

INTISARI

Bagi suatu perusahaan, sangatlah penting untuk mengetahui nilai dari merek dagang yang dimiliki. Nilai merek, yang merupakan aset takberwujud, dianggap penting dalam kaitannya dengan proses merger dan akuisisi, serta sebagai panduan dalam menerapkan strategi pemasaran. Pemilihan merek Garuda Indonesia sebagai objek penelitian dikarenakan reputasinya sebagai maskapai penerbangan nasional Indonesia yang dianggap memiliki ekuitas merek yang kuat.

Penilaian merek dalam penelitian ini menggunakan pendekatan pendapatan, yakni dengan metode *royalty-relief* dan metode *income-split* menggunakan model Brand Finance. Penggunaan dua metode ini adalah untuk menyeimbangkan sudut pandang penilaian, dimana pada metode *income-split* perhitungan mempertimbangkan unsur persepsi konsumen, sedangkan pada metode *royalty-relief* perhitungan menitikberatkan kepada kondisi fundamental perusahaan. Proses penilaian menghasilkan indikasi nilai merek Garuda Indonesia per tanggal 31 Desember 2013 adalah sebesar Rp6.524.323.986.279.

Kata kunci: Penilaian merek, *royalty-relief*, *income-split*, aset takberwujud, pendekatan pendapatan

ABSTRACT

Nowadays, many companies had realized the importance of knowing their brands' value. Brand value, as an intangible asset, is crucial for merger and acquisition consideration, as well as one of a guidance in setting and implementing marketing strategy. Author had chosen Garuda Indonesia trade mark as research subject due to its well-known reputation as national airlines, which seen as having strong brand equity.

The valuation approach used in this research is income approach, which comes with income-split and royalty-relief as the methods. The use of both methods are to balancing the perception on the valuation. The income-split method incorporate consumer perception into valuation, where the royalty-relief method solely based on corporate fundamentals. The brand value of Garuda Indonesia as of 31 December 2013 resulted from the valuation process is Rp6.524.323.986.279.

Keywords: Brand valuation, royalty-relief, income-split, intangible assets, income approach