

Pengaruh Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Prospektus terhadap Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Laporan Tahunan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan program sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh
Wulan Budi Astuti
NIM. C2C009097

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Wulan Budi Astuti
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009097
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Prospektus terhadap Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Laporan Tahunan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011**
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. H. Imam Ghozali, Mcom, Akt,Ph.D

Semarang, 16 Agustus 2013

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. H. Imam Ghozali, M.Com, Akt,Ph.D

NIP. 19580816 198603 1 002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Wulan Budi Astuti
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009097
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Prospektus terhadap Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Laporan Tahunan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 04 September 2013

Tim Penguji

1. Prof. Dr. H. Imam Ghozali, M.Com, Akt, Ph.D (.....)
2. Fuad, SET, M.Si, Ph.D (.....)
3. Dr. H. Sugeng Pamudji, M.Si, Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Wulan Budi Astuti, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Prospektus terhadap Laporan Tahunan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 16 Agustus 2013

Yang membuat pernyataan,

(Wulan Budi Astuti)

NIM : C2C009097

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

(QS. Al-Baqarah:286)

” Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.” (QS. Al-

Insyirah:6-8)

“Masa lalu adalah kenangan, sekarang adalah kenyataan yang dimulai dengan satu langkah pasti untuk mendapatkan hari baik. Hari esok dan masa depan adalah misteri yang harus dipecahkan sebaik mungkin”

SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN KEPADA:

ALLAH SWT, Atas segala Ridho-Nya

Mama dan Papa tercinta,

Semua orang yang aku sayangi, Keluarga, Saudara, sahabat dan teman

Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, perhatian, dan dukungan selama ini

Almamater Diponegoro tercinta

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of IC disclosure in the prospectus toward the disclosure of IC in annual reports issued by the company after IPO, as well as examine whether firms report IC information in the prospectus more than the annual report. This study investigated the prospectuses and annual reports of 43 companies that conduct initial listing on the Indonesia Stock Exchange since the year 2008-2011. IC disclosure investigated using the method of content analysis. Data processing method using a multiple linear regression.

The results show that IC disclosure in the prospectus effect on IC disclosure in the annual report, as well as companies tend to disclose more IC information in the prospectus than in the annual report.

Keywords: Prospectus, Annual Reports, Intellectual Capital, IC Disclosure, Initial Public Offering, Content analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan IC dalam prospektus terhadap pengungkapan IC dalam laporan tahunan yang diterbitkan perusahaan setelah IPO, serta menguji apakah perusahaan melaporkan informasi IC lebih banyak dalam prospektus dibandingkan dengan laporan tahunan. Penelitian ini meneliti prospektus dan laporan tahunan dari 43 perusahaan yang melakukan *Initial listing* di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2008-2011. Pengungkapan IC diinvestigasi dengan menggunakan metode *content analysis*. Metode pengolahan data menggunakan alat uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan informasi IC dalam prospektus berpengaruh terhadap pengungkapan informasi IC dalam laporan tahunan serta perusahaan cenderung mengungkapkan informasi IC lebih dalam prospektus dibanding dalam laporan tahunan.

Kata kunci: Prospektus, laporan tahunan, *Intellectual capital*, pengungkapan IC, *Initial Public Offering*, *Content analysis*

KATA PENGANTAR

Bismillaahir rahmaanir rahiim

Segala puji bagi-Nya, segala syukur ke hadirat-Nya, Tuhan sekalian alam, yang terus menerus melimpahkan nikmat dan karunia besar kepada kita. Penulis sadar keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari ridho dan campur tanga-Nya. Tiada daya dan upaya yang dapat dilakukan penulis selain karena ridho-Nya. Sholawat serta salam senantiasa terlantun bagi Nabi besar Muhammad SAW, Yang selalu kita harapkan *syafaat* darinya di *Yaumul akhir* kelak.

Penulis sadar dibalik keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Prof. Dr. H. Imam Ghozali, Mcom, Akt, Ph.Dselaku Dosen Pembimbing yang bersedia membimbing penulis dan meluangkan waktunya dengan sabar dan banyak memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis mohon maaf jika terlalu menyita waktu Beliau.

4. Bapak Prof. Dr. Purbayu Budi Santosa, M.S selaku dosen wali. Terimakasih atas saran dan masukannya kepada penulis.
5. Dosen-dosen, staf pengajar, dan karyawan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
6. Mama dan Papa tercinta yang senantiasa mendoakan, dan memberikan dukungan yang tulus, serta pengorbanan yang tak kenal waktu . Kak Wahyu, kak Nov, dan dua adik kecil ku Tya dan Dim-dim. Adik ku tersayang Wicaksono. Keluarga besar ku yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan.
7. Nana jelek Husni Agung yang selalu menyemangati, mengawasi, *ngomelin buat ngerjain* skripsi, dan tentunya mendoakan. “Terimakasih untuk semuanya ya jelek..”
8. Penghuni wisma Khadijah, mbak Riri, mbak Ratih, mbak Nonik, Achan, dek Iga, dek Lia, dan dek Nisa. Terimakasih untuk semua pelajaran berharga, kekocakkan, keramaian yang penulis dapat dan rasakan.
9. Keluarga besar Mizan dan Kompartemen, khususnya Peduli Dhu’afa Mizan, ZIS Center Universitas Diponegoro, dan semua punggawa-punggawanya.
10. Seluruh keluarga “KUBURAN 09” (*nama yang unik*) Ayu IESP, Ayu Pajak, Ummu, Addhin, Najib, Piyan, Hazmi, Ichun, teman seiya sekata sekaligus teman “kencan” Ibas dan Achin. Terimakasih untuk semua kenangan yang akan terbawa sampai kapan pun.

11. Mbak-mbak dan Mas-mas yang senantiasa bersabar dengan kelakuan adik-adiknya yang bandel. Khususnya *mboke* Retno yang tidak pernah bosan direpotkan dengan keluh kesah adik-adiknya.
12. Sahabat tersayang, Dinda Maulida, Pramesitningrum, Enjelina Intan P D, Fidelis Argiwidya M, Dyah Ayu R K, Choirun Nisaa' R, Oktita Earning H, untuk kebersamaan, dukungan, keceriaan, dan kerjasamanya.
13. Sahabat curhat , diskusi dan berpusing-pusing ria Eri, Nia, dan tak lupa enzi.
14. Teman-teman Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro angkatan 2009.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya masukan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 16 Agustus 2013

Wulan Budi A.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11

2.1.1	<i>Stakeholder theory</i>	11
2.1.2	<i>Signaling Theory</i>	14
2.1.3	<i>Intellectual Capital</i>	15
2.1.4	Komponen <i>Intellectual Capital</i>	17
2.1.4.1	<i>Human Capital</i>	17
2.1.4.2	<i>Structural Capital</i>	17
2.1.4.3	<i>Customer Capital</i>	18
2.1.5	Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i>	18
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran	26
2.4	Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	30
3.1.1	Variabel Terikat (Dependen)	30
3.1.2	Variabel Bebas (Independen)	32
3.1.3	Variabel Kontrol	33
3.1.3.1	Umur Perusahaan	33
3.1.3.2	Ukuran Perusahaan	34
3.1.3.3	Jenis Industri	34
3.1.3.4	Perusahaan Audit	35
3.1.3.5	<i>Ownership Retention</i>	36
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.3	Jenis dan Sumber Data	37

3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis	38
3.5.1 Statistik Deskriptif	38
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.2.1 Uji Normalitas	39
3.5.2.2 Uji Multikolonieritas	39
3.5.2.3 Uji Autokorelasi	40
3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas	41
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	41
3.5.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)	42
3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	43
3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	43
3.5.3.4 <i>Paired Sample T-test</i>	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.2 Analisis Data	46
4.2.1 Statistik Deskriptif	46
4.3 Pengujian Asumsi Klasik	47
4.3.1 Uji Normalitas	47
4.3.2 Uji Multikolonieritas	48
4.3.3 Uji Autokorelasi	49
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	50
4.4 Analisis Regresi dan Uji Hipotesis	51

4.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	52
4.4.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	52
4.4.4	Pengujian Hipotesis 2	54
4.4.4.1	<i>Paired Sample T-test</i>	54
4.5	Penjelasan Hasil Hipotesis	55
4.5.1	Penjelasan Hasil Uji Hipotesis 1	55
4.5.2	Penjelasan Hasil Uji Variabel Kontrol	56
4.5.2.1	Umur Perusahaan	56
4.5.2.2	Ukuran Perusahaan	57
4.5.2.3	Jenis Industri	58
4.5.2.4	Perusahaan Audit	58
4.5.2.5	<i>Ownership Retention</i>	59
4.5.3	Penjelasan Hasil Uji Hipotesis 2	59
BAB V PENUTUP		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Keterbatasan dan Saran	61
5.2.1	Keterbatasan Penelitian	61
5.2.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1.1 Golongan <i>Stakeholder</i>	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1.1 <i>Intellectual Capital Disclosure Index</i>	32
Tabel 4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
Tabel 4.2.1 <i>Descriptive Statistic</i>	46
Tabel 4.3.1 <i>One-Sample Kolmogrov-Smirnov</i>	48
Tabel 4.3.2 Uji Multikolonieritas	49
Tabel 4.3.3 <i>Durbin Watson</i>	50
Tabel 4.4.1 <i>Goodness of fit</i>	51
Tabel 4.4.2 Uji Statistik F	52
Tabel 4.4.3 Uji Statistik t	53
Tabel 4.4.4.1 <i>Paired Sample Statistics</i>	54
Tabel 4.4.4.2 Uji <i>Paired Sample</i>	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.6 Skema Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.3.1 <i>Normal Probability Plot</i>	47
Gambar 4.3.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Sampel Penelitian	65
Lampiran B Item Pengungkapan IC	67
Lampiran C Tabulasi Data	69
Lampiran D Hasil SPSS	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era Global seperti saat ini, hampir seluruh sisi kehidupan masyarakat mengalami perkembangan. Hal ini didorong oleh semakin pesatnya perkembangan teknologi dan juga ilmu pengetahuan. Perusahaan-perusahaan berbasis pengetahuan (*knowledge-based business*) pun banyak yang bermunculan. Perusahaan-perusahaan tersebut cenderung menitik beratkan pada pemanfaatan inovasi-inovasi baru yang diciptakannya untuk bersaing dalam memberikan nilai tersendiri atas produk yang dihasilkan bagi konsumen. Ini memungkinkan bertambah ketatnya persaingan di Dunia bisnis. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan yang ada saat ini dituntut untuk tetap menjaga eksistensinya.

Perubahan pola bisnis dari bisnis yang berbasis tenaga kerja (*labor-based business*) berganti menjadi bisnis yang berbasis pengetahuan (*knowledge-based business*), tentunya akan merubah pola pikir para pelaku bisnis. Pola pikir yang tadinya lebih menekankan pada modal konvensional (sumber daya alam, sumber daya keuangan, dan aset fisik lainnya) kini mulai bergeser, selain modal konvensional Perusahaan juga berfokus pada *knowledge asset* (pengelolaan faktor-faktor risiko, tujuan stratejik, kualitas manajerial, keahlian berinovasi, pengalaman, integritas, dsb.). Dengan menggunakan *Knowledge asset* seperti ilmu pengetahuan dan teknologi akan diperoleh bagaimana cara menggunakan sumber daya lainnya secara efisien dan ekonomis yang nantinya akan memberikan keunggulan bersaing (Warno, 2011).

Seiring dengan meningkatnya omset yang diperoleh, Perusahaan dituntut untuk tetap terus berkembang. Akan tetapi, mengembangkan perusahaan bukanlah hal yang mudah, apalagi ditengah persaingan yang ketat. Dalam keadaan ini perusahaan perlu tambahan dana yang cukup guna peningkatan kapasitas produksi serta tenaga-tenaga profesional guna pengelolaan perusahaan.

Pada umumnya, Perusahaan cenderung memilih melakukan *Initial Public offering* (IPO) untuk memenuhi kebutuhannya. IPO merupakan suatu proses awal perusahaan yang akan *Go public* pada Masyarakat, dengan cara menerbitkan saham perusahaannya. Pada saat IPO inilah, untuk pertama kalinya, masyarakat berkesempatan untuk memiliki saham suatu Perusahaan *public*.

Melalui proses IPO, personal-personal yang dijamin keprofesionalannya dapat diperoleh, karena penentuan penempatan posisi-posisi yang ada tidak hanya dilakukan dan dipikirkan oleh satu pihak saja, akan tetapi oleh beberapa pihak melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Begitu pula dengan modal, dengan menjual saham melalui pasar modal, dapat dipastikan Perusahaan akan memperoleh banyak suntikan dana. Dana tersebut tentunya diperoleh tidak hanya dari masyarakat dalam negeri, tetapi juga dari mancanegara.

Untuk melakukan IPO, Perusahaan perlu membuat laporan prospektus guna menarik minat calon investor. Prospektus merupakan suatu acuan serta media yang akan digunakan oleh investor untuk mengenali perusahaan bersangkutan. Dalam laporan ini akan dimuat berbagai informasi yang nantinya akan digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan. Tentunya investor mengharapkan pengungkapan informasi yang seluas-luasnya, karena itu akan membantu mereka

untuk dapat dengan mudah menganalisis keadaan perusahaan sehingga keputusan yang benar-benar tepat dapat diambil. Akan tetapi berbeda dengan harapan investor, pada umumnya perusahaan akan lebih membatasi informasi yang diungkapkannya, sehingga pada akhirnya terjadi apa yang disebut dengan kesenjangan informasi antara investor dan manajemen. Informasi yang diperoleh investor cenderung minim, akibatnya Perusahaan akan lebih sulit dalam memperoleh dana dikarenakan investor akan cenderung meremehkan pendapatan perusahaan di masa yang akan datang.

Untuk menghindari situasi tersebut, perusahaan dapat memilih untuk secara sukarela mengungkapkan informasi yang relevan (Branswijck and Everaert, 2012). Investor akan sangat membutuhkan informasi yang relevan agar dapat mengambil keputusan dengan tepat. Akan tetapi, belakangan ini diketahui bahwa sistem akuntansi tradisional tidak mampu menyajikan informasi yang relevan dimana telah terjadi kesenjangan antara *market value* dengan *Book value* pada Perusahaan. Kesenjangan ini terjadi dikarenakan perusahaan telah gagal melaporkan “*hidden value*” berupa *Intellectual Capital* (IC) dalam laporannya.

Akademisi, badan penetapan standar, dan komunitas bisnis berpendapat bahwa standar akuntansi tradisional tidak dapat menjelaskan IC. Oleh karena itu, IC diungkapkan secara narasi dalam laporan perusahaan.

IC merupakan salah satu faktor yang berperan dalam penciptaan nilai perusahaan. Kemampuan IC dalam menciptakan dan mempertahankan keuntungan kompetitif dan *shareholder value* menyebabkan meningkatnya keuntungan perusahaan. IC diakui dapat meningkatkan keuntungan perusahaan

yang labanya dipengaruhi oleh inovasi dan *knowledge-intensive services* (Edvinsson dan Sullivan, 1996 dalam Suhardjanto dan Wardhani, 2010). Perusahaan-perusahaan yang mengalami kesuksesan, beberapa diantaranya disinyalir hanya memiliki sedikit aktiva tetap, akan tetapi memiliki modal intelektual dalam jumlah yang signifikan. Dengan demikian informasi IC sangat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam proses pengambilan keputusan.

Praktik Pengungkapan informasi IC merupakan suatu hal yang masih baru, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di lingkungan bisnis global. Hanya ada beberapa negara maju yang mulai menerapkan konsep ini, seperti Australia, dan Amerika. Di Indonesia sendiri fenomena IC mulai berkembang setelah munculnya PSAK 19 (revisi 2000) tentang *Intangible Asset*.

Meskipun praktik pengungkapan IC masih terhitung sedikit, namun seiring semakin pesatnya perkembangan IC, semakin menarik perhatian banyak pihak baik praktisi maupun akademisi. Penelitian-penelitian yang berfokus pada praktik pengungkapan IC pun telah banyak dilakukan. Misalnya, Yi dan Davey (2010) yang melakukan penelitian terhadap pengungkapan IC pada perusahaan China yang memiliki saham ganda. Mereka menemukan bahwa tingkat pengungkapan IC di China daratan tidak tinggi, namun jumlah rata-rata item IC yang diungkapkan cukup tinggi.

Singh dan Van Der Zahn (2009), melakukan penelitian terhadap hubungan antara pengungkapan IC pada prospektus IPO dengan *Post-Issue* kinerja saham.

Mereka menemukan terdapat hubungan negative antara pengungkapan IC pada prospektus IPO dengan *Post-Issue* kinerja saham.

Sonnier (2008), yang membandingkan pengungkapan IC pada perusahaan berteknologi tinggi dengan perusahaan tradisional. Ia menemukan bahwa frekuensi pengungkapan IC lebih tinggi pada perusahaan berteknologi tinggi dari pada perusahaan tradisional. Selain penelitian-penelitian tersebut, masih banyak penelitian lain yang pernah dilakukan.

Pada penelitian kali ini, penulis mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Branswijck, and Everaert (2012). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengungkapan informasi IC pada prospektus berpengaruh terhadap pengungkapan IC pada laporan tahunan (*annual report*).

Sebagian literatur telah banyak berfokus pada laporan keuangan ataupun prospektus, akan tetapi masih sedikit dijumpai penelitian yang membandingkan antara pengungkapan IC pada laporan tahunan (*annual report*) dengan prospektus (Branswijck dan Everaert, 2012; Nielsen, *et al.*, 2006).

Pada umumnya, Prospektus menjelaskan lingkup informasi yang lebih luas dari laporan tahunan (Cordazzo dan Vergauwen, 2012). Dengan demikian, beberapa perbedaan kemungkinan akan terlihat dalam sifat pengungkapan IC antara prospektus dan laporan tahunan (*annual report*) (Branswijck and Everaert, 2012).

Perusahaan yang telah terdaftar sebagai perusahaan publik, setiap tahunnya diharuskan membuat laporan tahunan (*annual report*). Laporan tahunan merupakan laporan yang menggambarkan keadaan perusahaan pada saat itu.

Laporan tahunan lebih berfokus pada kinerja historis perusahaan (Branswijck *and* Everaert, 2012), dan biasanya tidak hanya memuat informasi keuangan tetapi juga informasi non-keuangan perusahaan. Laporan ini dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban pihak perusahaan pada *stakeholder*.

Laporan prospektus dan laporan tahunan merupakan media yang digunakan perusahaan untuk mengungkapkan informasi perusahaan. Laporan tahunan dibuat secara rutin dalam rentang waktu tahunan, sedangkan prospektus dibuat guna memenuhi persyaratan *listing* di Bursa. Kualitas pelaporan dalam prospektus dapat dilihat sebagai model pengungkapan informasi perusahaan di masa depan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan informasi IC pada prospektus terhadap pengungkapan IC pada laporan tahunan (*annual report*) di Perusahaan-perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Oleh karena itu peneliti mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Prospektus terhadap Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* pada Laporan Tahunan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011”**.

1.2 Rumusan Masalah

Initial Public Offering atau yang biasa disebut dengan IPO merupakan suatu ritual yang dilakukan perusahaan ketika ingin membuka diri kepada *public*. IPO adalah ajang dimana perusahaan berlomba-lomba untuk menarik perhatian para calon investor yang nantinya akan mengucurkan dananya pada perusahaan.

Pada saat IPO perusahaan akan menerbitkan suatu laporan perusahaan yang disebut prospektus. Prospektus inilah yang menjadi “senjata ampuh” bagi perusahaan untuk membidik calon investor. Perusahaan akan menuangkan segala informasi yang diperlukan calon investor dalam prospektus. Semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam prospektus, semakin baik pula nilai perusahaan di mata calon investor.

Prospektus juga merupakan pintu gerbang awal para investor dalam memperoleh informasi. Ketika informasi yang diungkapkan dalam prospektus luas, diharapkan informasi yang diungkapkan dalam laporan lainnya dalam hal ini adalah laporan tahunan (*annual report*) sama luasnya.

Pada umumnya perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih luas dalam prospektus dibandingkan dalam laporan tahunan. Dengan demikian, beberapa perbedaan kemungkinan akan terlihat dalam sifat pengungkapan IC antara prospektus dan laporan tahunan (*annual report*).

Berdasarkan argumen yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Apakah pengungkapan informasi IC pada prospektus berpengaruh terhadap pengungkapan informasi IC pada laporan tahunan (*annual report*)?”. Dengan demikian, berdasar pada rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dikemukakan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah rata-rata pengungkapan IC yang tinggi pada prospektus berpengaruh terhadap rata-rata pengungkapan IC yang tinggi pada laporan tahunan (*annual report*)?

2. Apakah perusahaan mengungkapkan informasi IC lebih tinggi dalam prospektus dibandingkan dengan laporan tahunan (*annual report*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh rata-rata pengungkapan IC dalam prospektus pada rata-rata pengungkapan IC dalam laporan tahunan
2. Untuk menganalisis dan mengkonfirmasi pengungkapan informasi IC perusahaan dalam prospektus lebih tinggi dari pada laporan tahunan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait baik bagi praktisi maupun akademisi. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian terkait perbandingan antara pengungkapan IC pada prospektus dengan pengungkapan IC pada Laporan tahunan (*annual report*) yang pada umumnya masih sangat kurang
2. Memberikan kontribusi bagi pihak tertentu yang berkepentingan seperti manajemen perusahaan ataupun investor dalam memahami konsep pengungkapan IC

3. Memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan, terutama terkait pengungkapan IC.

1.5 Sistematika Penelitian

Secara umum penelitian ini terdiri dari lima bab. Sistematika penelitian ini terdiri dari bab Pendahuluan, Telaah Pustaka, Metode Penelitian, Hasil dan Analisis, serta Penutup. Adapun uraian bab-bab tersebut antara lain, sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama adalah bab pendahuluan. Dalam bab pendahuluan diuraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan yang mendasari dilakukannya penelitian ini.

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Bab Dua adalah bab Telaah pustaka. Bab Telaah pustaka berisi pembahasan hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, landasan teori yang berhubungan dengan tema penelitian ini, yang kemudian akan dikembangkan melalui suatu kerangka pemikiran, dan hipotesis yang akan dibuat.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab Tiga adalah bab Metode penelitian. Bab ini berisi uraian bagaimana penelitian akan dilakukan secara operasional, yang terdiri dari variabel

penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab Empat adalah bab Hasil dan analisis. Bab ini berisi uraian hasil dan analisis penelitian, yang terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil.

BAB V : PENUTUP

Bab Lima adalah bab penutup yang merupakan bab terakhir dari penelitian ini. Bab ini berisi simpulan pembahasan, keterbatasan penelitian, serta saran bagi pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Stakeholder Theory*

Peran *stakeholder* sangat diperlukan oleh Perusahaan guna menjaga kelangsungan suatu perusahaan. *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang terkait dengan Perusahaan baik secara langsung maupun tidak. Dengan demikian perusahaan tentunya memiliki tanggungjawab terhadap kelompok tersebut. Jadi tanggung jawab perusahaan lebih luas dari sekedar tanggungjawab terhadap *shareholder*, karena *shareholder* itu sendiri merupakan bagian dari *stakeholder*.

Stakeholder dapat diartikan sebagai sekelompok individu yang menanggung suatu jenis resiko baik karena mereka telah melakukan investasi di suatu perusahaan, ataupun karena resiko akibat kegiatan perusahaan tersebut. Dalam hal ini *stakeholder* merupakan pihak yang memiliki *power* dalam mempengaruhi perusahaan, dan juga pihak yang dapat dipengaruhi oleh perusahaan. Dengan demikian tentunya *stakeholder* akan sangat membutuhkan informasi terkait keadaan perusahaan, baik keadaan keuangan maupun manajemen perusahaan yang nantinya dapat mempengaruhi mereka.

Stakeholder sendiri terdiri dari berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan dan memiliki kepentingan terhadap perusahaan. Pihak-pihak tersebut dibedakan menjadi *stakeholder internal* dan *stakeholder external*.

Pihak-pihak yang termasuk dalam kedua kategori stakeholder tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1.1 berikut :

Tabel 2.1.1
Golongan Stakeholder

<i>Internal Stakeholders</i>	<i>External stakeholders</i>
1) Pemegang saham	1) Konsumen
2) Manajemen dan <i>top executive</i>	2) Agen
3) Karyawan	3) Suplier
4) Keluarga karyawan	4) Bank
	5) Pemerintah
	6) Pesaing
	7) Komunitas
	8) Pers

Stakeholder theory menunjukkan bahwa manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dinilai penting oleh para *stakeholder* dan melaporkannya pada para *stakeholder*. Tentunya perusahaan sangat diharapkan mengungkapkan informasi yang dibutuhkan secara sukarela, termasuk tentang kinerja intelektualnya dalam rangka memenuhi harapan, terlepas dari apakah informasi tersebut akan digunakan atau tidak oleh *stakeholder*.

Ketika kinerja IC dalam suatu perusahaan baik, maka pengungkapannya dalam laporan keuangan pun semakin tinggi. Tentunya ini akan berdampak pada peningkatan kepercayaan *stakeholder* pada perusahaan dan juga akan memberikan informasi yang lebih luas sehingga tidak terjadi asimetri informasi.

Ulum dalam bukunya yang berjudul “*Intellectual Capital*” (2009) menyebutkan bahwa dalam konteks untuk menjelaskan tentang konsep IC, teori *stakeholder* harus dipandang dari Dua bidang, yaitu bidang etika juga manajerial. Bidang etika berpendapat bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak yang sama, yaitu untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, dan manajer harus dapat mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*. Sedangkan bidang manajerial berpendapat bahwa kekuatan *stakeholder* untuk mempengaruhi manajemen harus dipandang sebagai fungsi dari tingkat pengendalian *stakeholder* atas sumber daya yang dibutuhkan organisasi.

Ketika *stakeholder* berupaya untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki oleh organisasi (manajerial), maka ini akan membantu perusahaan dalam upaya pemaksimalan potensi sehingga *value added* perusahaan pun akan tercipta dan mendorong peningkatan *return* perusahaan.

Tujuan utama teori ini adalah untuk membantu manajer perusahaan untuk memahami lingkungan *stakeholder* mereka dan mengelola secara efektif hubungan perusahaan dengan lingkungan sekeliling perusahaan. Tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer perusahaan dalam meningkatkan nilai mereka, dan meminimalkan kerugian yang akan diterima oleh *stakeholder*.

2.1.2 *Signaling Theory*

IPO merupakan suatu media perusahaan dalam menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Investor akan berinvestasi pada perusahaan yang menurutnya paling memiliki prospek yang menjanjikan dan memiliki kemungkinan sukses yang tinggi. Untuk menarik minat investor tentunya perusahaan perlu mengirimkan sinyal yang jelas. Suatu perusahaan yang memiliki prospek yang bagus senantiasa mengirimkan sinyal yang jelas berupa proyeksi perusahaan di masa yang akan datang pada saat *go public* untuk menghindari terjadinya asimetris informasi yang dapat merugikan Perusahaan.

Menurut Spence, et. al. (Spence, et. al., 1973; Septiana, et.al., 2013), teori signal menjelaskan tentang bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan signal kepada pengguna informasi. Signal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Signal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Selain itu, teori signal juga menjelaskan bahwa investor akan memberikan respon beraneka ragam atas signal yang diberikan perusahaan. Investor akan melakukan investasi jika perusahaan menyampaikan *good news*. Sebaliknya, investor akan membatalkan investasi atau memberikan harga rendah terhadap saham perusahaan jika perusahaan bersangkutan menyampaikan *bad news*.

Kualitas keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporannya. Kualitas informasi tersebut dimaksudkan untuk mengurangi terjadinya asimetri informasi yang timbul akibat

manajer memiliki lebih banyak informasi internal dan prospek perusahaan di masa mendatang dibanding pihak eksternal perusahaan.

Calon investor akan melakukan pengukuran dan penilaian terhadap perusahaan IPO dari informasi yang disajikan dalam laporan prospektus perusahaan. Prospektus sendiri berperan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam pembuatan keputusan. Dengan demikian informasi yang tersaji dalam prospektus harus dapat mencerminkan nilai suatu perusahaan.

2.1.3 *Intellectual Capital*

Belakangan ini perhatian terhadap IC semakin meningkat. Salah satu hal yang mampu menarik perhatian khalayak adalah IC sebagai salah satu komponen penentu nilai suatu Perusahaan. IC dinilai dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan, sehingga dapat membantu Perusahaan untuk dapat terus *eksis* ditengah persaingan dunia bisnis yang begitu ketat.

Di Indonesia, praktik IC dinilai belum dikenal secara luas. Banyak perusahaan yang masih memilih sistem yang sederhana sehingga produk yang dihasilkan pun sangat minim terjamah teknologi.

IC dinilai sangat kompleks dan sulit untuk didefinisikan, sehingga sering kali terjadi ketidak jelasan perbedaan antara aktiva tidak berwujud dan IC. Beberapa peneliti menyebut bahwa IC dan *intangible asset* merupakan hal yang sama dan sering kali saling menggantikan.

Dalam PSAK 19 (revisi 2000), aktiva tidak berwujud di definisikan sebagai aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud

fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif.

Sementara itu definisi IC sendiri masih belum pasti. Berbagai pendapat dikemukakan oleh para ahli. Diantaranya adalah *Organization of Economic Cooperation and Development* (OECD) yang menggambarkan IC sebagai nilai ekonomi organisasi, dan sumber daya manusia. Stewart (1997), mengemukakan IC adalah “*packaged useful knowledge*” (dalam Ulum, 2009). Sementara itu Brooking (1996, dalam Ulum, 2009) mengutarakan definisi yang lebih komprehensif dengan menyatakan bahwa istilah IC diberikan untuk kombinasi *intangible assets* yang dapat membuat perusahaan berfungsi.

Sejumlah skema klasifikasi kontemporer mencoba mendasarkan IC pada tiga kategori yaitu *external (customer related) capital*, *Internal (structural) capital*, dan *human capital*. Huang, et al. (2007, dalam Branswijck dan everaert, 2012) memperluas komponen tersebut menjadi delapan komponen. Kategori *human capital*, menjadi *employee capabilities*, *employee development and retention*, dan *employee behavior*. Sedangkan kategori *Customer capital*, menjadi *market perspective*, *data on customers*, dan *customer services and relationship*. Sementara itu kategori terakhir *struktural capital*, menjadi *development product* dan *organization infrastructure*. Akan tetapi banyak peneliti yang cenderung mendukung tiga komponen sebelumnya.

Ketiga komponen tersebut saling berkaitan, sehingga perusahaan diharapkan dapat menaruh perhatian lebih terhadap ketiga komponen tersebut agar

dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan (Fitriani, 2012).

2.1.4 Komponen *Intellectual Capital*

2.1.4.1 *Human Capital*

Human Capital atau modal manusia ini adalah salah satu komponen utama *Intellectual capital*. Human capital merupakan inti dari suatu perusahaan dimana segala pengetahuan, ide, dan inovasi bersumber darinya. Nilai tambah yang disumbangkan oleh *Human capital* yang dibentuk dari kombinasi pengetahuan, keterampilan, inovasi dan kemampuan individu dalam menyelesaikan tugas akan memberikan *sustainable revenue* di masa mendatang bagi organisasi. Human capital menggambarkan kemampuan kolektif suatu perusahaan dalam menemukan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang berada dalam perusahaan tersebut.

2.1.4.2 *Structural Capital*

Structural capital merupakan kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan. Ketika suatu organisasi memiliki prosedur dan sistem yang buruk, maka kinerja IC tidak dapat dicapai secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal, meskipun individu-individu di dalam organisasi tersebut memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi. *Structural capital*

sangatlah penting bagi kelangsungan suatu organisasi guna menciptakan nilai tambah untuk produk yang dihasilkan dan untuk mendapatkan keuntungan kompetitif. *Structural capital* itu sendiri dapat berupa perlengkapan infrastruktur, sistem dan kebijakan, serta prosedur yang berlaku dalam suatu organisasi.

2.1.4.3 Customer Capital

Customer capital atau dapat juga disebut dengan *Relational capital* merupakan komponen IC yang memberikan nilai secara nyata yang berbasis pada kepuasan konsumen, loyalitas, dan *network*. *Customer capital* merupakan hubungan / *association network* suatu organisasi dengan mitranya dalam hal ini adalah konsumen, *supplier* dan *stakeholder*. Konsumen yang menentukan bagaimana nasib produk dari suatu perusahaan, mereka yang akan membeli dan menggunakan produk perusahaan. Sumber utama penghasilan suatu perusahaan adalah dari konsumen. Maka dari itu perusahaan dituntut untuk dapat menyediakan produk yang memang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen sehingga kepuasan dan loyalitas konsumen dapat diperoleh. Dengan demikian hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi sangat penting.

2.1.5 Pengungkapan Intellectual Capital

Pada dasarnya pengungkapan memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Dalam praktik, laporan yang dibuat oleh perusahaan (laporan keuangan atau laporan lainnya) biasanya digunakan sebagai media pengungkapan. Informasi yang disajikan harus dapat memberikan penjelasan yang cukup

mengenai hasil aktivitas perusahaan bersangkutan. Dengan demikian, informasi yang disajikan harus lengkap, jelas, dan dapat menggambarkan secara tepat kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi perusahaan.

Di Indonesia, pengungkapan IC merupakan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary*), dan belum ada standar akuntansi yang mengatur mengenai tata cara pengungkapan informasi IC perusahaan. Hal ini menyebabkan kurangnya kesadaran perusahaan dalam menyampaikan informasi ini kepada para *stakeholder*.

Saat ini pengungkapan IC dinilai dapat memberikan manfaat yang lebih besar, terutama bagi perusahaan yang berbasis pengetahuan dan teknologi. Pengungkapan IC (*dislosure IC*) sendiri dapat diartikan sebagai suatu laporan yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi pengguna yang dapat memerintahkan persiapan laporan tersebut sehingga dapat memenuhi seluruh kebutuhan mereka (Abeysekera, dalam Ulum, 2009).

Aktivitas pengungkapan IC pada dasarnya bertujuan untuk mengurangi tingkat asimetri informasi yang membuat biaya modal perusahaan menjadi lebih kecil. Dengan dilakukannya pengungkapan IC diharapkan akan meningkatkan relevansi laporan keuangan. Pengungkapan IC diharapkan dapat menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dari suatu perusahaan kepada para pengguna informasi, sehingga dapat membantu para pengguna informasi dalam pengambilan keputusan secara tepat.

Selain itu, dengan dilakukannya pengungkapan IC kepercayaan *stakeholder* terhadap Perusahaan akan meningkat. Hal ini menjadi penting jika

dikaitkan dengan strategi jangka panjang perusahaan, terutama terkait dengan penciptaan komitmen *stakeholder*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Meskipun masih terbatas, studi mengenai pengungkapan IC dalam beberapa tahun terakhir telah dilakukan di berbagai negara. Sampel yang digunakan sebagai objek penelitian pun beragam.

Bukh *et al.* (2005) meneliti tentang IC *disclosure* dalam prospektus IPO perusahaan-perusahaan di Denmark. Penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yg mempengaruhi pengungkapan IC di dalam prospektus IPO perusahaan di Denmark. Mereka menemukan bahwa kepemilikan manajerial dan jenis industri berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan IC di Denmark.

Sonnier (2008) melakukan penelitian dengan tujuan membandingkan tingkat pengungkapan IC pada perusahaan berteknologi tinggi dengan perusahaan tradisional. Mereka menemukan bahwa perusahaan berteknologi tinggi memiliki frekuensi pengungkapan modal pelanggan, modal organisasi, modal manusia, dan kekayaan intelektual yang lebih tinggi dibandingkan oleh perusahaan tradisional.

Bruggen, *et al.* (2009) melakukan penelitian tentang faktor-faktor determinan yang mempengaruhi pengungkapan IC pada 125 perusahaan Australia yang terdaftar dalam Australian Securities Exchange (ASX). Mereka menemukan bahwa jenis industri memainkan peranan penting terhadap pengungkapan IC. Selain itu, ukuran perusahaan juga merupakan penentu dalam pengungkapan IC.

Rimmel, *et al.* (2009) melakukan analisis terhadap 4 faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan IC. Ia menemukan bahwa perbedaan industri, kepemilikan manajerial, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan IC pada perusahaan di Jepang. Sedangkan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan IC pada perusahaan Jepang.

Branco, *et al.* (2010), melakukan penelitian pada laporan tahunan perusahaan Portugis dengan tujuan untuk menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan IC Perusahaan Portugis. Mereka menemukan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan IC pada Perusahaan Portugis. Ia juga menemukan bahwa afiliasi industri tidak berpengaruh penuh terhadap pengungkapan IC.

Yi, *et al.* (2010) bertujuan untuk menganalisis tingkat dan kualitas pengungkapan IC pada perusahaan di Cina yang memiliki saham ganda A dan H. Mereka menemukan bahwa pengungkapan IC oleh Perusahaan di Cina daratan tinggi, akan tetapi kualitas pengungkapannya masih kurang.

Pada penelitian yang dilakukan Cordazzo, *et al.* (2012) dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengungkapan IC pada perusahaan bioteknologi yang melakukan IPO di *London stock Exchange* (LSE) dan *London Alternative Investment Market* (AIM) periode 2005-2007. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang *listing* di LSE mengungkapkan informasi IC lebih tinggi dari pada di AIM.

Penelitian Branswijck dan Everaert (2012) bertujuan untuk membandingkan tingkat pengungkapan IC dalam prospektus IPO dengan

pengungkapan IC pada laporan tahunan di Perusahaan Belgia dan Belanda. Mereka menemukan bahwa rata-rata perusahaan di Belgia dan Belanda mengungkapkan informasi IC lebih luas pada saat IPO dibanding dengan pada *annual report*.

Penelitian Rashid, *et al.* (2012) bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan IC pada perusahaan Malaysia yang melakukan IPO. Mereka menemukan bahwa ukuran dewan, independensi dewan, umur, *leverage*, *underwriter*, dan *listing board* berpengaruh pada tingkat pengungkapan IC pada prospektus IPO. Sementara *board diversity*, ukuran dan auditor tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan IC pada prospektus IPO.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tujuan Penelitian	Desain Penelitian	Hasil Penelitian
1	Bukh, et. al. (2005)	Menguji apakah informasi tentang modal intelektual diungkapkan dalam prospektus IPO Denmark. Menganalisis apakah pengungkapan sukarela ini telah berubah pada periode 1999-2001 dan untuk menganalisis	Desain penelitian: studi empiris Desain sampel: prospektus IPO seluruh bursa saham yang terdaftar di Bursa efek Copenhagen tahun 1990-2001 Desain alat: <i>documenting prospectus</i> Desain analysis: <i>Content analysis</i>	Tingkat kepemilikan manajerial pada saat IPO dan jenis industri berpengaruh terhadap jumlah pengungkapan sukarela informasi <i>intellectual capital</i> dalam prospektus, sedangkan ukuran dan

		faktor-faktor apa yang dapat menjelaskan jumlah pengungkapan dalam prospektus.		umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan
2	Sonnier (2008)	Membandingkan level ICD dari perusahaan berteknologi tinggi dengan sektor ekonomi tradisional	Desain pelaksanaan: studi empiris Desain sampel: 143 perusahaan berteknologi tinggi, dan 141 perusahaan tradisional Amerika tahun fiskal 2000 dan 2004 Desain alat: <i>Documenting annual report</i> Desain analisa: Content analysis dan model RBV IC	HTC memiliki frekuensi pengungkapan customer capital, organizational capital, human capital, and intellectual property yang lebih tinggi dibanding TSC.
3	Bruggen, et. al. (2009)	Menguji faktor penentu dari keputusan untuk mengungkapkan IC dalam <i>annual report</i>	Desain penelitian: studi empiris Desain sampel: 125 perusahaan publik Australia Desain alat: <i>documenting annual report</i> Desain analisis: content analysis dan model regresi OLS	Tipe industri memainkan peran penting sebagai penentu pengungkapan IC dalam laporan tahunan. Selain itu ukuran perusahaan penentu lain pengungkapan IC. Penelitian ini tidak menemukan adanya

				hubungan antara tingkat asimetri informasi dan pengungkapan IC
4	Rimmel, et. al. (2009)	Memberikan indikasi kuantitas informasi IC dalam prospektus IPO Jepang	Desain penelitian: studi empiris Desain sampel: 120 prospektus IPO dari pasar saham pada Bursa efek Tokyo Desain alat: <i>documenting prospektus</i> Desain analisis: ANOVA, dan <i>Content analysis</i>	<i>Industry differences, managerial ownership</i> dan <i>company size</i> tidak signifikan menjelaskan pengungkapan sukarela. Sementara <i>age</i> memiliki pengaruh signifikan pada tingkat pengungkapan perusahaan Jepang
5	Branco, et. al. (2010)	Menganalisis laporan tahunan sebagai media pengungkapan IC oleh perusahaan Portugis dan mengevaluasi ukuran, industri, dan efek waktu pada pengungkapan, serta pengaruh ICD pada pertumbuhan perusahaan	Desain penelitian: studi empiris Desain sampel: ICD tahun 2004, 2006, dan 2008 Desain alat: <i>documenting annual report</i> Desain analisis: <i>Content analysis</i> dan Non parametric statistical methode	Ukuran perusahaan signifikan menjelaskan ICD. Industri afiliasi hanya sebagian yang menjelaskan ICD. Tidak mungkin untuk mengkonfirmasi baik peningkatan ICD dari waktu ke waktu maupun hubungan antara ICD dan pertumbuhan perusahaan
6	Yi, et. al. (2010)	Melaporkan penelitian tentang tingkat	Desain penelitian: studi empiris Desain sampel: 49 perusahaan	Tingkat pengungkapan IC oleh perusahaan China tidak terlalu

		dan kualitas pengungkapan IC pada perusahaan Cina (daratan) yang memiliki saham ganda A dan H terdaftar.	<i>dual-listed</i> di China Desain alat: <i>Documenting annual report</i> Desain analisis: <i>Content analysis</i>	tinggi. Sebagian besar atribut IC disajikan secara diskursif dibanding secara numerik atau moneter. Namun, rata-rata jumlah item yang diungkapkan cukup tinggi. Sementara itu, kualitas pengungkapan tidak dianggap kuat
7	Cordazo, et. al (2012)	Menginvestigasi tingkat pengungkapan IC pada prospektus IPO <i>biotechnology</i> Inggris	Desain penelitian: studi empiris Desain sampel: Perusahaan go Public di LSE dan AIM tahun 2005-2007 Desain alat: <i>documenting prospectus</i> Desain analisis: <i>content analysis</i> , dan model regresi	Perusahaan yang IPO di LSE mengungkapkan informasi IC lebih banyak dari AIM. Kedewasaan dan kemandirian dewan memiliki hubungan dengan pengungkapan IC, sementara ukuran dan usia perusahaan tidak
8	Branswijck, et. al. (2012)	Meneliti komitmen perusahaan dalam pengungkapan IC, serta menginvestigasi apakah perusahaan melaporkan informasi IC lebih pada	Desain Penelitian: Studi Empiris Desain sampel : 55 perusahaan IPO yang berbasis di Belanda dan Belgia pada tahun 2005-2009. Desain Alat: <i>Documenting annual report</i> dan prospektus. Desain Analisis: <i>Content analysis</i>	Perusahaan di kedua negara tersebut memiliki komitmen untuk melakukan pengungkapan informasi IC. Pengungkapan IC pada prospektus lebih tinggi dibandingkan dengan annual report

		prospektus dibanding pada <i>annual report</i>	dan analisis regresi	
9	Rashid, et. al. (2012)	Menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi IC dalam prospektus IPO Malaysia	Desain penelitian: studi empiris Desain sampel: 130 perusahaan sektor teknologi dan industri produk yang IPO antara 2004 dan 2008 Desain alat: <i>documenting prospectus</i> Desain analisis: <i>content analysis</i> dan <i>multiple regression analysis</i>	Hasil menunjukkan <i>board size, board independence, age, leverage, underwriter, listing board</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ICD pada prospektus IPO, sedangkan <i>board diversity, firm size</i> dan <i>auditor</i> tidak terlalu signifikan.

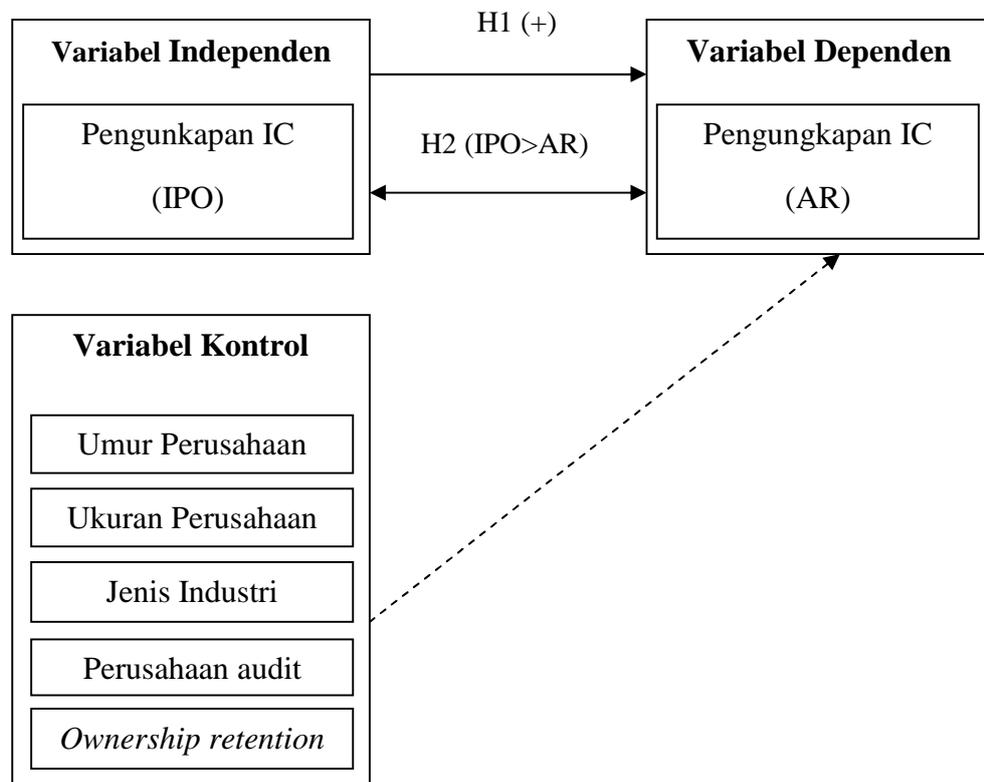
Sumber: Data sekunder yang diolah, 2013

2.3 Kerangka Pemikiran

Laporan tahunan dan laporan prospektus merupakan produk yang dihasilkan oleh internal perusahaan yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Laporan tahunan adalah laporan yang dibuat perusahaan secara rutin setiap tahunnya. Sementara Prospektus adalah laporan yang dibuat diawal perusahaan akan melakukan *Go public*. Pada umumnya informasi yang diungkapkan dalam prospektus jauh lebih luas dari laporan tahunan. Padahal prospektus seharusnya merupakan gambaran

awal perusahaan dalam mengungkapkan informasi. Jadi idealnya, pengungkapan informasi yang dilakukan setelah IPO juga seluas yang diungkapkan pada prospektus. Untuk melihat pengaruh pengungkapan IC yang disajikan dalam prospektus IPO terhadap laporan tahunan perusahaan, maka akan disajikan skema kerangka pemikiran yang tersusun pada gambar 2.6.

Gambar 2.6
Skema Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Di Indonesia pengungkapan IC masih bersifat *Voluntary*. Belum ada peraturan khusus yang mengatur terkait pengungkapan IC. Hal ini tentunya

memberikan kesempatan bagi manajer untuk membuat *trade off*-nya sendiri, antara mengungkapkan informasi IC dan tidak mengungkapkannya. Pada umumnya perusahaan akan memilih untuk mengungkapkan informasi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang jelas. Menurut Vargauwen, *et al.* (2005) dan Depoers (2000) dalam Branswijck (2012), keuntungan yang dimaksud adalah penurunan tingkat asimetri informasi dan relevansi laporan keuangan.

Menurut Branswijck (2012), teori ekonomi menunjukkan bahwa komitmen perusahaan dalam meningkatkan pengungkapan informasi akan mengurangi tingkat asimetri informasi komponen biaya modal perusahaan. Selain itu, peningkatan pengungkapan informasi akan berdampak pada manfaat ekonomi. Dengan demikian, dikarenakan terdapat manfaat ekonomi yang ingin dicapai oleh perusahaan, maka perusahaan yang melakukan IPO akan cenderung berupaya untuk mempertahankan tingkat pengungkapan IC mereka pada laporan perusahaan lainnya seperti laporan tahunan. Sehingga dapat diasumsikan bahwa pengungkapan IC pada saat IPO merupakan gambaran awal dimana akan terus tercermin dalam laporan tahunan yang akan diterbitkan setelahnya. Dengan demikian, hipotesis yang akan dikembangkan yaitu sebagai berikut:

H1 : Rata-rata tingkat pengungkapan IC yang tinggi pada prospektus akan berpengaruh terhadap rata-rata tingkat pengungkapan IC yang tinggi pada laporan tahunan

Pada umumnya, informasi yang diungkapkan dalam prospektus cenderung lebih luas dibandingkan dengan media pelaporan lainnya, seperti laporan tahunan.

Prospektus akan diterbitkan perusahaan pada saat *listing* perdana, sebagai sarana promosi perusahaan pada calon investor. Untuk menarik minat calon investor, informasi perusahaan perlu diungkapkan secara luas sehingga perusahaan pun akan memperoleh hasil yang maksimal dari penerbitan saham.

Berbeda dengan prospektus yang ditujukan pada investor, pengguna laporan tahunan cenderung lebih luas. Tidak hanya ditujukan pada investor tetapi juga pada karyawan, pelanggan, pemerintah, kreditor, dan pihak berkepentingan lainnya. Dari penjelasan tersebut dapat dilihat jika perbedaan secara umum dari kedua laporan tersebut adalah pada jumlah pengguna laporan tersebut.

Dengan demikian hipotesis yang akan dikembangkan adalah sebagai berikut :

H2 : Pengungkapan IC pada prospektus lebih tinggi dibandingkan dengan pengungkapan IC pada laporan tahunan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Secara umum penelitian ini berfokus pada tiga jenis variabel, yaitu variabel dependen, variabel independen, dan variabel kontrol. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan IC pada laporan tahunan (*Score AR*), sedangkan variabel independennya adalah tingkat pengungkapan IC pada laporan prospektus saat IPO (*Score IPO*). Sementara itu, variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari umur perusahaan, ukuran perusahaan, jenis industri, perusahaan audit, dan kepemilikan saham.

Untuk lebih memperjelas, definisi dari variabel-variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

3.1.1 Variabel Terikat (Dependen)

Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah tingkat pengungkapan IC pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Pengukuran tingkat pengungkapan IC ini akan dihitung dengan berdasarkan index pengungkapan IC yang dikembangkan oleh Bukh (2005) yang terdiri dari 64 item IC yang perlu diungkapkan. Ke-64 item tersebut digolongkan kedalam 6 kategori besar, antara lain adalah :

- 1) *Employees*;
- 2) *Customer*;
- 3) *IT*;

- 4) *Process*;
- 5) *Research and development*, dan
- 6) *Strategic statements*.

Dalam penelitian ini akan ada beberapa penambahan *item* diantaranya adalah kategori *strategic statement*, akan ditambahkan tiga *item*, yaitu:

- 1) Nama pesaing;
- 2) Pemasok, dan
- 3) Akuisisi.

Selanjutnya untuk kategori *Customer*, akan ditambahkan Tiga *item*, yaitu:

- 1) Nama klien;
- 2) Kepuasan pelanggan, dan
- 3) Pengetahuan pelanggan.

Terakhir untuk kategori *Employees*, akan ditambahkan Empat *item*, yaitu:

- 1) Asuransi
- 2) Karyawan kunci;
- 3) Tim ahli, dan
- 4) Aktivitas komunikasi karyawan.

Tabel 3.1.1
Intellectual Capital Disclosure Index

Kategori	Jumlah item
<i>Employees</i>	19
<i>Customer</i>	12
<i>IT</i>	4
<i>Process</i>	7
<i>Research and development</i>	6
<i>Strategic statement</i>	16

Penelitian ini menggunakan metode penilaian, dimana skor 1 (Satu) jika terdapat informasi IC yang diungkapkan sementara skor 0 (Nol) untuk informasi IC yang tidak diungkapkan. Dengan demikian skor pada Indeks pengungkapan IC akan dikalkulasikan menggunakan rumus berikut :

$$Score_{AR} = \left(\sum_{i=1}^m d_i / M \right) \times 100\%$$

Dimana d_i mencerminkan $item_j$ dengan nilai 1 (Satu), jika $item_j$ ditemukan di dalam laporan tahunan, dan 0 (Nol) jika tidak ditemukan. M mencerminkan jumlah maksimum informasi yang ada di dalam laporan tahunan yaitu 86.

3.1.2 Variabel Bebas (Independen)

Tingkat pengungkapan IC pada saat IPO merupakan variabel independen dalam penelitian ini. Pada dasarnya, metode perhitungan yang digunakan untuk

mengukur tingkat pengungkapan IC pada saat IPO sama dengan metode yang digunakan dalam mengukur tingkat pengungkapan IC pada laporan tahunan yaitu dengan menggunakan skor pada indeks pengungkapan IC. Akan tetapi, yang membedakan adalah objek dari perhitungan skor, dalam hal ini adalah laporan prospektus pada saat IPO. Dengan demikian rumus yang digunakan adalah:

$$Score_{IPO} = \left(\sum_{i=1}^m d_i / M \right) \times 100\%$$

Dimana d_i mencerminkan $item_j$ dengan nilai 1 (Satu), jika $item_j$ ditemukan di dalam prospektus, dan 0 (Nol) jika tidak ditemukan. M mencerminkan jumlah maksimum informasi yang ada di dalam prospektus yaitu 86.

3.1.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan variabel yang dibuat konstan sehingga tidak akan mempengaruhi variabel utama yang akan diteliti. Pada umumnya, penetapan suatu variabel menjadi variabel kontrol adalah untuk dinetralkan atau disamakan pengaruhnya.

Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

3.1.3.1 Umur Perusahaan

Umur perusahaan dipandang sebagai proxy untuk risiko. Semakin lama suatu perusahaan berdiri, Investor menganggap risiko yang akan dihadapi lebih kecil. Guna kepentingan penilaian kinerja, perusahaan yang belum lama berdiri

cenderung mengungkapkan lebih, informasi keuangan mereka dibandingkan perusahaan yang memang telah lama berdiri (Kim dan Ritter, 1999). Jaggi (1997), menemukan bahwa perusahaan baru cenderung mengungkapkan informasi yang lebih akurat. Sementara itu, Cordazzo dan Vargauwen menemukan bahwa umur perusahaan berhubungan negatif dengan pengungkapan IC.

Dalam penelitian ini, Umur perusahaan diukur dengan menghitung jumlah tahun sejak perusahaan tersebut berdiri.

3.1.3.2 Ukuran Perusahaan

Tingkat ketidakpastian pada perusahaan besar dipandang lebih kecil karena tingkat informasi yang diungkapkan lebih tinggi. Akibatnya jumlah pemegang saham pada perusahaan besar menjadi lebih banyak. Semakin besar perusahaan maka modal yang dibutuhkan juga menjadi semakin besar. Agar dapat memperoleh tambahan modal, perusahaan dituntut untuk lebih banyak mengungkapkan informasi yang dibutuhkan oleh stakeholder, agar tidak terjadi asimetri informasi.

Untuk mengukur ukuran perusahaan, rumus berikut dapat digunakan:

$$SIZE = \text{logaritma natural (total aset)}$$

3.1.3.3 Jenis Industri

Pengungkapan IC yang dilakukan oleh suatu industri dinilai berbeda dengan pengungkapan IC industri lain. Beberapa industri cenderung mengungkapkan IC lebih dari yang dilakukan oleh industri lain. Suatu perusahaan

yang memilih untuk tidak melakukan pengungkapan IC dipandang ingin menyembunyikan keadaan perusahaan yang sesungguhnya.

Dalam penelitian ini akan menggunakan beberapa jenis industri yang telah diklasifikasikan oleh Bursa Efek Indonesia. Akan tetapi untuk lebih menyederhanakan, jenis industri tersebut akan diklasifikasikan lagi menjadi industri manufaktur dan non manufaktur. Industri manufaktur sendiri terdiri dari sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Sedangkan industri non manufaktur terdiri dari sektor jasa yaitu sektor property dan realestate, sektor infrastruktur, utilitas, transportasi, serta sektor perdagangan jasa dan investasi.

3.1.3.4 Perusahaan Audit

Kantor audit berpengaruh pada pengungkapan IC yang dilakukan oleh kliennya dalam hal bagaimana kantor audit tersebut memotivasi klien mereka untuk melakukan pengungkapan (Stephani dan Yuyetta, 2012). Konservatisme auditor dianggap memiliki pengaruh yang menonjol terhadap pengungkapan IC (Branswijck dan Everaert, 2012). Perusahaan audit besar cenderung mendorong klien mereka untuk mengungkapkan informasi lebih lanjut karena mereka ingin mempertahankan reputasi mereka, mengembangkan keahlian mereka, dan memastikan bahwa mereka mempertahankan klien mereka (Stephani dan Yuyetta, 2012).

Variabel perusahaan audit akan diukur dengan menggunakan variabel dummy. Nilai Satu (1) untuk perusahaan yang diaudit oleh *big 4*, sedangkan Nol (0) untuk perusahaan yang diaudit oleh *non-big 4*.

3.1.3.5 Ownership Retention

Ownership retention adalah proporsi saham yang dipertahankan oleh perusahaan setelah dilakukannya IPO. Besarnya *ownership retention* pada saat IPO dinilai sebagai suatu sinyal yang diberikan oleh perusahaan pada pasar mengenai kualitas perusahaan. *Ownership retention* digunakan sebagai indikasi kualitas perusahaan. Dengan besarnya jumlah proporsi saham yang dipertahankan perusahaan, perusahaan dapat memberi keyakinan yang lebih bagi para *stakeholder* mengenai kualitas IPO dan melegitimasi status perusahaan dengan baik. Perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi secara lebih luas untuk mendukung nilai IPO. Oleh karena itu *ownership retention* akan diukur berdasarkan presentase saham sebelum waran.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang tercatat di BEI pada tahun 2011 adalah sebanyak 442 Perusahaan.

Penelitian ini akan menggunakan laporan prospektus dan laporan tahunan pertama yang diterbitkan setelah IPO oleh perusahaan antara tahun 2008-2011.

Penggunaan *range* waktu tersebut dianggap dapat mewakili jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah dipertimbangkan sebelumnya. Kriteria-kriteria yang dimaksud antara lain, sebagai berikut:

1. Perusahaan yang melakukan IPO dan mempublikasikan laporan tahunan pertama antara tahun 2008-2011 secara lengkap di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan yang mengungkapkan informasi IC dalam laporan prospektus dan laporan tahunan antara tahun 2008-2011 di Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan yang memiliki data-data lengkap sesuai dengan yang dibutuhkan.

Dengan kriteria pengambilan sampel diatas maka terpilih 43 sampel penelitian. Sampel tersebut terdiri dari 10 perusahaan manufaktur dan 33 perusahaan non-manufaktur.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber pada laporan prospektus dan laporan tahunan pertama perusahaan yang melakukan IPO antara tahun 2008-2011. Data terkait diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.com dan sumber lainnya seperti pojok BEI Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumenter. Dimana teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dan meringkas data berupa laporan prospektus dan laporan tahunan yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah disebutkan sebelumnya.

Untuk mengukur jumlah pengungkapan IC, penelitian ini menggunakan metode *content analysis*. Dimana dengan metode ini, data yang ada akan di verifikasi sesuai dengan indeks pengungkapan IC yang dikembangkan oleh Bukh (2005), dan kemudian diberi kode informasi tersendiri.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi untuk menerangkan keadaan atau gejala agar mudah dipahami. Statistik deskriptif merupakan alat analisis untuk menjelaskan, meringkas, mereduksi, menyederhanakan, mengorganisasi, dan menyajikan data kedalam bentuk yang teratur, sehingga mudah dibaca, dipahami dan disimpulkan. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2006).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik dibutuhkan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi berganda yang dilakukan telah terdistribusi secara normal (normalitas) dan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, multikolonieritas, dan autokorelasi.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui atau mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

3.5.2.2 Uji Multikolonearitas

Uji multikolonearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi yang kuat diantara variabel independen dalam model regresi berganda. Model regresi yang baik adalah ketika variabel-variabel independennya ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan Nol (Ghozali, 2006). Untuk mendeteksi terjadinya multikolonearitas, dapat dilihat dari nilai R^2 . Jika multikolonearitas tinggi, seseorang mungkin memperoleh R^2 yang tinggi tetapi tidak satu pun atau sangat sedikit koefisien yang ditaksir signifikan.

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu (Ghozali, 2006).

Menurut Ghozali (2006), model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan Uji Durbin-Watson (*DW test*). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari ketentuan berikut:

- a. Jika nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan ($4-du$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b. Jika nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Jika nilai DW lebih besar dari pada ($4-dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- d. Jika DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara ($4-du$) dan ($4-dl$), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear kesalahan pengganggu mempunyai varians yang sama atau tidak

dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah jika varians satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (homoskedastisitas). Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (Ghozali, 2006).

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan IC pada saat IPO (*Score_IPO*), sedangkan variabel dependennya adalah tingkat pengungkapan IC pada laporan tahunan (*Score_AR*). Disamping kedua variabel tersebut, juga terdapat variabel kontrol yang digunakan yaitu umur perusahaan, ukuran perusahaan, jenis industri, perusahaan audit, dan retensi kepemilikan. Hubungan antara *Score_IPO* dengan *Score_AR* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} score_{ARj} = & \beta_0 + \beta_1 score_{IPOj} + \beta_2 size_j + \beta_3 manuf_j + \beta_4 non_j + \beta_5 age_j \\ & + \beta_6 auditor_j + \beta_7 ownership_j + \varepsilon_j \end{aligned}$$

Keterangan

Score_AR : Tingkat pengungkapan IC pada laporan tahunan

- Score_IPO : Tingkat pengungkapan IC pada saat IPO
- Size : Ukuran perusahaan dihitung dengan logaritma natural total aset (Ln total asset)
- Manuf : Industri manufaktur (variabel dummy, 1 untuk perusahaan yang termasuk industri tersebut, 0 lainnya dengan IT sebagai referensi)
- Non : industri non manufaktur (variabel dummy, 1 untuk perusahaan yang termasuk industri tersebut, 0 lainnya dengan IT sebagai referensi)
- Age : Umur perusahaan, perbedaan antara 2008 dengan tahun perusahaan berdiri
- Auditor : Perusahaan audit (Big4 dinilai dengan 1, lainnya dengan 0)
- Ownership : Jumlah saham yang dipegang oleh investor selama IPO, yang dinyatakan dalam persentase.

3.5.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 adalah antara Nol sampai dengan Satu. Nilai R^2 yang mendekati Satu atau sama dengan Satu mengisyaratkan bahwa hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum, R^2 untuk data *cross section* relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan (Ghozali, 2006).

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Untuk kepentingan pengambilan keputusan maka digunakan *significance level* 0,05 (5%). Ketentuan diterima atau ditolaknya hipotesis adalah sebagai berikut:

- Jika signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan)
- Jika signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis tidak dapat ditolak (koefisien regresi signifikan).

3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Secara parsial, variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis tidak dapat ditolak (koefisien regresi signifikan). Secara parsial, variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.3.4 Paired Sample T-test

Paired Sample T-test digunakan untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda atau apakah dua sampel yang berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda pula. Uji ini dilakukan dengan membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan *standar error* dari perbedaan rata-rata dua sampel (Ghozali, 2006).