



Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Menggunakan Model Komprehensif MVAIC dan Corporate Reputation Score

Nadya Novianty, Fajriannor
Universitas Sari Mulia
nadya.novianty@unism.ac.id

INFO ARTIKEL

JIAP Volume IX
Nomor 2
Halaman 377-387
Samata,
Januari-Juni 2022

ISSN 2441-3017
E-ISSN 2697-9116

Tanggal Masuk:
21 Mei 2022

Tanggal Diterima:
30 Juni 2022

ABSTRAK

Intellectual Capital (IC) dipercaya dapat memberikan nilai tambah dan menjadi faktor paling kuat bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh IC terhadap reputasi perusahaan dengan menggunakan model yang komprehensif yaitu *modified value added (MVAIC)* dan *corporate reputation score (CRS)*. Sampel penelitian ini adalah 38 perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan 2017-2021. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, secara lebih detail penelitian ini juga membuktikan bahwa *human capital efficiency*, *structural capital efficiency* dan *relational capital efficiency* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan

Kata Kunci: *Intellectual Capital*; Reputasi Perusahaan; MVAIC; *Corporate Reputation Score*; CRS

Intellectual Capital (IC) is believed to provide added value and become the most powerful factor for the company. This study aims to examine the effect of IC on corporate reputation by using a comprehensive model, modified value added (MVAIC), and corporate reputation score (CRS). The sample for this research is 38 non-cyclical consumer companies listed on the Indonesia Stock Exchange with an observation period of 2017-2021. Data analysis in this study uses Partial Least Square. The results of the study prove that intellectual capital influences a company's reputation, in more detail this research also proves that human capital efficiency, structural capital efficiency, and relational capital efficiency influence a company's reputation.

Keyword: *Intellectual Capital*; *Company Reputation*; MVAIC; *Corporate Reputation Score*; CRS

Copyright: Novianty, N., Fajriannor. (2023). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Menggunakan Model Komprehensif MVAIC dan Corporate Reputation Score Jurnal Vol. IX No. 2 (377-387). <https://doi.org/10.24252/jiap.v8i1.41199>

PENDAHULUAN

Fenomena *Intellectual Capital* (IC) di Indonesia mulai berkembang setelah diterbitkannya PSAK No. 19 (Revisi 2015) tentang Aset Tak Berwujud. IC merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran intangible asset dan dipercaya dapat memberikan *value added* serta menjadi salah satu faktor yang paling kuat bagi perusahaan. Hal tersebut menyebabkan IC menjadi salah satu fokus perhatian oleh berbagai pihak baik praktisi dan akademisi pada berbagai bidang seperti manajemen, teknologi informasi, sosiologi, maupun akuntansi.

IC memiliki peranan penting bagi perusahaan yang dibuktikan dari beberapa hasil riset yang telah dilakukan. IC terbukti dapat memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan (Azahra and Gustiyana, 2020; Landion and Lastanti. H.S, 2019; Nurfadila et al., 2020; Santoso et al., 2017). Lebih lanjut, Menurut (Ulum, 2015) pengungkapan IC telah menjadi suatu bentuk komunikasi baru yang mengendalikan “kontrak” antara manajemen dan para pekerja. Pengungkapan IC mampu menggerakkan nilai perusahaan dan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Ulum, 2017). Terbatasnya ketentuan standar akuntansi pada IC mendorong para ahli untuk membuat model pengukuran dan pelaporan IC (Ulum, 2017). *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAICTM) merupakan salah satu model pengukuran IC yang sangat populer. VAICTM telah diuji dalam berbagai konteks dan industri dan negara.

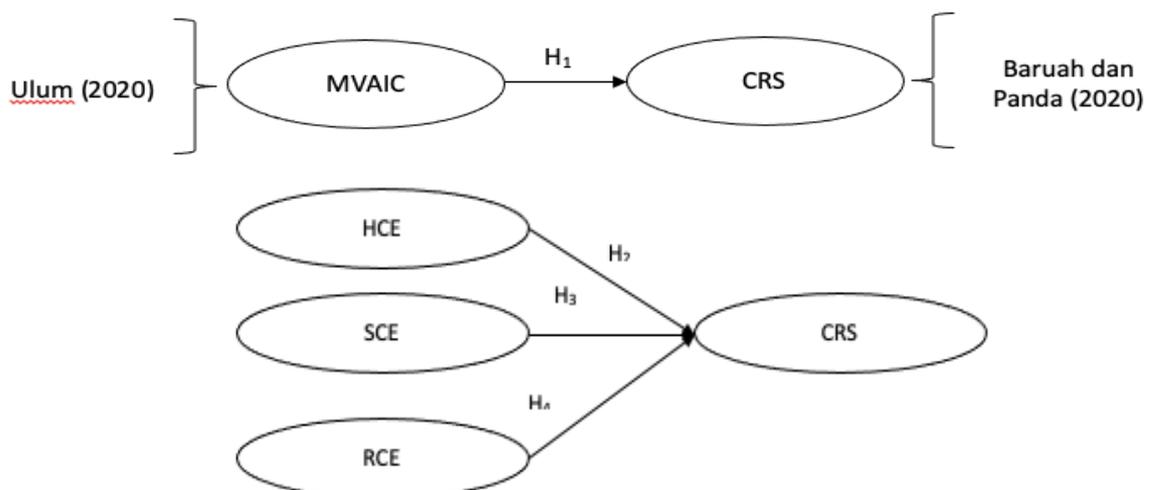
Penelitian mengenai pengukuran kinerja IC sebagian besar menggunakan VAICTM untuk melihat pengaruhnya terhadap kinerja keuangan perusahaan, nilai pasar perusahaan dan reputasi perusahaan. (Bassetti et al., 2020; Landion & Lastanti, 2019; Midiantari & Agustia, 2020; Rossendhy & Subekti, 2016; Sari & Rasyid, 2020) Namun hasil yang didapatkan masih belum konsisten. Hasil yang belum konsisten antara penelitian satu dengan yang lainnya menunjukkan bahwa hubungan langsung antara kinerja IC dengan kinerja perusahaan, nilai pasar perusahaan maupun reputasi perusahaan masih belum konklusif (Bassetti et al., 2020; Marzo, 2022; Stähle et al., 2011). Berdasarkan hal tersebut pengukuran kinerja IC dengan menggunakan model VAICTM masih dianggap bias dan belum komprehensif karena belum memasukkan komponen relational capital dalam perhitungannya.

Hubungan kinerja IC dengan reputasi perusahaan masih sedikit ditemukan, namun terdapat penelitian yang mengindikasikan bahwa value added intellectual capital dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan (Ginesti et al., 2018; Landion & Lastanti. H.S, 2019; Rossendhy & Subekti, 2016) Reputasi perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang saat ini dimiliki oleh perusahaan dan memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan dimasa depan. Pada awal abad 21,

reputasi perusahaan menjadi indikator keberlanjutan perilaku dan kesehatan keuangan karena memiliki hubungan yang kuat dengan kinerja keuangan. IC dan reputasi perusahaan didukung oleh resource base theory (RBT). RBT menyatakan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan bersaing dan mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang baik. RBT sangat tepat untuk menjelaskan penelitian tentang IC terutama dalam konteks hubungan IC dengan reputasi perusahaan. IC diklasifikasikan menjadi tiga komponen yaitu *human capital*, *structural capital* dan *relational capital*.

Penelitian ini menguji pengaruh IC terhadap reputasi perusahaan dengan menggunakan model yang komprehensif yaitu modified value added (MVAIC) (Ulum et al., 2014) dan *corporate reputation score* (CRS) (Baruah & Panda, 2020) di sektor *consumer non-cyclicals*. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan setidaknya karena tiga alasan. Pertama, sektor barang konsumsi primer merupakan sektor industri yang pertumbuhannya sejalan dengan pertumbuhan penduduk dan peningkatan pendapatannya sehingga memiliki tingkat persaingan yang tinggi dan senantiasa akan selalu meningkatkan kinerja dan reputasi perusahaannya. Kedua, penelitian ini menguji pengaruh IC terhadap reputasi perusahaan dengan menggunakan proksi /pengukuran yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan MVAIC yang menambahkan *relational capital* dalam model VAICTM sebagai proksi untuk mengukur IC dan menggunakan CRS untuk mengukur reputasi perusahaan, dimana CRS menggunakan ukuran proksi keuangan dan non-keuangan untuk meningkatkan aksesibilitas, keandalan, dan objektivitas dalam pengukurannya (Baruah & Panda, 2020). Ketiga, penelitian mengenai IC dan reputasi perusahaan masih jarang dilakukan. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat melalui gambar dibawah ini, untuk mengetahui secara lebih rinci mengenai komponen IC yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan maka juga dilakukan uji disetiap komponen IC yaitu HCE, SCE dan RCE.

Gambar 1.
Kerangka Pemikiran



Berdasarkan gambar diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁= *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

H₂= *Human Capital Efficiency* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

H₃= *Structural Capital Efficiency* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

H₄= *Relational Capital Efficiency* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan empiris dengan melakukan survey terhadap laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan *consumer non-cyclicals*.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021
2. Perusahaan *consumer non-cyclicals* yang memiliki kelengkapan data dan dipublikasikan,
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian.
4. Perusahaan yang menjadikan laporan keuangan dalam Rupiah

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan selama 5 tahun (2017-2021) yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi.

Varibel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Intellectual Capital Performance (ICP). Pengukuran ICP menggunakan Modified Value Added Intellectual Capital (MVAIC) (Ulum et al., 2014). MVAIC diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{MVAIC} = \text{ICE} + \text{CEE}$$

Keterangan:

MVIC : Modified VAIC

ICE : *Intellectual Capital Efficiency*

ICE : HCE+SCE+RCE

$$\begin{aligned} \text{HCE} &: \frac{\text{VA} = \text{OP} + \text{EC} + \text{D} + \text{A}}{\text{HC} = \text{beban karyawan}} \\ \text{SCE} &: \frac{\text{SC} = \text{VA} - \text{HC}}{\text{VA} = \text{OP} + \text{EC} + \text{D} + \text{A}} \\ \text{RCE} &: \frac{\text{RC} = \text{Biaya pemasaran}}{\text{VA} = \text{OP} + \text{EC} + \text{D} + \text{A}} \\ \text{CEE} &: \text{Capital Employed Efficiency} \\ \text{CEE} &: \frac{\text{VA} = \text{OP} + \text{EC} + \text{D} + \text{A}}{\text{CE} = \text{Nilai buku dari total aset}} \end{aligned}$$

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan. Reputasi merupakan aset tidak berwujud yang membawa kebaikan bagi perusahaan. Pengukuran reputasi perusahaan menggunakan *Corporate Reputation Score* (CRS) dengan menggunakan ukuran proksi keuangan dan non-keuangan untuk meningkatkan aksesibilitas, keandalan, dan objektivitas dalam pengukurannya. CRS diformulasikan sebagai berikut (Baruah & Panda, 2020):

$$\text{CRS} = \frac{\text{I} + \text{QM} + \text{FS} + \text{GC} + \text{CA} + \text{QMR} + \text{LTIV} + \text{QPS} + \text{PPTM} + \text{ET}}{10}$$

Keterangan:

- I : *Innovation* = biaya penelitian dan pengembangan
- QM : *Quality of management* = rasio gaji managerial terhadap total gaji
- FS : *Financial Soundness* = *return on asset*
- GC : *Global competitiveness* = rasio ekspor terhadap total penjualan
- CA : *Use of corporate assets* = rasio perputaran aset
- QMR : *Quality of marketing* = biaya pemasaran terhadap total penjualan
- LTIV : *Long-term investment value* = harga pasar saham x jumlah saham beredar
- QPS : *Quality of product or services* = sertifikasi iso 9001 (ada=1; tidak ada=0)
- PPTM: *People practice and talent management* = *human capital efficiency*
- ET : *Ethics and transparency* = skor perusahaan terhadap indeks tata kelola perusahaan sebanyak 12 item (ada=1; tidak ada=0)

Analisis Data Penelitian

Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS). PLS adalah metode penyelesaian model persamaan struktural (SEM) yang dalam hal ini (sesuai dengan tujuan penelitian) lebih tepat dibandingkan dengan teknik SEM lainnya (Ghozali, 2006). PLS dapat digunakan untuk jumlah sampel yang kecil dan tidak mensyaratkan data harus berdistribusi secara normal. Analisis data dalam PLS dilakukan dalam tiga tahap yaitu evaluasi outer model, goodness of fit (inner model) dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian ini adalah perusahaan *consumer non cyclical* yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan *consumer non-cyclicals* merupakan perusahaan barang konsumen primer adalah yang memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa yang bersifat anti-siklis, dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi karena merupakan barang primer. Sampel dalam penelitian berjumlah 38 perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021 dimana perusahaan tersebut mengungkapkan laporan tahunan dan keuangan secara lengkap, menyajikan laporan keuangan dalam bentuk Rupiah dan tidak pernah mengalami kerugian pada periode penelitian.

Hasil Analisis Data

Tabel 1. Statistik Deskriptif.

	N	Min	Max	Mean	SD
MVAIC	190	1.15	12.99	4.07	2.14
HCE	190	1.11	11.91	3.18	1.99
SCE	190	.00	.92	.23	.23
RCE	190	.00	1.17	.15	.23
CRS	190	256815001.00	43154006529901.00	3224518644303.00	7342734146196.00

Selama lima tahun pengamatan, nampak bahwa nilai maksimum dari kinerja intellectual capital yang diukur dengan MVAIC adalah 12,99 dengan nilai minimum sebesar 1.15 dan rata-rata sebesar 4.07. jika dilihat dari input pembentuk MVAIC dapat diketahui bahwa nilai minimum HCE adalah 1.11, nilai maksimum HCE adalah 11.91 dan nilai rata-rata adalah 4.07. Nilai minimum SCE adalah 0.00, nilai maksimum SCE 0.92 dan nilai rata-rata RCE adalah 0.23. Nilai minimum RCE adalah 0.00, nilai maksimum RCE adalah 1.17 dan nilai rata-rata RCE 0.23. Nilai minimum CRS 256815001.00, nilai maksimum CRS 43154006529901.00 dan nilai rata-rata CRS 3224518644303.00.

Berdasarkan hasil pengujian outer model yang dinilai berdasarkan dari 3 kriteria yaitu nilai *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability* didapatkan bahwa nilai p value pada semua variabel sebesar <0.001 yaitu kurang dari 0.05 dan nilai loading sebesar 1,000 yaitu lebih besar dari 0.7 sehingga *convergen validity* terpenuhi dan valid sebagai pengukur variabel. Lebih lanjut, nilai loading pada konstruk variabel sebesar 1,000, dimana nilai ini lebih besar dari nilai loading lainnya sebesar 0,000 pada semua variabel yang diteliti oleh karena itu *discriminant validity* terpenuhi dan dinyatakan valid. Nilai *composite realibility* dan *crobanch's alpha* untuk masing-masing variabel adalah 1,000 dimana nilai tersebut lebih besar sari 0,70 sehingga konstruk penelitian ini dianggap reliabel.

Tabel 2. *Model Fit Indices Model 1*

	P Value		<i>Indicies</i>	Keterangan
APC	0.403	<0.001	<0.05	Model Fit
ARS	0.163	0.006	<0.05	Model Fit
AFVIF	1.151		acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	Model Fit

Tabel 3. *Model Fit Indices Model 2*

	P Value		<i>Indicies</i>	Keterangan
APC	0.197	0.001	<0.05	Model Fit
ARS	0.192	0.002	<0.05	Model Fit
AVIF	4.167		acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	Model Fit

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai APC dan ARS $<0,05$ dan nilai AFVIF < 5 yaitu nilai APC sebesar <0.001 , nilai ARS sebesar 0.006 dan nilai AFVIF sebesar 1.15 yang mengindikasikan bahwa kriteria model fit pada model 1 telah terpenuhi. Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui pula bahwa nilai APC sebesar 0.001 dan ARS 0.002 dan nilai AVIF adalah 4.167 yang mengindikasikan bahwa kriteria model fit pada model 2 telah terpenuhi, walaupun AVIF ssebagai indikator multilinearitas yang dihasilkan lebih dari 3.3 namun masih bisa diterima jika kurang dari sama dengan 5 .

Tabel 4. *Path coefficients dan P values*

	Path Coefficient	P Value	<i>Indicies</i>	Keterangan
MVCAIC → CRS	0.403	<0.001	≤ 0.05	Positif
HCE → CRS	0.198	0.003	≤ 0.05	Positif
SCE → CRS	0.155	0.015	≤ 0.05	Positif
RCE → CRS	0.238	<0.001	≤ 0.05	Positif

Tabel 4. menyajikan output nilai koefisien dan nilai signifikansi pada setiap hipotesis penelitian ini. Hipotesis 1 pada model 1 menyatakan bahwa intellectual capital berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Berdasarkan output dari pengujian diketahui bahwa koefisien jalur yang dihasilkan sebesar 0.403 dengan nilai $P < 0.001$ yang mana lebih kecil dari 0.05 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima, artinya intellectual capital yang diukur dengan MVAIC berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung sejumlah penelitian terdahulu (Ginesti et al., 2018; Landion & Lastanti. H.S, 2019) dan konsisten mendukung resource base theory yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang dapat menjadikan perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing dan mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang baik. Jika perusahaan mampu menciptakan kinerja *intellectual capital* yang baik maka dapat menciptakan reputasi perusahaan dimata publik yang memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai yang baik dan memberikan keunggulan

kompetitif bagi perusahaan. Tercapainya reputasi menunjukkan bahwa suatu perusahaan telah mengelola aset berwujud maupun tidak berwujud, termasuk IC dengan tepat sehingga menghasilkan kinerja keuangan yang baik. Pengukuran kinerja IC menggunakan MVAIC (Ulum, 2017) yang komponen utamanya terdiri dari HCE, SCE, dan RCE yang mana secara lebih detail pengaruhnya terhadap reputasi perusahaan dijelaskan pada model 2.

Hipotesis 2 pada model 2 menyatakan bahwa HCE berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, Berdasarkan output dari pengujian diketahui bahwa koefisien jalur yang dihasilkan sebesar 0.198 dengan nilai $P= 0.003$ yang mana lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima, artinya HCE atau *Human Capital Efficiency* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. HCE menunjukkan berapa banyak Value Added (VA) dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk karyawan (Samosir & Hatane, 2017). HC sendiri merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan solusi yang terbaik berdasarkan penguasaan pengetahuan dan teknologi dari sumber daya manusia yang dimiliki HC merepresentasikan individual knowledge suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya HC merupakan kombinasi dari genetic inheritance; education; experience, and attitude tentang kehidupan dan bisnis (Bontis, 2000) dengan kata lain HC mencakup pengalaman individu, ide, nilai, sikap, kemampuan seseorang seperti kompetensi, kreatifitas, pengetahuan, loyalitas orang-orang yang berkerja diperusahaan Semakin baik tingkat efisiensi HC yang dimiliki sebuah perusahaan maka akan semakin meningkatkan reputasi perusahaan dimata publik.

Hipotesis 3 pada model 2 menyatakan bahwa SCE berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, Berdasarkan output dari pengujian diketahui bahwa koefisien jalur yang dihasilkan sebesar 0.155 dengan nilai $P= 0.015$ yang mana lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, artinya SCE atau *Structural Capital Efficiency* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. SCE adalah indikator efisiensi nilai tambah modal struktural. SC merupakan rasio dari SC terhadap VA, rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bilaman kerberhasilan SC dalam penciptaan nilai (Ulum, 2017). SC merupakan mekanisme struktur organisasi yang dapat mendukung karyawan agar dapat menciptakan kinerja intelektual yang optimal dan juga kinerja bisnis secara keseluruhan (Bontis, 2000), dengan kata lain SC merupakan infrastruktur pendukung yang memungkinkan sumber daya manusia dapat berfungsi. SC mencakup gedung, hardware, software, proses. Selain itu, SC juga mencakup citra perusahaan, budaya organisasi, manajemen dan sistem informasi. Semakin optimal SC yang digunakan/diliki sebuah perusahaan maka semakin meningkatkan reputasi perusahaan dimata publik

Hipotesis 4 pada model 2 menyatakan bahwa RCE berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, Berdasarkan output dari pengujian diketahui bahwa

koefisien jalur yang dihasilkan sebesar 0.238 dengan nilai $P < 0,001$ yang mana lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima, artinya RCE atau *Relational Capital Efficiency* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. RC adalah hubungan yang seimbang yang dimiliki perusahaan dengan pihak yang bekerjasama dengan perusahaan. *Relational Capital Efficiency* (RCE) yang menjelaskan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola hubungan dengan customer atau pelanggan (Samosir & Hatane, 2017). RCE digunakan untuk melihat berapa banyak nilai tambah yang dihasilkan dari dana investasi dibidang pemasaran (Ulum et al., 2014). Jika perusahaan mampu menciptakan tingkat efisiensi *relational capital* dengan baik hal tersebut mampu membangun reputasi perusahaan dimata publik.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh IC terhadap reputasi perusahaan dengan menggunakan model yang komprehensif yaitu modified value added (MVAIC) (Ulum et al., 2014) dan *corporate reputation score* (CRS) (Baruah & Panda, 2020) di sektor *consumer non-cyclicals* dan menguji setiap komponen IC terhadap reputasi perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa:

1. Intellectual capital yang diukur melalui MVAIC dapat mempengaruhi reputasi perusahaan
2. *Human Capital Efficiency*, *Structural Capital Efficiency*, dan *Relational Capital Efficiency* mempengaruhi reputasi perusahaan.
3. Dari 3 komponen IC yang paling besar pengaruhnya bagi reputasi perusahaan adalah *relational capital efficiency*

DAFTAR PUSTAKA

- Azahra, N., & Gustyana, T. T. (2020). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *JRAK*, 11(1). www.kompasiana.com
- Baruah, L., & Panda, N. M. (2020). Measuring Corporate Reputation: A Comprehensive Model with Enhanced Objectivity. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12(2), 139–161. <https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2019-0215>
- Bassetti, T., Dal Maso, L., Liberatore, G., & Mazzi, F. (2020). A Critical Validation of The Value-Added Intellectual Coefficient: Use in Empirical Research and Comparison with Alternative Measures of Intellectual Capital. *Journal of Management and Governance*, 24(4), 1115–1145. <https://doi.org/10.1007/s10997-019-09494-w>
- Bontis, N. K. (2000). Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1, 85–100.
- Ginesti, G., Caldarelli, A., & Zampella, A. (2018). Exploring the impact of intellectual capital on company reputation and performance. *Journal of*

- Intellectual Capital*, 19(5), 915–934. <https://doi.org/10.1108/JIC-01-2018-0012>
- Landion, V., & Lastanti, H. S. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan, Nilai Pasar Perusahaan dan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(2), 215–232.
- Landion, V., & Lastanti, H.S. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan, Nilai Pasar Perusahaan dan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(2), 215–232.
- Marzo, G. (2022). A Theoretical Analysis of The Value-Added Intellectual Coefficient (VAIC). *Journal of Management and Governance*, 26(2), 551–577. <https://doi.org/10.1007/s10997-021-09565-x>
- Midiantari, P. N., & Agustia, D. (2020). Impact of Intellectual Capital on Firm Value Through Corporate Reputation as a Mediating Variable. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 9(4), 1203–1213. [https://doi.org/10.9770/JSSI.2020.9.4\(7\)](https://doi.org/10.9770/JSSI.2020.9.4(7))
- Nurfadila, N., Kalsum, U., Sri Mulya Wahyuni, A., & Alauddin Makassar, U. (2020). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Perusahaan Properti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, VI(2), 216–227. <https://doi.org/jiap.v6i1>.
- Rosendhy, F. W., & Subekti, I. (2016). Modal Intelektual, Kinerja Perusahaan dan Reputasi Perusahaan Pada Bank Umum di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4(2).
- Samosir, T. T. B., & Hatane, S. E. (2017). Pengaruh Human Capital Efficiency, Relational Capital Efficiency, Capital Employed Efficiency dan Situasi Krisis Ekonomi Global Terhadap Non-Performing Loans, Perusahaan Perbankan di Indonesia Tahun 2007-105. *Business Accounting Review*, 5(2), 49–62.
- Santoso, S. I., Djaelani, Y., & Destryanti. (2017). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Pertumbuhan, Nilai Pasar, Produktivitas dan Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 3(2), 85–111.
- Sari, P. P., & Rasyid, R. (2020). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Financial Performance Dengan Corporate Reputation Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2(3), 96. <https://doi.org/10.24036/jkmw02100280>
- Ståhle, P., Ståhle, S., & Aho, S. (2011). Value Added Intellectual Coefficient (VAIC): A Critical Analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 531–551. <https://doi.org/10.1108/14691931111181715>
- Ulum, I. (2015). Intellectual Capital Disclosure: Suatu Analisis Dengan Four Way Numerical Coding System. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 19(1), 39–50. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol19.iss1.art4>
- Ulum, I. (2017). *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan & Kinerja Organisasi*. UMM Press.
- Ulum, I., Ghozali, I., & Purwanto, A. (2014). Intellectual Capital Performance of Indonesian Banking Sector: A Modified VAIC (M-VAIC) Perspective.

Asian Journal of Finance & Accounting, 6(2), 103.
<https://doi.org/10.5296/ajfa.v6i2.5246>