieso et al (2016:628) kegiatan penelitian dan pengembangan sering menghasilkan pengembangan paten atau hak cipta (seperti produk baru, proses, ide, formula, komposisi, atau karya sastra) yang dapat memberikan nilai masa depan. Hal ini juga dijelaskan oleh Puustinen (2021) bahwa tujuan dasar dari kegiatan penelitian dan pengembangan perusahaan adalah untuk mendapatkan pengetahuan ilmiah atau teknis yang baru dan menggunakan pengetahuan ini untuk merencanakan atau merancang produk baru dan jasa. Produk dan jasa ini kemudian dapat dikomersialkan untuk menumbuhkan bisnis perusahaan saat ini dan menciptakan lebih banyak arus kas di masa depan.

Terdapat perbedaan perlakuan terkait aset tak berwujud antara GAAP dan IFRS. IFRS mengizinkan kapitalisasi aset tak berwujud yang dihasilkan secara internal jika terdapat manfaat di masa yang akan datang. Namun, GAAP

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

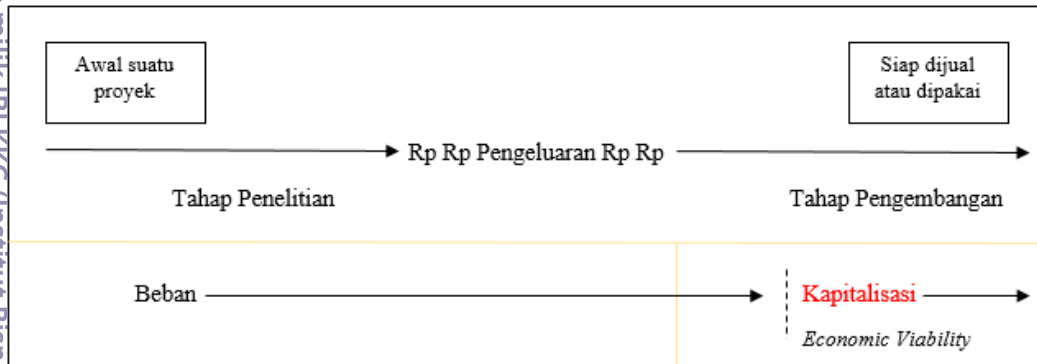
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

mengharuskan untuk membebankan semua pengeluaran terkait aset tak berwujud yang dihasilkan secara internal (Kieso et al., 2016:652).

**Gambar 2.1**  
**Tahap Penelitian dan Pengembangan**



Sumber: Kieso et al., (2016:653)

Tahapan penelitian dan pengembangan memiliki perlakuan yang berbeda menurut IFRS. Dijelaskan oleh Kieso et al (2016:652-653) bahwa semua biaya yang timbul dalam tahap penelitian dibebankan pada saat terjadinya. Setelah proyek bergerak dari tahap penelitian ke tahap pengembangan, biaya pengembangan tertentu dikapitalisasi. Secara khusus, pengeluaran pengembangan dikapitalisasi ketika kriteria tertentu terpenuhi, hal ini menunjukkan bahwa ekonomi yang berjalan terus (*economically viable*) pada aset tak berwujud yang akan dihasilkan dari proyek penelitian dan pengembangan. Pada intinya, kelayakan ekonomi (*economic viability*) menunjukkan bahwa proyek ini berjalan cukup jauh selama proses tersebut, sehingga manfaat ekonomi dari proyek penelitian dan pengembangan akan mengalir ke perusahaan. Secara singkat, perusahaan akan membebankan semua biaya pada tahap penelitian dan beberapa biaya pada tahap pengembangan. Pengeluaran pengembangan tertentu dikapitalisasi pada saat kriteria kelayakan ekonomi terpenuhi.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Biaya-biaya yang termasuk aktivitas penelitian dan pengembangan antara lain:

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- a. Biaya yang dikeluarkan untuk bahan, peralatan, dan fasilitas harus dicatat sebagai beban, kecuali jika barang tersebut memiliki kegunaan alternatif di masa depan seperti proyek lain atau sebaliknya. Jika barang tersebut memiliki alternatif penggunaan, maka barang tersebut dibawa sebagai inventaris dan dialokasi sesuai dengan yang terpakai, atau dikapitalisasi dan didepresiasi pada saat digunakan.
  - b. Biaya yang dikeluarkan karena gaji, upah, dan biaya sejenis lainnya dari personil yang ikut serta atau terlibat dalam proses penelitian dan pengembangan.
  - c. Pembelian aset tak berwujud diakui dan diukur sesuai nilai wajarnya. Setelah diakui, selanjutnya dipertanggungjawabkan sesuai dengan sifat dari aset tak berwujud tersebut yaitu dapat memiliki umur terbatas atau tidak terbatas.
  - d. Biaya layanan yang dilakukan oleh pihak lain sehubungan dengan proyek penelitian dan pengembangan pada saat terjadinya.
  - e. Alokasi biaya tidak langsung di luar biaya umum dan administrasi yang tidak secara langsung berhubungan dengan aktivitas penelitian dan pengembangan.

Berdasarkan *International Accounting Standard (IAS) No. 38*, dijelaskan bahwa aset tak berwujud yang timbul dari kegiatan pengembangan dapat diakui dan dikapitalisasi jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Kelayakan teknis penyelesaian aset tak berwujud sehingga akan tersedia digunakan atau dijual.
- b. Tujuannya untuk menyelesaikan dan menggunakan aset tak berwujud atau menjualnya.
- c. Kemampuan untuk menjual dan menggunakan aset tak berwujud.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- d. Bagaimana aset tak berwujud mampu memberikan manfaat ekonomis di masa depan.
- e. Ketersediaan sumber daya yang cukup untuk menyelesaikan pengembangan dan penjualan aset tak berwujud.
- f. Kemampuan untuk mengukur secara andal pengeluaran yang terjadi atas aset tak berwujud selama pengembangannya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Terdapat beberapa pendapat dari beberapa peneliti terkait pengeluaran penelitian dan pengembangan yang dikapitalisasi dan dibebankan. Dalam penelitiannya, Napoli (2015) menjelaskan bahwa jika pengeluaran penelitian dan pengembangan dibebankan seluruhnya, maka proyek yang berhasil dan tidak berhasil akan dimasukkan dalam satu akun sehingga tidak dapat terlihat manfaat dari pengeluaran tersebut. Selain itu, pengeluaran penelitian dan pengembangan juga akan memiliki pengaruh yang negatif atau positif terhadap nilai pasar perusahaan tergantung pada hasil dari proyek yang berhasil dan tidak berhasil. Sehingga diperlukan kapitalisasi pengeluaran penelitian dan pengembangan untuk proyek yang berhasil yang akan memiliki manfaat ekonomi di masa yang akan datang.

Pendapat lainnya disampaikan oleh Cazavan-Jeny et al (2011) yang menemukan bahwa pengeluaran penelitian dan pengembangan yang dibebankan memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan kinerja masa depan perusahaan dibandingkan dengan kapitalisasi pengeluaran penelitian dan pengembangan. Dijelaskan bahwa manajer akan memilih untuk mengkapitalisasi pengeluaran penelitian dan pengembangan dengan tujuan untuk memenuhi ambang batas dibandingkan menyampaikan informasi terkait proyek R&D yang berhasil yang mungkin merajuk pada manajemen laba. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Markarian et al (2008) yang menemukan bahwa manajer

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menggunakan kapitalisasi pengeluaran penelitian dan pengembangan untuk memuluskan pendapatannya. Selain itu, dijelaskan juga bahwa manajemen perusahaan dapat termotivasi untuk mengkapitalisasi pengeluaran penelitian dan pengembangan ketika profitabilitas perusahaan negatif atau rendah untuk meningkatkan kinerja perusahaannya.

## 8. Biaya Iklan dan Promosi dalam Perspektif Kerangka Konseptual

Kieso et al (2015:13,106) yang mengacu pada *International Financial Accounting Standards* (IFRS) menjelaskan bahwa biaya dapat dikelompokkan sebagai beban dan aset. Kerangka konseptual pelaporan keuangan, mendefinisikan beban sebagai penurunan aktiva atau peningkatan liabilitas yang dapat mengakibatkan penurunan ekuitas, selain yang berkaitan dengan distribusi ke pemegang klaim ekuitas (IAI, 2019). Sementara itu, Kieso et al (2015:13) mendefinisikan beban sebagai pengeluaran yang digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa dalam rangka mendapatkan pendapatan pada satu periode akuntansi. Beban akan mengurangi ekuitas yang diikuti dengan pengurangan aset atau peningkatan kewajiban sebagai akibat dari kegiatan operasi bisnis perusahaan. Suatu biaya akan masuk ke akun aset ketika perusahaan mencatat suatu pengeluaran yang akan memberikan manfaat lebih dari satu periode akuntansi, maka pengeluaran tersebut akan dicatat sebagai aset yang disebut biaya dibayar dimuka. Akun aset ini menunjukkan adanya manfaat yang akan diterima oleh perusahaan di masa yang akan datang, dan akan diakui sebagai beban ketika manfaat tersebut sudah diterima oleh perusahaan (Kieso et al., 2015:106). Dalam PSAK 19, dijelaskan bahwa pengeluaran untuk kegiatan iklan dan promosi harus dibebankan pada saat terjadinya. Hal ini dikarenakan pengeluaran tersebut dilakukan dengan tujuan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





memperoleh manfaat dimasa depan, namun tidak ada aset tak berwujud atau aset lainnya yang diperoleh atau dihasilkan yang dapat diakui (IAI, 2014).

Iklan didefinisikan oleh Andrew & Shimp (2018:8) sebagai segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi, sedangkan promosi didefinisikan sebagai semua kegiatan yang dilakukan untuk merangsang perilaku pembeli dalam jangka pendek yaitu untuk membeli produk yang dipromosikan. Iklan biasanya dirancang untuk mencapai tujuan lain seperti mengembangkan kesadaran merek atau memengaruhi sikap konsumen terhadap merek perusahaan. Promosi penjualan lebih diarahkan di perdagangan (grosir/distributor dan pengecer), konsumen, dan kadang-kadang terhadap tenaga penjualan perusahaan itu sendiri. Promosi menggunakan tunjangan tampilan, jumlah diskon, dan bantuan barang dagangan untuk merangsang perilaku pembeli.

Menurut Hackley (2005:56) iklan dan promosi membantu perusahaan untuk menetapkan asumsi yang akan dibawa konsumen ke semua aspek lain mengenai keterlibatan mereka dengan merek tertentu. Merek sangat penting untuk kesuksesan perusahaan karena menjadi sumber utama diferensiasi antara penawaran kompetitif lainnya di pasar (Beig & Nika, 2019). Nilai yang terkandung secara langsung atau tidak langsung dari sebuah merek sering disebut sebagai ekuitas merek atau *brand equity*. Ekuitas merek dijelaskan oleh Keller & Brexendorf (2019) dapat dianggap sebagai “nilai tambah” yang diberikan pada suatu produk di pikiran, perkataan, dan tindakan konsumen. Iklan dan kegiatan promosi dapat dimanfaatkan untuk membangkitkan kesadaran merek melalui eksposisi berulang. Iklan memberikan informasi dan penawaran promosi penjualan mengembangkan minat konsumen untuk membeli merek.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Menurut Keller et al (2015:7) *branding* adalah tentang menciptakan suatu perbedaan. Prinsip dasar *branding* dan *brand equity*:

- a. Perbedaan hasil muncul dari “nilai tambah” yang diberikan pada suatu produk sebagai hasil dari aktivitas pemasaran merek di masa lalu.
- b. Nilai dapat diciptakan untuk sebuah merek dengan berbagai cara.
- c. Ekuitas merek memberikan denominator umum untuk menafsirkan strategi pemasaran dan menilai nilai sebuah merek.
- d. Ada banyak cara berbeda di mana nilai suatu merek dapat dimanifestasikan atau dieksploitasi untuk memberi manfaat bagi perusahaan (dalam hal hasil yang lebih besar atau biaya yang lebih rendah atau keduanya).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Iklan sama dengan kekuatan pasar. Hal ini disampaikan dalam Andrew & Shimp (2018:187) bahwa iklan menghasilkan kekuatan pemasaran untuk dapat membedakan secara fisik produk secara homogen. Ini mengikuti dari pandangan bahwa iklan akan menumbuhkan loyalitas merek, sehingga mendorong pelanggan untuk kurang sensitif terhadap harga dibandingkan jika tidak ada iklan. Pada gilirannya, hambatan masuk meningkat; untuk masuk ke industri perusahaan baru harus menghabiskan relatif lebih banyak pengeluaran daripada perusahaan mapan untuk iklan guna mengatasi pola loyalitas merek yang ada. Sehingga perusahaan dapat menaikkan harga dan memperoleh keuntungan yang lebih dibandingkan perusahaan yang tidak menggunakan iklan.

Secara umum, iklan memiliki fungsi yaitu:

- a. *Informing* (memberikan informasi), periklanan dapat membuat konsumen memiliki kesadaran atas merek-merek baru, memberitahukan kepada mereka

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- a. *Persuading* (mempersuasi), periklanan yang efektif akan mampu membujuk konsumen untuk mencoba produk dan jasa yang diiklankan.
  - b. *Reminding* (mengingatkan), periklanan menjaga agar merek perusahaan tetap ada dalam ingatan para konsumen.
  - c. *Adding Value* (memberikan nilai tambah), periklanan memberikan nilai tambah dengan cara penyempurnaan kualitas dan inovasi pada merek dengan mempengaruhi persepsi konsumen.
  - d. *Assisting* (mendampingi), periklanan memiliki peran penting yaitu sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Biaya iklan dan promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak hanya dapat menarik konsumen baru, tetapi juga mempertahankan konsumen yang sudah ada (Kusmawati, 2020). Selain itu, iklan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menunjukkan kesejahteraan perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa biaya iklan dan promosi yang dikeluarkan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Joshi & Hanssens, 2004:83). Sebaliknya, Han & Manry (2004) dalam penelitiannya menemukan bahwa biaya iklan dan promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan memiliki hubungan yang negatif dengan nilai pasar perusahaan karena memiliki sifat yang sama seperti biaya lainnya dan tidak memberikan manfaat bagi perusahaan di masa depan. Namun hal ini dapat dijelaskan oleh Gee-jung (2015) bahwa biaya iklan dan promosi akan menurunkan nilai perusahaan sampai batas tertentu, tetapi setelah pengeluaran ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mencapai ambang batas, akan memberikan manfaat terhadap perusahaan dengan meningkatnya nilai perusahaan.

## 9. Laba, Ekuitas, Dividen, dan Kontribusi Modal sebagai Variabel Kontrol

Menurut Scott (2015:390) informasi yang ada pada laporan keuangan yaitu laba bersih berperan dalam memotivasi dan memantau kinerja manajemen perusahaan. Laba perusahaan mengandung informasi akuntansi yang dapat memancing reaksi pasar terhadap pengumuman laba. Reaksi pasar ini ditunjukkan dengan adanya perubahan harga pasar perusahaan tertentu yang cukup mencolok pada saat pengumuman laba dilakukan (Suwardjono, 2010:491). Hal ini ditegaskan oleh Nyabundi (2013) bahwa pasar modal bereaksi terhadap berbagai pengumuman perusahaan dan salah satu pengumuman pentingnya adalah pengumuman laba perusahaan. Oleh karena itu, secara teoritis laba akan berasosiasi dengan kenaikan harga saham (Suwardjono, 2010:483). Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ball & Brown (1968) yang menyatakan bahwa laba memiliki relevansi nilai, dimana informasi laba yang ada pada laporan tahunan tercermin dalam harga saham perusahaan.

Pengungkapan informasi mengenai ekuitas pemegang saham akan sangat dipengaruhi oleh tujuan penyajian informasi tersebut kepada para pengguna laporan keuangan. Secara umum, tujuan pelaporan informasi ekuitas pemegang saham adalah menyediakan informasi kepada yang berkepentingan tentang efisiensi dan kepengurusan manajemen. Tujuan lainnya adalah menyediakan informasi tentang riwayat serta prospek investasi pemilik dan pemegang ekuitas lainnya (Suwardjono, 2010:516). Menurut Collins et al (1997) nilai buku ekuitas menjadi informasi yang bermanfaat bagi perusahaan terutama saat perusahaan mengalami laba yang negatif. Hal ini ditegaskan dengan pernyataannya bahwa nilai buku ekuitas dilihat sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dua peran dalam penilaian ekuitas yaitu sebagai pengukuran yang menunjukkan nilai sekarang dari laba yang diharapkan perusahaan di masa yang akan datang dan sebagai pengukuran yang menunjukkan nilai pengabaian (*abandonment value*) bagi perusahaan yang mengalami kerugian. Hal ini dipertegas oleh (Dechow et al., 1999) yang menyatakan bahwa nilai buku ekuitas memiliki relevansi nilai informasi akuntansi yang dapat digunakan oleh para pengguna informasi untuk melakukan analisis perkiraan mengenai laba pada tahun mendatang.

McIlkenny & Persaud, (2017) mendefinisikan dividen sebagai pembayaran yang dilakukan perusahaan kepada para pemegang saham dan didefinisikan sebagai distribusi keuntungan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nyabundi (2013) informasi dividen dapat membantu investor untuk mengevaluasi strategi investasi mereka dan dividen menjadi variabel yang penting dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini ditegaskan oleh Sasu et al (2019) bahwa keputusan perusahaan mengenai dividen akan memengaruhi nilai perusahaan dalam dua cara, baik melalui laba ditahan yang menyebabkan pertumbuhan nilai perusahaan atau melalui pembagian dividen yang akan mendorong investor untuk memperdagangkan saham perusahaan yang membayar dividen. Dalam penelitian Akbar & Stark (2003) juga dinyatakan bahwa dividen memiliki hubungan yang positif dengan penilaian perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi dividen memiliki relevansi nilai.

Kontribusi modal juga dikenal dengan sebutan modal disetor. Menurut Suwardjono (2010:517) modal disetor merupakan dana dasar yang harus tetap dipertahankan oleh perusahaan untuk menunjukkan perlindungan kepada pihak lain, dimana dana ini hanya dapat ditarik kembali dalam keadaan likuidasi atau keadaan luar biasa lainnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Stark (2003)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kontribusi modal yang ditambah dengan dividen akan membentuk arus kas bersih pemegang saham yang berpengaruh negatif terhadap nilai pasar perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan pengujian yang dilakukan oleh Akbar & Stark (2003) bahwa ketika dividen dilakukan pengujian tersendiri, akan memiliki pengaruh yang positif pada nilai pasar perusahaan. Sedangkan, ketika dividen diuji bersamaan dengan kontribusi modal yang membentuk arus kas bersih pemegang saham akan memberikan pengaruh yang negatif terhadap nilai pasar perusahaan. Dalam penelitiannya, Akbar & Stark (2003) juga menjelaskan bahwa tidak tepat untuk menggabungkan antara dividen dan kontribusi modal karena belum tentu jika digabungkan, keduanya memiliki sifat yang sama dalam menjelaskan nilai pasar. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Hand & Landsman (2005) yang menemukan bahwa kontribusi modal dan dividen yang diuji secara terpisah memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai pasar perusahaan..

## B. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu yang berkenaan dengan relevansi nilai sebagai berikut

Penelitian yang dilakukan oleh McIlkenny & Persaud (2017) melakukan pengujian relevansi nilai terhadap pengungkapan (*disclosure*) atas pengeluaran iklan di Kanada. Data diperoleh melalui *Bloomberg Profesional Service* periode 2007-2014. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 438 perusahaan *disclosure* dan 438 perusahaan non *disclosure* yang terdaftar di Bursa Efek Toronto. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa pengeluaran iklan berpengaruh positif terhadap nilai pasar karena dapat menyumbang sekitar 30% hingga 41% dari nilai pasar perusahaan. Selain itu, pengeluaran penelitian dan pengembangan juga berdampak positif terhadap nilai pasar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian yang dilakukan oleh Qureshi (2017) melakukan pengujian relevansi nilai aset tak berwujud pada beberapa sektor industri, kinerja perusahaan, dan ukuran perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan non manufaktur yang terdaftar di Inggris selama periode 1998-2003. Data diperoleh melalui *Datastream* dan *Datastream Worldscope* untuk setiap variabel yang ada kecuali variabel *advertising* yang diperoleh melalui data dari *Nielsen Media Research*. Hasil penelitian ini adalah bahwa biaya penelitian dan pengembangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pasar pada masing-masing sub sektor manufaktur dan non manufaktur. Biaya iklan dan promosi juga berpengaruh positif dan signifikan di setiap sub sampel. Temuan ini konsisten dengan pandangan bahwa iklan dan promosi adalah cara yang efektif untuk diferensiasi produk perusahaan manufaktur dan non manufaktur. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dividen, nilai buku, laba, dan kontribusi modal terbukti memiliki pengaruh yang signifikan pada nilai pasar perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Qureshi (2015) menguji penilaian berbagai pengeluaran iklan di Inggris pada berbagai sektor perusahaan kecuali sektor keuangan dan asuransi. Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Inggris selama periode 1998-2003. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara berbagai ukuran pengeluaran iklan dengan nilai pasar perusahaan. Selain itu ditemukan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara nilai pasar dengan pengeluaran penelitian dan pengembangan serta *goodwill*. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dividen, nilai buku, laba terbukti memiliki hubungan yang positif signifikan terhadap nilai pasar perusahaan. Sedangkan kontribusi modal terbukti memiliki hubungan yang negatif signifikan terhadap nilai pasar.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian yang dilakukan oleh Gu & Li (2010) menguji relevansi nilai dari pengeluaran iklan di perusahaan farmasi. Sampel yang digunakan berasal dari file gabungan Compustat yang berjumlah 4.966 perusahaan farmasi dengan tiga digit kode 283 untuk periode 1995-2004. Terdapat 776 perusahaan farmasi yang memiliki pengeluaran untuk iklan. Hasil yang didapatkan adalah pengeluaran iklan pada perusahaan farmasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap harga saham dan *return* saham dibandingkan dengan perusahaan nonfarmasi. Selain itu pengeluaran penelitian dan pengembangan juga menunjukkan hasil yang signifikan dan positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Shah et al (2009) menguji relevansi nilai pada pengeluaran iklan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di UK pada periode 1990-1998 dengan 1.055 observasi. Hasil penelitian ini adalah ukuran perusahaan memengaruhi relevansi nilai sampai batas tertentu, dimana koefisien untuk perusahaan kecil lebih rendah daripada untuk perusahaan besar. Selain itu, pengeluaran periklanan pada media utama ACNielsen MEAL tidak menunjukkan adanya relevansi nilai untuk perusahaan manufaktur, dan hanya relevan untuk perusahaan non manufaktur.

Penelitian yang dilakukan oleh Shah et al (2008) menguji apakah ada perbedaan berdasarkan ukuran dan terkait sektor dalam pengaruh pengeluaran penelitian dan pengembangan terhadap nilai pasar perusahaan di Inggris. Sampel yang digunakan adalah 1.794 observasi untuk tahun 1998-2002. Hasil dari pengujian ini adalah pengujian penilaian pengeluaran penelitian dan pengembangan secara statistik positif dan signifikan untuk perusahaan manufaktur dan non manufaktur.

Penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Stark (2003) membahas mengenai hubungan antara arus kas pemegang saham bersih, dividen, kontribusi modal dan penilaian perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan Inggris yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





terdaftar dalam Bursa Efek London untuk tahun 1990-2001, tidak termasuk sektor keuangan. Setiap tahunnya memiliki 968 sampai 1.209 observasi. Hasil dari penelitian ini adalah dividen terbukti memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, dalam menghitung arus kas pemegang saham bersih tidak tepat untuk menggabungkan antara dividen dan kontribusi modal dikarenakan kedua variabel ini memiliki efek yang berbeda dalam menjelaskan nilai pasar perusahaan. Selain itu, pengeluaran penelitian dan pengembangan terbukti memiliki koefisien yang signifikan di hampir semua tahun penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Han & Manry (2004) menguji relevansi nilai pengeluaran penelitian dan pengembangan serta pengeluaran iklan terhadap 3.191 observasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Korea selama periode 1988 sampai 1998. Hasil penelitian ini adalah pengeluaran penelitian dan pengembangan berpengaruh positif terhadap harga saham, dan menunjukkan bahwa pengeluaran penelitian dan pengembangan yang dikapitalisasi memiliki asosiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan pengeluaran penelitian dan pengembangan yang dibebankan.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengeluaran iklan memiliki hubungan yang negatif dengan harga saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Shah et al (2013) menguji relevansi nilai pengeluaran penelitian dan pengembangan sebelum dan sesudah implementasi IFRS pada perusahaan yang terdaftar di Inggris selama periode 2001 sampai 2011 dengan sampel final sebanyak 8.227 data observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat relevansi nilai yang positif dari penelitian dan pengembangan yang dikapitalisasi dan tidak ada relevansi nilai dari pengeluaran penelitian dan pengembangan yang dibebankan untuk periode 2001-2011.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian yang dilakukan oleh Tsoligkas & Tsalavoutas (2011) menguji relevansi nilai pengeluaran penelitian dan pengembangan di Inggris setelah penerapan wajib IFRS. Sampel final pada penelitian ini berjumlah 418 data observasi selama periode 2006 sampai 2008. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pengeluaran penelitian dan pengembangan yang dikapitalisasi memiliki hubungan yang positif dengan nilai pasar perusahaan sedangkan pengeluaran penelitian dan pengembangan yang dibebankan memiliki hubungan yang negatif dengan nilai pasar perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Adwan et al (2020) menguji relevansi nilai pada nilai buku ekuitas dan laba bersih untuk perusahaan keuangan Eropa selama krisis. Sampel yang digunakan terdiri dari 270 perusahaan keuangan yang terdaftar di Wilayah Ekonomi Eropa dan Swiss selama 2005-2011. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa relevansi nilai buku ekuitas meningkat pada saat krisis, sedangkan relevansi nilai laba menurun selama krisis keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mirza et al (2018) menguji relevansi nilai laba dan nilai buku ekuitas pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia selama periode 2012-2016. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 607 perusahaan dan 3.035 observasi. Hasil dari penelitian ini adalah nilai buku ekuitas memiliki peran yang semakin penting dibandingkan dengan laba. Investor lebih menaruh kepercayaan kepada informasi nilai buku ekuitas perusahaan saat melakukan pengambilan keputusan. Hal ini dikarenakan informasi laba kurang meyakinkan untuk pengambilan keputusan investasi yang lebih baik karena manipulasi laba yang dilakukan manajerial.

Penelitian yang dilakukan oleh Omokhudu & Ibadin (2015) menguji relevansi nilai dari informasi akuntansi pada semua perusahaan yang terdaftar di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bursa Efek Nigeria selama dua puluh tahun periode 1994-2013, dengan total sampel sebanyak 940 observasi yang terdiri dari 47 perusahaan. Hasil penelitian ini adalah informasi akuntansi yang terdiri atas laba, arus kas operasi, dan dividen memiliki relevansi nilai dengan harga saham karena memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Sedangkan nilai buku tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Elshandidy (2014) menguji relevansi nilai informasi akuntansi yaitu laba dan nilai buku ekuitas dengan nilai pasar dan harga saham pada perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Shanghai, Shenzhen, dan Hongkong selama periode 1999-2012 dengan jumlah sampel 31.262 observasi pada saham A, 1.316 observasi pada saham B, dan 1.442 observasi pada saham H. Hasil pengujiannya adalah informasi akuntansi yaitu laba dan nilai buku ekuitas memiliki relevansi nilai baik di saham A maupun saham B dan sebagian nilai yang relevan dengan saham H. Saham H memiliki hasil yang lebih jelas terlihat jika mengamati dampak informasi akuntansi pada nilai pasar dibandingkan harga saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Nyabundi (2013) menguji relevansi nilai informasi laporan keuangan pada semua perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Nairobi, Kenya selama periode 2005-2010. Variabel yang diuji adalah laba, nilai buku, dan dividen. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa laba, nilai buku, dan dividen secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki relevansi nilai informasi laporan keuangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## C. Kerangka Pemikiran

### 1. Pengaruh Biaya Penelitian dan Pengembangan terhadap Nilai Pasar

Teori surplus bersih yang dikemukakan oleh Ohlson (1995) menjelaskan bahwa selain laba dan nilai buku, terdapat informasi akuntansi lain yang dapat menjelaskan nilai perusahaan. Salah satu informasi yang dapat menjelaskan nilai perusahaan adalah biaya penelitian dan pengembangan. Pengeluaran perusahaan untuk penelitian dan pengembangan adalah investasi atas aset tak berwujud yang berkontribusi dalam perusahaan dalam jangka panjang. Pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan yang sukses akan menghasilkan produk atau layanan perusahaan yang inovatif dan kreatif sehingga akan memungkinkan perusahaan untuk membuat perbedaan dengan perusahaan yang lain (Ho et al., 2005). Kegiatan penelitian dan pengembangan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan baru dan menggunakan arus bisnis saat ini untuk menciptakan lebih banyak arus kas di masa depan. Hal ini juga ditegaskan oleh Erickson & Robert, (1992) bahwa perusahaan yang memiliki lebih banyak kegiatan penelitian dan pengembangan dapat memperoleh keunggulan komparatif yang memungkinkan perusahaan tersebut untuk mencegah peniruan yang dilakukan para pesaingnya. Sehingga menunjukkan bahwa kegiatan penelitian dan pengembangan harus memiliki dampak yang jelas terhadap nilai pasar perusahaan (Puustinen, 2021).

Meningkatnya informasi akuntansi mengenai biaya penelitian dan pengembangan memberikan pengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh investor. Menurut McIlkenny & Persaud (2017) informasi mengenai pengeluaran penelitian dan pengembangan sangat penting bagi investor karena digunakan untuk membuat dan mengevaluasi peluang investasinya. Sehingga, dalam perspektif investor pengeluaran penelitian dan pengembangan dianggap sebagai nilai yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



relevan dalam konteks penilaian pasar. Hal ini sejalan dengan teori pasar efisien yang dijelaskan dalam Scott (2015:122) bahwa pasar akan bereaksi terhadap informasi yang tersedia untuk publik dan akan memengaruhi harga saham perusahaan, dan *the decision usefulness approach* yang disampaikan oleh Godfrey et al (2010:24) yang memiliki asumsi bahwa tujuan dasar dari akuntansi adalah untuk memberikan informasi mengenai laporan keuangan yang bermanfaat bagi para penggunanya. Hal ini juga dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gu & Li, 2010; McIlkenny & Persaud, 2017; Qureshi, 2015, 2017; Shah et al., 2008, 2009) bahwa semakin meningkatnya biaya penelitian dan pengembangan perusahaan diikuti dengan meningkatnya reaksi pasar terhadap perusahaan.

## 2. Pengaruh Biaya Iklan dan Promosi terhadap Nilai Pasar

Biaya iklan dan promosi juga menjadi informasi akuntansi lainnya yang dapat membantu para pengguna laporan keuangan dalam menentukan nilai perusahaan. Saat ini, perusahaan menggunakan kegiatan pemasaran untuk berkomunikasi dengan konsumen. Kegiatan pemasaran memiliki peran besar untuk mencapai keberhasilan perusahaan dengan periklanan dan promosi sebagai alat untuk memperkenalkan produknya (Nangoy et al., 2018). Menurut Hackley (2005:56) iklan dan promosi membantu perusahaan untuk menetapkan asumsi yang akan dibawa konsumen ke semua aspek lain mengenai keterlibatan mereka dengan merek tertentu. Merek sangat penting untuk kesuksesan perusahaan karena menjadi sumber utama diferensiasi antara penawaran kompetitif lainnya di pasar (Beig & Nika, 2019). Kegiatan periklanan dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan diarahkan untuk mencapai target yang jelas yaitu meningkatkan penjualan perusahaan.

Dalam penelitian Hsu & Jang (2008) dinyatakan bahwa di lingkungan industri yang kompetitif, perusahaan sering menghabiskan lebih dari jutaan dolar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



untuk iklan yang digunakan untuk mempromosikan merek mereka dan mempertahankan penjualan mereka setiap tahun. Menurut Joshi & Hanssens (2010) periklanan dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan secara tidak langsung melalui peningkatan penjualan perusahaan. Jika penjualan perusahaan meningkat, tentunya juga akan meningkatkan keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Jika keuntungan perusahaan juga terus mengalami peningkatan maka akan meningkatkan harga pasar saham perusahaan yang akhirnya akan mengarah pada meningkatnya nilai perusahaan (Mahendru & De, 2014).

Hal ini sejalan dengan teori sinyal yang dijelaskan oleh Scott (2015:160) bahwa peningkatan laba yang disebabkan oleh peningkatan penjualan sebagai manfaat dari kegiatan iklan dan promosi yang dilakukan dan disampaikan dalam laporan keuangan akan bermanfaat dan menjadi sinyal yang baik bagi para investor dalam menilai perusahaan. Peningkatan laba yang langsung mendapat reaksi pasar dengan meningkatnya nilai perusahaan juga sejalan dengan teori pasar efisien. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa biaya iklan dan promosi memiliki relevansi nilai terhadap nilai pasar perusahaan. Hal ini berhasil dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gu & Li, 2010; McIlkenny & Persaud, 2017; Qureshi, 2015, 2017; Shah et al., 2009) yang menunjukkan bahwa peningkatan biaya iklan dan promosi yang diinformasikan dalam laporan keuangan diikuti dengan reaksi pasar terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

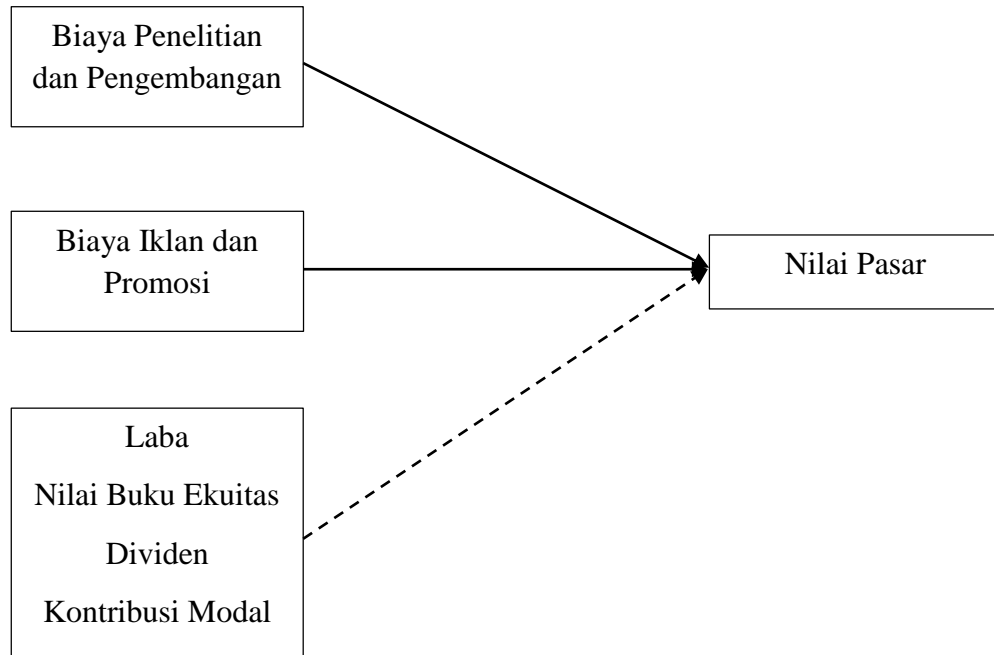
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### D. Hipotesis

Bagan kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian:

H<sub>a1</sub>: Biaya penelitian dan pengembangan berpengaruh positif terhadap nilai pasar.

H<sub>a2</sub>: Biaya iklan dan promosi berpengaruh positif terhadap nilai pasar.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.