

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi keuangan dalam laporan keuangan yang dilaporkan perusahaan menjadi informasi penting bagi investor dan kreditor. Informasi keuangan ini penting karena informasi ini dapat menggambarkan keadaan perusahaan sesuai dengan keadaan sebenarnya. Informasi keuangan ini terdiri dari informasi laba, nilai buku, harga saham, arus kas, dan pengungkapan sukarela maupun wajib yang dapat digunakan oleh investor dan kreditor dalam menilai kinerja perusahaan. Komponen dalam laporan keuangan yang seringkali dijadikan sebagai acuan untuk menginformasikan kinerja perusahaan adalah laba dan nilai buku. Laba memiliki nilai relevansi bila secara statistik berhubungan dengan harga saham, di mana penurunan dan peningkatan laba berhubungan dengan penurunan atau kenaikan harga saham. Demikian halnya dengan nilai buku, relevansi nilai buku berasal dari perannya sebagai suatu proksi untuk nilai adaptasi dan nilai penolakan (Burgstahler dan Dichev, 1997 dalam Hadri Kusuma, 2006).

Informasi akuntansi yang baik harus mempunyai nilai relevansi, di mana informasi akuntansi ini mempunyai kesesuaian dengan yang dibutuhkan oleh investor. Informasi akuntansi harus mampu membuat perbedaan dalam sebuah keputusan. Jika tidak mempengaruhi keputusan, maka informasi tersebut dikatakan tidak relevan terhadap keputusan yang diambil. Agar relevan, informasi juga harus

tersedia kepada pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas untuk mempengaruhi keputusan yang diambil (Kieso, 2002). Relevansi nilai (*value relevance*) informasi akuntansi ini mempunyai arti kemampuan informasi akuntansi untuk menjelaskan nilai perusahaan (Beaver, 1968). Nilai relevansi dapat menjelaskan nilai perusahaan, di mana nilai perusahaan ini akan menjadi pertimbangan investor dalam menilai kinerja perusahaan.

Value relevance dari laporan keuangan sekarang ini mengalami penurunan dari tahun ke tahun (Arie Rahayu Hariani, 2006). Kegunaan informasi akuntansi khususnya laba, arus kas, dan nilai buku, semakin memburuk karena dampak perubahan operasi perusahaan dan perubahan kondisi perekonomian tidak terefleksi secara cukup dalam sistem pelaporan sekarang (Lev dan Zarowin, 1999). Penelitian Sekar Mayang Sari (2004) menemukan bahwa *value relevance* turun secara signifikan dari masa sebelum krisis (1995-1996) ke masa krisis (1997-1998). Dalam Margiani Pinasti (2004) juga disebutkan bahwa *value relevance* informasi akuntansi menurun sepanjang periode 1990-2001. Penurunan nilai relevansi laporan keuangan ini ditandai dengan melemahnya asosiasi antara nilai pasar dan informasi akuntansi (laba, arus kas, dan nilai buku) selama 20 tahun terakhir (Lev dan Zarowin, 1999). Penurunan ini disebabkan oleh perubahan besar-besaran dalam perekonomian, yaitu dari perekonomian industrial ke perekonomian berteknologi tinggi dan berorientasi jasa (Francis dan Schipper, 1999).

Penurunan *value relevance* laporan keuangan seringkali dihubungkan dengan adanya perubahan lingkungan bisnis yang terjadi. Collins *et al.* dalam Margani Pinasti (2004) berargumen bahwa penurunan nilai relevansi informasi akuntansi dapat dijelaskan oleh meningkatnya proporsi perusahaan yang *intangible-intensive*

dalam struktur industri, meningkatnya frekuensi laba negatif, dan meningkatnya proporsi pos-pos laba tidak berulang dari waktu ke waktu. Salah satu faktor penyebab penurunan relevansi laporan keuangan adalah semakin signifikannya jumlah aktiva tak berwujud (*intangible asset*) yang ada dalam perusahaan (Canibano dkk., 1999; Lev dan Zarowin, 1999). Beberapa penelitian *value relevance* mencoba menguji hal ini dan menemukan bahwa *value relevance* dapat dikaitkan dengan aktiva tak berwujud (Canibano dkk., 1999).

Salah satu aktiva tak berwujud perusahaan yang penting adalah merek, yang dibangun oleh banyak faktor dan dikomunikasikan melalui iklan dan promosi. Dalam membangun merek, dibutuhkan beban iklan dan promosi yang disertai dengan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan faktor yang penting untuk membangun merek yang positif (Shrimp, 1997).

Penciptaan aktiva tak berwujud perusahaan berupa merek, berguna untuk menambah nilai perusahaan yang dapat mendorong kinerja perusahaan (Ulum, 2008). Nilai perusahaan ini tercermin pada harga pasar perusahaan di pasar modal. Dengan bertambahnya nilai perusahaan di pasar modal, maka akan berdampak pada keputusan penanaman modal investor. Investor akan lebih cenderung memilih perusahaan dengan *value of the firm* dan kinerja keuangan yang baik. Adanya aktiva tak berwujud berupa merek ini akan berpengaruh dalam penilaian kinerja perusahaan dan keputusan investasi modal. David A. Aaker dan Robert Jacobson (2001), menjelaskan bahwa merek (*brand*) mempunyai nilai relevansi, yang dapat digunakan oleh investor sebagai bantuan dalam menilai kinerja perusahaan di masa depan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini ingin menguji hubungan *value relevance* dikaitkan dengan aktiva tak berwujud yang berupa merek. Pertama

menguji *value relevance* apakah mengalami penurunan pada periode penelitian (2006-2009). Kedua, apakah terdapat perbedaan *value relevance* antar perusahaan manufaktur, dengan pengelompokkan berdasarkan besar beban iklan dan promosi (besar, sedang, kecil).

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Apakah terdapat penurunan *value relevance* laporan keuangan pada perusahaan manufaktur, pada periode 2006-2009.
- b. Apakah terdapat perbedaan *value relevance* laporan keuangan antar kelompok perusahaan (besar, sedang, kecil) yang dibedakan berdasarkan beban iklan dan promosi secara relatif.

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat penurunan *value relevance* laporan keuangan di Indonesia pada periode penelitian 2006-2009.
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *value relevance* pada perusahaan manufaktur, dikelompokkan berdasarkan pengeluaran iklan dan promosi (besar, sedang, kecil).

1.4 Kegunaan Penelitian

- a. Untuk Akademisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya, dan dijadikan bahan referensi pembelajaran bidang studi akuntansi di masa mendatang.

b. Untuk Pemakai Laporan Keuangan

Penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mendapatkan informasi yang terbaik bagi keputusan investasi investor.

c. Untuk Penyusun Laporan Keuangan

Penelitian dapat dipakai sebagai acuan bagi penyusun untuk selalu mengutamakan nilai relevansi dalam proses pembuatan laporan keuangan.