
Pengaruh Human Capital, Structural Capital dan Customer Capital terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020

Piter Tiong¹⁾*

¹⁾ Manajemen, Pascasarjana STIE Amkop Makassar
*phiepiter@yahoo.com**

ABSTRAK

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan perekonomian menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar pelaku bisnis. Globalisasi, inovasi teknologi dan persaingan pada era ini memaksa perusahaan-perusahaan mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*Knowledge-based resources*) menjadi salah satu strategi bersaing yang menjadi salah satu faktor kesuksesan dalam persaingan antar perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Untuk mencapai tujuan tersebut maka digunakan metode pengumpulan data melalui www.idx.co.id. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa *Human capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Perbankan. *Structural capital* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Perbankan. Sedangkan *Customer capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan penelitian mengidentifikasi bahwa *Customer capital* dari setiap perbankan mampu meningkatkan nilai perusahaan dari setiap kegiatan operasional perbankan.

Kata Kunci : *Human capital*, *structural capital*, *customer value* dan nilai perusahaan

ABSTRACT

Along with the rapid development of the economy, there is increasingly fierce competition among business people. Globalization, technological innovation and competition in this era are forcing companies to change the way they run their business. Knowledge-based human resources (Knowledge-based resources) is one of the competitive strategies that is one of the success factors in competition between companies. The purpose of this study is to analyze the effect of human capital, structural capital, and customer capital on firm value in banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. To achieve this goal, the data collection method through www.idx.co.id was used. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results of the study found that human capital has a positive and significant effect on firm value in banking companies. Structural capital has a negative and insignificant effect on firm value in banking companies. Meanwhile, customer capital has a positive and significant effect on firm value. The research findings identify that customer capital from each bank is able to increase the firm value of each banking operational activity.

Keywords : *Human capital*, *structural capital*, *customer value* and *company value*

1. Pendahuluan

Tujuan utama dari suatu perusahaan pada dasarnya ialah mengoptimalkan nilai perusahaan. Karena nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi akan menunjukkan kemakmuran para pemegang saham/*stakeholder*. Nilai perusahaan ini sendiri dapat tercermin dari harga sahamnya. Jadi bagi perusahaan-perusahaan yang go public, nilai perusahaan dapat direfleksikan melalui harga pasar saham. Harga pasar saham adalah harga yang

bersedia dibayarkan oleh calon investor apabila ia ingin memiliki saham suatu perusahaan, sehingga harga saham merupakan harga yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan.

Dalam analisis fundamental, nilai suatu perusahaan dihitung berdasarkan nilai bukunya atas kekayaan, hutang, ekuitas, kemampuan menghasilkan laba dan kemampuan mengembangkan modal, dimana semua itu dapat dilihat dalam neraca perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Akan tetapi, dalam praktiknya pasar menilai suatu perusahaan tidak hanya berdasarkan atas apa yang tercantum dalam neraca saja. Terbukti terdapat selisih antara nilai buku dan nilai pasar perusahaan. Keterbatasan laporan keuangan dalam menjelaskan nilai perusahaan, mengakibatkan pelaporan keuangan seringkali dianggap kurang memadai sebagai pelaporan kinerja keuangan. Meningkatnya perbedaan antara nilai pasar dan nilai buku perusahaan telah menarik para peneliti untuk menyelidiki nilai yang tersembunyi "*hidden value*" pada laporan keuangan perusahaan. *Hidden value* merupakan aset tersembunyi milik perusahaan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai modal untuk mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan. Kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya terletak pada kepemilikan aktiva tidak berwujud, tetapi lebih pada inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi dan sumber daya yang dimilikinya. Oleh karena itu perusahaan semakin menitikberatkan akan pentingnya *knowledge assets* (aset pengetahuan). Perubahan tersebut menjadikan *intangible asset* sebagai hal yang penting dalam penelitian ini yaitu *intellectual capital* (IC).

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan perekonomian menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar pelaku bisnis. Globalisasi, inovasi teknologi dan persaingan pada era ini memaksa perusahaan-perusahaan mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*Knowledge-based resources*) menjadi salah satu strategi bersaing yang menjadi salah satu faktor kesuksesan dalam persaingan antar perusahaan.

Perusahaan harus memiliki nilai tambah yang menjadikan perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya. *Intellectual capital* (modal intelektual) yang baik akan menjadi salah satu faktor yang akan menambah nilai bagi perusahaan. *Intellectual capital* dikatakan baik apabila perusahaan dapat mengembangkan kemampuan dalam memotivasi karyawannya agar dapat berinovasi dan meningkatkan produktivitasnya, serta memiliki sistem dan struktur yang dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan bahkan meningkatkan profitabilitas dan eksistensinya.

Menurut Abidin dalam Sawarju-wono (2003), Bayu & Muslichah (2019) mengatakan bahwa Indonesia masih menganut *conventional based* dalam membangun bisnisnya, sehingga produk yang dihasilkan masih miskin kandungan teknologi. Dalam perkembangannya IC dapat didefinisikan sebagai sumber daya tidak berwujud yang dimiliki sebuah organisasi bisnis, yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan nilai tambah dan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Sejak saat itu, semakin banyak peneliti maupun manajemen perusahaan yang memperhatikan keberadaan IC. Penelitian yang dilakukan oleh Kaplan dan Norton (2004) dalam Yunita (2017) menemukan bahwa perusahaan di negara maju sejak beberapa tahun terakhir mulai memanfaatkan IC untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan melalui penciptaan *competitive advantage*. Hal ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* telah mendapat perhatian.

Akan tetapi, dalam praktiknya perusahaan-perusahaan di Indonesia belum memberikan perhatian yang lebih terhadap ketiga komponen *intellectual capital* yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer/relational capital*. Untuk dapat bersaing dalam era *knowledge based business*, ketiga komponen *intellectual capital* tersebut diperlukan untuk menciptakan *value added* bagi perusahaan menurut Sawarjuwono dan Kadir (2003) dalam I Gusti (2016). Abidin (2000) dalam Farrell (2018) menyatakan apabila suatu perusahaan mengacu pada perkembangan yang ada, dengan berbasis pengetahuan manajemen maka perusahaan di Indonesia akan mampu bersaing dengan menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi kreatif yang dihasilkan oleh modal intelektual yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini akan mendorong terciptanya produk yang lebih menguntungkan di mata konsumen. Dalam hal ini akan dibahas ketiga komponen dari IC tersebut:

Pertama, *Human capital* merupakan *lifeblood* dalam *intellectual capital*. Disini-lah sumber inovasi dan perbaharuan, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga

merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human Capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Memberikan beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dalam modal ini, yaitu *training programs, credential, experience, competence, recruitment, mentoring, learning programs, individual potential and personality*. Pada era ini terjadi perubahan besar pada bidang ekonomi dimana *human capital* akan menjadi faktor produksi yang mempunyai peranan vital. Salah satu cara untuk meningkatkan *human capital* bagi perusahaan adalah melakukan peningkatan keahlian melalui program *learning experience* (www.kemen-keu.go.id, 2018). Profitabilitas merupakan refleksi dari kinerja keuangan dari suatu perusahaan dan perusahaan yang baik memperhatikan pengelolaan *Human Capital*, karena baik buruknya *Human Capital* akan mempengaruhi posisi nilai perusahaan secara langsung dan mempengaruhi profitabilitas perusahaan pada akhirnya.

Kedua, *Structural capital* merupakan pengetahuan yang tetap berada dalam perusahaan yang memberi kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan. *Structural capital* timbul dari proses dan nilai organisasi yang mencerminkan fokus internal dan eksternal perusahaan disertai pengembangan dan pemaharuan nilai untuk masa depan. *Structural capital* adalah sarana dan prasarana yang mendukung karyawan untuk menciptakan kinerja yang optimum, meliputi kemampuan organisasi menjangkau pasar, hardware, software, database, struktur organisasi, patent, trademark, dan segala kemampuan organisasi untuk mendukung produktivitas karyawan (Bontis, 2000) dalam Rita Wijayanti (2018). Maka dari itu *structural capital* yang baik dalam perusahaan akan membawa nilai perusahaan semakin meningkat.

Ketiga, *Customer/relational capital* merupakan hubungan yang harmonis/ *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Customer/relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

Fenomena *intellectual capital* di Indonesia mulai berkembang setelah munculnya PSAK No. 19 revisi 2012 tentang aktiva tidak berwujud. Menurut PSAK No. 19, aktiva tidak berwujud adalah 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 Ikatan Akuntan Indonesia, 2012. *Intellectual capital* memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Karenanya manfaat lain yang diperoleh perusahaan dengan melaporkan *intellectual capital*, selain untuk mengkomunikasikan keunggulan mereka, perusahaan juga dapat menarik sumberdaya yang bernilai tambah (Mouritsen et.al., 2004) dalam (Alvin., 2016). Namun, pengukuran yang tepat terhadap *intellectual capital* perusahaan belum dapat ditetapkan. Misalnya, tidak mengukur secara langsung *intellectual capital* perusahaan, tetapi mengajukan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan *Value added Intellectual Coefficient-VAIC™*. Menurut Pulic (1998) dalam Nanik & Rosi (2016), tujuan utama dalam ekonomi yang berbasis pengetahuan adalah untuk menciptakan *value added*, sedangkan untuk dapat menciptakan *value added* dibutuhkan ukuran yang tepat tentang *physical capital* yaitu dana-dana keuangan dan *intellectual potential* direpresentasikan oleh karyawan dengan segala potensi dan kemampuan yang melekat pada mereka. Salah satu keunggulan metode Pulic adalah karena data yang dibutuhkan relatif mudah diperoleh dari berbagai sumber dan jenis perusahaan. Data yang dibutuhkan untuk menghitung berbagai rasio tersebut adalah angka-angka keuangan yang standar yang umumnya tersedia dari laporan keuangan perusahaan.

Masyarakat Ekonomi Asean yang mulai diberlakukan di Indonesia pada tahun 2015 membuat persaingan di tenaga kerja dan perdagangan perusahaan harus dapat bersaing untuk memperoleh keberlanjutan contoh yang terjadi di perusahaan Bank BCA bahwa peningkatan pendapatan yang diperoleh

perusahaan seperti Bank BCA pada tahun 2017 naik menjadi 13,1 % hal ini tidak lain karena perusahaan dalam mengukur suatu bisnis sudah berubah, biasanya perusahaan mengukur melalui aset yang berwujud, seperti uang tunai, bangunan, inventaris, tetapi sekarang lebih menekankan terhadap pada *research and development* dan peningkatan kualitas karyawan. Hal itu terbukti bahwa BCA mendapatkan penghargaan Indonesia *Human Capital Award 2016*.

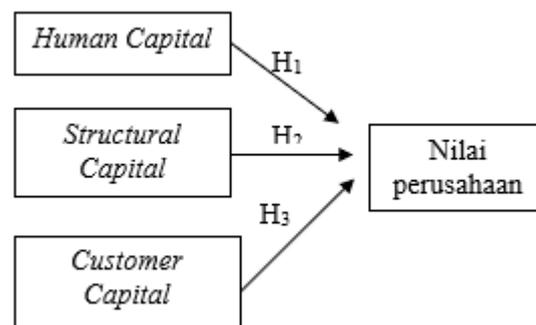
Kegunaan modal intelektual yang menarik perhatian adalah sebagai salah satu alat untuk menentukan nilai perusahaan, menurut Abidin (2000) dalam Solikhah (2010), Farrell (2018) menyatakan bahwa *market value* terjadi karena masuknya konsep modal intelektual yang merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan. Nilai ini juga dapat dilihat dari harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham di perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi dalam Eveline 2017). Dalam penelitian ini salah satu teori yang digunakan ialah *Stakeholder theory* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya. Maka dari itu perusahaan berusaha untuk memenuhi permintaan stakeholder sebagai suatu bentuk investasi sosial yang akan memberikan kontribusi peningkatan kinerja keuangan perusahaan dan mencapai tujuan strategis perusahaan jangka panjang. Hal ini menjelaskan bahwa yang mendasari perusahaan untuk memperhatikan keberadaan setiap kelompok atau individu yang dapat memengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan adalah untuk mendapatkan nilai positif dan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang mendukung modal intelektual terhadap nilai perusahaan Muh. Luthfi, Leny & Ardan (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, kebijakan dividend & *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, hasil dari penelitian ini adalah profitabilitas, kebijakan dividen, *value added capital employed*, *value added human capital*, dan *structural capital value added* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, profitabilitas dan *structural capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nuryaman (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan sebagai variabel intervening, menyatakan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, modal intelektual memiliki korelasi dengan kinerja keuangan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang lainnya ialah objek penelitian dan tahun penelitian. Objek penelitian yaitu perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dan tahun penelitian ini dari tahun 2018-2020. Peneliti mengambil perusahaan perbankan sebagai objek penelitian dikarenakan suatu lembaga *intermediary*/ perantara keuangan yang menghubungkan antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana.

Pengukuran nilai perusahaan biasanya menggunakan ratio antara lain : *Price earning ratio* (PER), *Price to book value ratio* (PBV) , *Tobins Q* dan *Market to Book Value of Equity*. Dalam Penelitian ini menggunakan variabel Tobins Q karena rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobins Q memasukan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukan namun seluruh aset perusahaan.

Perusahaan yang berbasis pengetahuan akan membuat nilai perusahaan meningkat karena dengan menggunakan modal intelektual dan sumber daya yang dapat dikelola dengan baik agar dapat memberikan nilai kepada investor. Teori pada penelitian ini menggunakan *resourced based theory*. Perusahaan bukanlah entitas yang hanya untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* Ulum et al (2016). Para investor, masyarakat dapat menghargai perusahaan jika mampu menciptakan nilai dengan pemanfaatan modal intelektual yang baik dengan begitu perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada investor. Kepuasan investor dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan yang baik berdasarkan *resourced based theory* kinerja keuangan perusahaan yang baik juga karena adanya konsep modal intelektual hal yang paling dapat dilihat adalah dari pendapatan atau laba yang di dapatkan perusahaan semakin tinggi intelektual capital artinya semakin tinggi penggunaan sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba.

Tujuan jangka panjang perusahaan yaitu menciptakan suatu nilai perusahaan. Hubungan yang baik dengan para *customer* akan berpengaruh terhadap nilai dan kinerja keuangan perusahaan karena hubungan yang baik terhadap pelanggan akan memudahkan perusahaan dalam memberikan informasi

terhadap pelanggan jika suatu hubungan yang baik terjadi maka akan memberikan suatu kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap perusahaan. Jika perusahaan telah dapat mengelola sumber daya manusia, struktur, relasi maka (Belkaoui, 2003) dalam Giyarti (2017) menyatakan “*The Resourced based view of the firm views resources as the main drive behind competitiveness and firm performance*. Bahwa tingkat persaingan serta kinerja perusahaan disebabkan karena efisiensi dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dalam menciptakan strategi kompetitif baik itu berupa aset berwujud maupun tidak berwujud. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disusun kerangka pemikiran teoritis yang menghubungkan beberapa variabel :



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis:

- H1 : *Human Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- H2 : *Structural Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- H3 : *Customer capital* perusahaan ber-pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori, penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah modal intelektual (*intellectual capital*) yang termasuk di dalamnya *human capital* (VAHU) *structural capital* (STVA), dan *customer capital* (CC). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor keuangan (Perbankan) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia BEI pada tahun 2018-2020. Data yang diperlukan ialah laporan tahunan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *probability sampling* yakni teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria yakni perusahaan yang sahamnya aktif beroperasi sampai pada bulan Desember tahun 2020, perusahaan mempublikasikan laporan keuangannya secara rutin tahun 2018 s/d 2020 dan mendapatkan laba setiap tahun, perusahaan tidak pernah mengalami delisting dari Bursa Efek Indonesia selama periode estimasi, laporan keuangan sudah diaudit dan telah diserahkan sampai bulan Desember tahun 2020.

Analisis Data

Model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mendeteksi pengaruh variabel-variabel inde-penden (X) dan variabel dependen (Y). Jika data-data telah lolos uji, selanjutnya data dapat dianalisis menggunakan analisis regresi ber-ganda. dengan rumus yang di-kemukakan oleh Zulganef (2018 :244) dapat dilihat melalui uraian dibawah ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas

X_1 = *Human Capital*

X_2 = *Structural Capital*

X_3 = *Customer Capital*

E = *error*

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

a. Uji Parsial (uji t)

Dalam menganalisa pengaruh *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* terhadap nilai perusahaan pada beberapa perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020, maka digunakan analisis regresi linear berganda. Analisa dilakukan berdasarkan dari nilai *standardized coeffi-cient* hasil regresi antara *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* dalam kaitannya dengan nilai perusahaan yang diolah dengan menggunakan olahan data komputer dengan SPSS release 23 yang dapat disajikan nilai koefisien regresi melalui tabel yaitu:

Tabel 1. Nilai Koefisien Regresi Berganda

Variabel Penelitian	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t _{hitung}	Sign
	β	Std.error	Coefficient		
Constant	-0,170	0,177			
<i>Human capital</i>	0,504	0,102	0,903	4,945	0,000
<i>Structural capital</i>	-0,813	0,434	-0,349	-1,872	0,066
<i>Customer capital</i>	1,580	0,608	0,263	2,600	0,012
R = 0,688	Adjusted R square = 0,444				
R ² = 0,473	F _{hitung}		= 16,733		
	Sign		= 0,000		

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa nilai koefisien regresi antara variabel bebas yang terdiri dari : *human capital*, *struc-tural capital* dan *costumer capital* dengan variabel nilai perusahaan maka diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = -0,170 + 0,930 - 0,349 + 0,263$$

Dari persamaan regresi tersebut di atas maka diketahui bahwa $b_0 = -0,170$, yang diartikan tanpa adanya *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* maka nilai perusahaan sebesar $-0,170$, kemudian nilai $X_1 = 0,930$ yang diartikan bahwa *human capital* mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya setiap peningkatan tanggapan responden mengenai *human capital* maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar $0,930$. Nilai $X_2 = -0,349$ yang diartikan bahwa *structural capital* mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang artinya apabila *structural capital* menurun maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang menurun yakni sebesar $-0,349$. Sedangkan nilai $X_3 = 0,263$ yang diartikan bahwa *customer value* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa peningkatan *customer value* maka akan berpengaruh terhadap kenaikan nilai perusahaan yakni sebesar $0,263$.

Selanjutnya dilakukan Uji t untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial atau masing-masing berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini uji t bertujuan untuk menguji hipotesis yang dibuat, yakni dengan cara membandingkan antara nilai probabilitas dengan nilai standar, dimana hasil uji parsial (uji t) dapat diuraikan sebagai berikut :

a) Pengujian parsial *human capital* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil persamaan regresi dengan menggunakan program SPSS release 23 antara *human capital* dengan nilai perusahaan maka diperoleh nilai probabilitas untuk *human capital* sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa *human capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

b) Pengujian parsial *structural capital* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil persamaan regresi antara *structural capital* dengan nilai perusahaan maka diperoleh nilai probabilitas untuk *structural capital* sebesar $0,066 > 0,05$, hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa *structural capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI.

c) Pengujian parsial *customer capital* terhadap nilai perusahaan

Dari hasil persamaan regresi dengan menggunakan program SPSS release 23 antara *customer capital* dengan nilai perusahaan maka diperoleh nilai probabilitas untuk *customer capital* sebesar $0,012 < 0,05$, hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa *customer capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

b. Uji Serempak (Uji F)

Uji serempak (uji f) bertujuan untuk mengukur pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dimana dari hasil olahan data dengan menggunakan program SPSS release 23 maka diperoleh nilai $sig. = 0,000 < 0,05$ berarti dapat disimpulkan bahwa *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* terdapat hubungan yang simultan atau serempak terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

No.	Uraian	pvalue	$\alpha = 5\%$	Kesimpulan
1.	Pengaruh <i>human capital</i> terhadap nilai perusahaan	0,000	0,05	Menerima hipotesis
2.	Pengaruh <i>struktur capital</i> terhadap nilai perusa-haan	0,086	0,05	Menolak hipotesis
3.	Pengaruh <i>customer capital</i> ter-hadap nilai perusahaan	0,012	0,05	Menerima hipotesis

Sumber : Data diolah (2021)

Pembahasan

1. Pengaruh *human capital* terhadap nilai perusahaan

Hasil uji parsial (uji t) yang diolah dengan menggunakan program SPSS 23 diperoleh nilai koefisien standardized beta sebesar 0,903 dan pvalue sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa dengan nilai pvalue sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan ada pengaruh positif dan signifikan antara *human capital* terhadap nilai perusahaan. Temuan ini dapat diindikasikan bahwa semakin baik *human capital* bagi setiap perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia maka nilai perusahaan akan dapat lebih ditingkatkan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya human capital pada setiap perusahaan Perbankan yakni dengan melakukan peningkatan keahlian melalui program *learning experience* maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa baik berangkat human capital akan mem-pengaruhi nilai perusahaan secara langsung dan mempengaruhi profitabilitas perusa-haan, sehingga hasil penelitian yang ditemukan sejalan dengan teori *resource based theory* (RBT).

Resource based theory (RBT) yang menjelaskan bahwa kinerja perusahaan akan optimal jika perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang berdampak terh-adap nilai perusahaan. Dalam *resource based theory* (RBT) yang sesuai dengan hasil pengamatan pada perusahaan perbankan. Dimana kinerja perusahaan dalam lingkup perbankan akan lebih optimal dapat ditingkatkan dengan adanya human capiral guna menunjang pencapaian keunggulan kompetitif.

Kemudian dalam Randa dan Solon (2012) bahwa strategi yang potensial dalam meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan menyatakan asset berwujud dengan asset tidak berwujud investor akan memberikan nilai tinggi terhadap kema-juan modal intelektual yang lebih besar. Sedangkan Prasetyanto dan Chariri (2013:10) bahwa untuk mencapai keung-gulan kompetitif maka perusahaan harus memanfaatkan dan mengembangkan sumber modal perusahaan, salah satunya adalah intelektual capital. Perusahaan akan mencapai keunggulan kompetitif manakala perusahaan tersebut memiliki sumber daya yang unggul. Sumber daya intelektual merupakan salah satu sumber daya yang dinilai penting dan memiliki peran dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Pendapat yang dikemukakan oleh Randa dan Solon (2012), Prasetyanto dan Chariri (2013) sejalan dengan apa yang ditemukan oleh peneliti bahwa sumber daya intelektual yang memiliki keunggulan kompetitif dalam perbankan akan mening-kan nilai perusahaan bagi kegiatan perbankan.

Hasil penelitian sebelumnya yaitu Juwita (2016) bahwa semakin meningkat human capital maka akan meningkat pula nilai perusahaan. Sedangkan Saragih (2017) yang menemukan bahwa human capital berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juwita (2016) dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saragih (2017) karena penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam kaitannya dengan teori *resource based theory* dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Juwita (2016) yang sejalan dengan yang ditemukan oleh peneliti bahwa semakin tinggi *human capital* maka diharapkan nilai perusahaan akan semakin meningkat. Dengan demikian hipotesis penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya dapat diterima.

2. Pengaruh *structural Capital* terhadap nilai perusahaan

Hasil uji parsial (uji t) yang telah dilkauan dan diolah dengan SPSS maka diperoleh nilai standardized koefisien beta sebesar -0,349 dan pvalue 0,066, karena dengan nilai pvalue $0,066 > 0,05$ menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara *structural capital* terhadap nilai perusahaan khususnya pada Perusahaan Perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Dikatakan bahwa *structural capital* bagi setiap perusahaan Perbankan yang diamati belum dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan karena perusahaan Perbankan yang diamati belum mengelola secara efektif dan efisien dalam kegiatan operasional perusahaan Perbankan.

Berdasarkan hasil pendekatan dalam *resource based view*, sumber daya manusia mempengaruhi kinerja dengan *causal ambiguity*. Karena itu, adalah sukar untuk menengarai bagaimana sumber daya secara individual dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan tanpa memperhitungkan interdependensi dengan asset lainnya. (Sampurno, 2012:213). Sedangkan menurut Barney (1991) bahwa *firm resource* membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan. Selanjutnya yaitu keunggulan kompetitif bersaing dapat dipahami dengan menanamkan pemahaman bahwa perusahaan terdiri dari elemen yang heterogen dan tak bergerak. Langkah untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif bersaing, perusahaan harus memenuhi empat kriteria, yaitu *valuable*, *rareness*, *inimitability* dan *non-substitutability*.

Pendapat yang dikemukakan oleh Sampurno (1991) dan Barney (1991) tidak sejalan dengan temuan yang diperoleh peneliti, karena *structur capital* yang diterapkan oleh perusahaan Perbankan yang menjadi sampel penelitian belum memberikan kontribusi dalam meningkatkan nilai perusahaan karena pada perusahaan Perbankan belum mengelola pemanfaatan *human capital* secara efektif sehingga mengakibatkan kinerja perusahaan belum sesuai dengan yang diharapkan oleh masing-masing perusahaan Perbankan sehingga tidak berdampak terhadap nilai bagi setiap perusahaan Perbankan.

Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Ulum, *et.al.* (2016) dimana para investor dapat menghargai perusahaan jika mampu menciptakan nilai dengan pemanfaatan modal intelektual yang baik dengan begitu perusahaan dapat memberikan kepada investor. Dan selain itu dalam penelitian ini tidak sejalan dengan teori *Resource based theory* (RBT) yaitu tingkat persaingan serta kinerja perusahaan disebabkan karena efisiensi dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dalam menciptakan strategi kompetitif baik itu berupa asset berwujud maupun tidak berwujud. Sedangkan dari masing-masing perusahaan perbankan yang diamati dimana *structural capital* yang diterapkan oleh perusahaan belum memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan, yang artinya perusahaan Perbankan yang kurang memperhatikan aspek *structural capital* melainkan perusahaan hanya menggunakan pendekatan analisis rasio dalam memprediksi kinerja keuangan banknya.

Hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Juwita (2016), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani (2016) telah sejalan yang ditemukan oleh peneliti. Dengan demikian bahwa hipotesis penelitian ini ditolak.

3. Pengaruh *customer capital* terhadap nilai perusahaan

Hasil uji parsial (uji t) yang diolah dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh nilai standardized coefficient beta yaitu sebesar 0,263 dan nilai pvalue nilai signifikan 0,012, karena dengan nilai pvalue $= 0,012 < 0,05$ berarti *customer capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diindikasikan bahwa semakin baik *customer capital* khususnya pada perusahaan Perbankan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Teori yang dikemukakan oleh Moehariono (2012) yang mengemukakan bahwa *costumer capital* merupakan *relational capital* atau *customer capital* menunjukkan hubungan yang bermakna yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya baik yang berasal dari pemasok yang andal dan berkualitas sehingga mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga teori yang dikemukakan oleh peneliti bahwa *costumer capital* memiliki kontri-busi terhadap peningkatan nilai perusa-haan. Dengan demikian penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Moehariono (2012).

Sugeng (2002) yang mengatakan bahwa *Customer capital* muncul dalam bentuk proses belajar, akses, dan keper-cayaan. Ketika sebuah perusahaan atau seseorang akan tetapkan dalam membeli pada suatu perusahaan, maka keputusan didasarkan pada kualitas kekerabatan mereka, harga, dan spesifikasi teknis. Semakin baik hubungannya, semakin besar peluang rencana pembelian akan terjadi, dan hal ini berarti semakin besar peluang rencana pembelian akan terjadi, dan hal ini berarti semakin besar peluang perusahaan berguru dengan dan dari pelanggan serta pemasoknya. Jika pelayanan yang dilaku-kan dalam perusahaan dilakukan dengan baik maka nilai perusahaan juga akan me-ningkat dan berdampak pada aset peru-sahaan. Sehingga dari pendapat yang dikemukakan oleh Sugeng (2012) sejalan dengan yang ditemukan oleh peneliti bahwa *customer capital* yang dibangun dalam perusahaan Perbankan akan mem-berikan pengaruh dalam meningkatkan kinerja perusahaan sehingga memberikan dampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Luthfi dan Andini (2019) yang temuan penelitian menemukan bahwa *costumer capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Saragih (2017) yang hasil penelitian menunjukkan bahwa *costumer capital* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan, sehingga penelitian yang dilakukan oleh Luthfi dan Ardan (2019), Saragih (2017) sudah sejalan dengan yang ditemukan oleh peneliti.

Berdasarkan pembahasan teori dari beberapa peneliti sebelumnya maka temuan ini dapat dikatakan bahwa *customer capital* yang tinggi akan mem-berikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya peningkatan *custo-mer capital* dalam pengelolaan aktivitas perbankan maka akan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itulah maka perusahaan Perbankan perlu membangun dengan kereliasian nasabah yakni dengan perlunya masing-masing perusahaan Perbankan memberikan pelayanan kepada nasabah agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan karena dengan pelayanan yang memberikan kepuasan maka akan berdampak terhadap loyalitas nasabah maka akan dapat meningkatkan niai perusahaan perbankan.

4. Kesimpulan

Human capital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Perban-kan. Hasil penelitian ini mengidenti-fikasikan bahwa human capital pada setiap perusahaan yang diamati mampu meningkatkan nilai perusahaan. kemudian, Structural capital memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Perbankan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Structural capital belum mampu meningkatkan nilai perusahaan, alasannya karena masih adanya perbankan yang kurang optimal dalam mengelola asetnya sehingga menyebabkan Structural capital tidak efisien dan biaya operasional yang tinggi menyebabkan laba perusahaan turun sehingga mempengaruhi nilai perusahaan dari setiap Perusahaan Perbankan. Selanjutnya, Customer capital (CC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan penelitian mengidentifikasi bahwa Customer capital dari setiap perbankan mampu meningkatkan nilai perusahaan dari setiap kegiatan operasional perbankan.

Keterbatasan penelitian ini yaitu : Periode pengamatan yang dilakukan hanya 3 tahun, hendaknya dilakukan penelitian ulang dengan periode lebih panjang. Sampel penelitian hanya 20 perus-ahaan perbankan dari 43 perusahaan perbankan. Variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu intelektual capital seperti variabel *added human capital*, *structural capital* dan *cost capital*,

padahal masih banyak variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan di atas maka penelitian yang akan datang menggunakan seluruh perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan selanjutnya dapat memperpanjang periode perusahaan minimal 5 tahun untuk mendapatkan pengalaman *intellectual capital* yang lebih tepat dan akurat

Referensi

- Abidin. (2000, Oktober). Sulitnya Meng-kuantifikasi Modal Intelektual .
- Alvin Rizni, N. S. (2016). Pengaruh Hid-den Value terhadap Pengungkapan Modal Intelektual Sebelum dan Sesudah Konvergensi IFRS pada Perusahaan Publik di Indonesia.
- Afni Eliana Saragih, (2017) Pengaruh Intellectual Capital (Human Capital, Structural Capital dan Customer Capital) Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Vol 3 No. 1, Maret 2017. ISSN : 2443 - 1079
- Bayu Aji Kurniawan, M. (2019). analisis modal intelektual dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja perusahaan sebagai variabel antar. *jurnal akuntansi dan pajak*, 66-80.
- Brigham, Eugene F. dan Joul F Houston. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Arifah, Sarah dan Medyawati, Henny. (2012). Analisis Pengaruh Elemen Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Universitas Guna darma. (publication. gunadarma.ac.id)
- Baroroh, Niswah. (2013). Analisis Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. Vol. 5 No. 2. Hal.172-182. Daud, Rulfah M. dan Abrar Amri.
- Chariri, G. (2007). Teori Akuntansi. 409.
- Chen, e. a. (2004). Measuring Intellectual Capital: A New Model and Empirical Study. *Journal of Intellectual Capital*, 225-235.
- Desmiyawati, Nasrizal, & Fitriana, Y. (n.d.). Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Di Bursa Efek Indonesia.
- Erlita Marcelia, B. P. (2016). Pengaruh Nilai Tambah Modal Intelektual dan Pengungkapan Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan .
- Farah Margaretha, A. R. (2006). Analisis Pengaruh Intellectual Capital terhadap Market Value dan Financial Performance Perusahaan dengan metode Value Added Intellectual Coefficient. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*.
- Faza, M. F., & Hidayah, E. (2014). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Profitabilitas, Produktivitas dan Nilai Perusahaan. *Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multi-variate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali Imam, (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, edisi kesembilan, cetakan kesembilan, Badan Penerbit : Universitas Diponegoro Semarang

- Gaol, CHR. Jimmy L, 2014. A to Z Human Capital (Manajemen Sumber Daya Manusia) Konsep, Teori, dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik dan Bisnis, Penerbit : Gramedia Widiasarana, Jakarta.
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Respon-sibility. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hamidah, Puspitasari, D., & Mardiyati, U. (2014). Pengaruh Intellectual Capi-tal Terhadap Kinerja Keuangan pada Bank Go Public yang terdaftar di BEI tahun 2009-2012. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* Vol. 5, 186-203.
- Gozali, A. dan Hatane, 2014. "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Ki-nerja Keuangan Dan Nilai Perusa-haan Khususnya Di Industri Ke-uangan Dan Industri Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2008-2012". *Bussines Accounting Review*, Vol. 2, No.2, hal: 208-217.
- Harjito, D.A dan Martono. (2014). Mana-jemen Keuangan. Edisi Kedua. Yogyakarta: EKONOSIA. Kampus Fakultas Ekonomi Islam Indonesia.
- Jao, R. (2011). Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba Perusa-haan Manufaktur Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, vol. 8, no. 1.
- Kaplan, R., & Norton, D. P. (2001). *The Strategy Focused Organization: How Balance Scorecard Compa-nies Thrive in The Bussines Envi-roment* .
- Kartika, M. dan Hartane, 2013. "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Return Saham Melalui Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Real Estate dan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2012". *Diponegoro Journal of Accounting*. Vol. 3, No.2
- Laisa, A. (2019, September). *Apa yang dimaksud dengan teori Resource Based View?* Retrieved from <https://www.dictio.id/>.
- Lamia, F. (2018). pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja keuangan.
- Lailatul Qomaria, (2016) Pengaruh *Intellectual Capital*, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Marques, Daniel Palacios, Domingo Ribeiro Soriano dan Kun Huang Huarng. 2015. *New Information and Communication Technologies for Knowledge Manage-ment in Organizations*. Springer: Swiss.
- Marr, Bernard, Dina Gray and Andy Neely. (2012). "Why do firms measure their intellectual capital ?". *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 4 Issue 4.pp.441-464
- Margaretha, Farah. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Dian Rakyat
- Moehariono. 2014. "Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi". Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Muhammad Luthfi, D. L. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan.
- Nanik Lestari, R. C. (2016). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan .
- Nasution, M. d. (2007). Pengaruh Cor-porate Governance Terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan. *Simposium Nasional Akuntansi X*.

- Nani Lestari, dkk (2016) Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* Vol. 4, No. 1, July 2016, 28-33 p-ISSN: 2337-7887 Article History Received May, 2016 Accepted June, 2016.
- Nothnagel, K. (2008). Empirical research within resource-based theory: A meta -analysis of the central propositions. *Springer Science & Business Media*.
- Nuryaman. (2015). The Influence of Intellectual Capital on The Firm's Value with The Financial Performance as Intervening Variable. *Social and Behavioral Sciences*.
- Pramundityo Prasetyanto, Anis Chariri, (2013) Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Kinerja Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Keuangan di BEI Periode Tahun 2009–2011), *Diponegoro Journal of Accounting*, Volume 2, Nomor 2, 2013.
- Pablos, Ordenez Dedan Patricia. 2013. *Intellectual Capital Strategy Management for Knowledge-Based Organizations*. IGI Global: Amerika.
- Rakhmini Juwita (2016) Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* Vol.8 No.1 Mei 2016: 1 – 15.
- Sampurno, 2012. *Knowledge Based Economy Sumber Keunggulan Daya Saing Bangsa*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Sawarjuwono, & Kadir. (2003). Intellectual Capital Disclosure Commitment: Myth or Reality? *Journal of Intellectual Capital* , 39-56.
- Suhendah, Rousilita. 2012. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas, Produktivitas dan Penilaian Pasar pada Perusahaan yang Go Public di Indonesia pada Tahun 2005-2007. *SNA XV 2012*. Banjarmasin: Universitas Tarumanagara.
- Soetedjo, Sugeng dan Mursida, Safrina. 2014. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan. *Jurnal SNA 17 Mataram*. Universitas Mataram, Lombok.
- Susanto, B. P dan Subekti, Imam. 2013 Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Tesis. Universitas Brawijaya. Malang
- Scott, W. R. (2003). *Financial Accounting Theory. Second Edition*. Canada: Prentice Hall.
- Solikhah, B. (2010). *Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, Pertumbuhan dan Nilai Pasar pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Semarang.
- Ulum, I. 2016. *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan, dan Kinerja Organisasi*. Malang : UMM Press.
- Vida Krisna Fitriyani (2016) Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Yang Diukur Menggunakan Tobins Q Pada Saham-Saham LQ-45 Periode 2011-2015. Skripsi Universitas Widyatama. Bandung. <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/8996>.
- Wardani, D. K., & Kusuma, I. W. (2012). “Is Earnings Management Informational or Opportunistic? Evidence from ASEAN Countries. 61-75.
- Yunita Valentina Kusufiyah, R. D. (2017). efek Intellectual Capital Terhadap Harga Saham dengan kinerja keuangan sebagai variabel moderating. *jurnal ekonomi dan bisnis*.

Zulganef, (2018)Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen, cetakan pertama, Penerbit : Refika Aditama, Bandung



Published by Journal of Applied Management and Business Research | This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License. Copyright @2021 by the Author(s).