

PENGUNGKAPAN *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN PERAN LAPORAN KEUANGAN DALAM PENGUKUR NILAI PERUSAHAAN

Siti Istikhoroh

Email : istiistitc@gmail.com

(Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Abstraksi

Beragamnya hasil penelitian yang menguji keterkaitan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan membuktikan bahwa asimetri informasi laporan keuangan yang ditimbulkan oleh ketidakmampuan akuntansi dalam menilai intangible asset dengan baik adalah benar. Hasil penelitian tersebut juga membuktikan bahwa masyarakat tidak bisa menangkap sinyal positif maupun negatif yang disampaikan oleh manajemen melalui laporan keuangan. Artikel ini bertujuan untuk memberikan masukan kepada pengembang teori dan kebijakan akuntansi tentang perlunya informasi tambahan dalam laporan keuangan berupa pengungkapan intellectual capital dan corporate social responsibility karena penelitian yang membahas keterkaitan antara dua variabel tersebut terhadap profitabilitas selalu menunjukkan hasil yang sama yaitu berpengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, perusahaan memiliki kesempatan untuk mengkomunikasikan kinerja keuangannya kepada masyarakat dengan lebih baik sehingga asimetri informasi laporan keuangan bisa diminimalkan.

Kata kunci : *intellectual capital, corporate social responsibility, asimetri informasi laporan keuangan*

PENDAHULUAN

Latar Belakang dan Permasalahan

Dimulainya era perdagangan bebas wilayah Asia Tenggara (MEA) pada bulan Desember 2015 memaksa perusahaan untuk mengubah arah bisnisnya dari *labor business management* menjadi *knowledge business management*. Pada kondisi tersebut, tingkat keunggulan kompetitif perusahaan tidak lagi didasarkan pada banyaknya faktor produksi tetapi lebih pada seberapa besar perusahaan mampu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dalam mencapai tujuan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan tidak hanya dituntut supaya mempublikasikan jumlah kekayaan dan laba yang diperoleh, namun juga harus mampu mempublikasikan *knowledge value* yang dimiliki. Perusahaan dengan *knowledge asset* yang memadai akan mampu mempertahankan posisinya di pasar dan memberikan sinyal diperolehnya *expected return* dalam jangka panjang. Ketidakmampuan perusahaan melaporkan *knowledge value* berdampak pada tidak tersampainya nilai perusahaan kepada masyarakat.

Meningkatnya peran *knowledge asset* bagi perusahaan menyebabkan

identifikasi dan pengelolaan pengetahuan dalam bentuk *intangible assets* dalam menciptakan nilai perusahaan dirasa semakin penting. Nilai perusahaan merupakan nilai yang menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mampu mengelola kekayaannya. Nilai tersebut merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Karena ekspektasi investor tercermin melalui lalu lintas perdagangan saham maka nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham (Christiawan dan Tarigan, 2007). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa pasar percaya terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Untuk itu, masing-masing perusahaan harus mampu mengeksplorasi nilai lebih yang dimiliki sebagai bagian dari keunggulan internal, merespon kesempatan dari lingkungan, serta menetralkan ancaman dari luar.

Hanafi (2004) menyampaikan bahwa beberapa rasio pengukur kinerja keuangan seperti rasio likuiditas, rasio leverage, rasio aktifitas, rasio profitabilitas, dan rasio pasar merupakan rasio yang menggambarkan baik buruknya

pengelolaan kekayaan perusahaan oleh manajemen. Perusahaan akan dinilai baik jika memiliki kinerja keuangan yang baik. Demikian juga sebaliknya. Oleh sebab itu, beberapa peneliti menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel yang diprediksi mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Sigit Hermawan dan Afiyah Nurul Maf'ulah (2014) membuktikan bahwa terdapat hubungan antara kinerja keuangan (*Return On Asset / ROA*) dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rowland Bismark (2008) yang membuktikan bahwa *Earning Per Share* (EPS) dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta penelitian Umi Mardiyati, dkk (2012) yang membuktikan bahwa kebijakan deviden, kebijakan hutang, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Di sisi lain, Harjono Sunardi (2010) menyampaikan bahwa kinerja keuangan yang diukur menggunakan ROI dan EVA tidak mempengaruhi *return* saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wibowo (2005) yang membuktikan bahwa EVA, ROA, dan ROE tidak berpengaruh terhadap *return* saham serta penelitian Wulandari (2006) yang membuktikan bahwa EVA dan rasio profitabilitas meliputi ROA, ROE, EPS, dan BEP tidak berpengaruh terhadap harga saham. Tidak ditemukannya bukti empiris bahwa kinerja keuangan bisa mempengaruhi harga saham memberikan sinyal kurang tepatnya variabel tersebut digunakan sebagai indikator pengukur nilai perusahaan. Keadaan demikian diperparah oleh bukti empiris berupa hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa hampir semua kecurangan dalam pelaporan keuangan yang merugikan masyarakat luas selalu melibatkan akuntan profesional secara sistematis (Fischer dan Rosenzweig, 1995 ; Spain 2002)

Ketidak konsistenan hasil penelitian-penelitian tersebut membuktikan bahwa fungsi laporan keuangan sebagai alat bagi manajemen dalam mempublikasikan nilai perusahaan masih kurang. Pentingnya publikasi *knowledge value* dalam pelaporan kinerja perusahaan tidak diikuti oleh kemampuan akuntansi dalam menilai *intangible asset* dengan baik. Berbagai-

macam kekayaan intelektual seperti sumber daya manusia, inovasi, teknologi, struktur organisasi, kemampuan menjalin komunikasi dengan *stakeholder*, dan lain-lain tidak mendapatkan porsi yang cukup untuk disampaikan dalam laporan keuangan. Masyarakat kesulitan mendeskripsikan nilai tertentu yang ingin disampaikan oleh manajemen dalam laporan keuangan. Apalagi, akuntansi memiliki beberapa istilah dan bermacam-macam metode pencatatan yang sulit dimengerti oleh masyarakat umum. Hal itulah yang menyebabkan terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dengan pengguna laporan keuangan. Dampaknya, laporan keuangan yang sejatinya ditujukan sebagai gambaran mengenai kinerja perusahaan menjadi kurang memadai jika digunakan sebagai pengukur nilai perusahaan.

Bukh et. al., (2002) menyampaikan bahwa fungsi laporan keuangan akan lebih baik jika di dalamnya dicantumkan informasi tentang *intellectual capital* (IC) meliputi *human capital*, *structural capital*, dan *customer/relational capital*. Tan et. al., (2007) menyampaikan bahwa pengukuran IC terbukti berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang terdaftar di Singapore Exchange dan beberapa negara lainnya pada masa kini dan masa yang akan datang. Pengungkapan IC akan mempermudah manajemen dalam menyampaikan sinyal tertentu kepada masyarakat karena IC memberikan arahan tentang aturan serta kewajiban baru bagi karyawan serta peran karyawan dalam menciptakan nilai perusahaan. Melalui pengungkapan IC pula, manajemen memiliki ruang yang cukup untuk menjelaskan strategi baru dalam rangka mewujudkan keinginan *stakeholder*. Dari sinilah maka loyalitas *stakeholder* bisa terbangun.

Setiap penelitian yang membahas tentang peningkatan profitabilitas selalu menyimpulkan bahwa loyalitas *stakeholder* berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka panjang sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Loyalitas *stakeholder* bisa dipelihara dan ditingkatkan melalui program yang berorientasi kepada kepentingan *stakeholder* sebagai program tanggung

jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR dilakukan karena keberadaan perusahaan di tengah lingkungan internalnya berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungan eksternalnya. Pemerintah pun mengapresiasi pengelolaan CSR dengan menerbitkan UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Dalam pasal 66 ayat (2) bagian c UU disebutkan bahwa selain harus menyampaikan laporan keuangan, perusahaan diwajibkan menyampaikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungannya kepada masyarakat. Eksistensi perusahaan di tengah-tengah masyarakat yang bisa menimbulkan pengaruh positif maupun negatif harus dikelola sedemikian rupa agar terhindar dari hal-hal yang dapat memicu terjadinya klaim (legitimasi) dari masyarakat maupun pemerintah.

Tujuan dan Manfaat

Dari latar belakang diketahui bahwa peran laporan keuangan dalam mengukur nilai perusahaan masih perlu ditingkatkan. Beragamnya hasil penelitian yang menganalisis keterkaitan antara profitabilitas terhadap harga maupun return saham memperkuat pernyataan tersebut. Masyarakat cenderung mengabaikan informasi laporan keuangan dengan beberapa alasan seperti tidak memahami istilah-istilah akuntansi, dampak pemilihan metode akuntansi, adanya manajemen laba, dll. Diperlukan strategi tertentu supaya peran laporan keuangan dalam mengukur nilai perusahaan bisa ditingkatkan.

Melalui artikel ini penulis mencoba memberikan masukan kepada pengembang teori akuntansi maupun penentu kebijakan sistem pelaporan keuangan tentang informasi tambahan yang bisa diungkapkan dalam laporan keuangan supaya masyarakat bisa memahami nilai yang ingin disampaikan oleh manajemen. Fungsi laporan keuangan akan lebih baik jika di dalamnya dicantumkan informasi tentang *intellectual capital* (IC) meliputi *human capital*, *structural capital*, dan *customer/relational capital*. Perusahaan dengan IC yang memadai dipercaya mampu menjalankan program yang berorientasi kepada kepentingan *stakeholder* dalam

bentuk tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Melalui pengungkapan IC dan CSR, manajemen memiliki kesempatan untuk mempublikasikan kinerja keuangannya kepada masyarakat dengan lebih baik sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Kajian Secara Empiris

Untuk membahas keterkaitan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan, berikut ini diuraikan beberapa hasil penelitian tentang peran laporan keuangan dalam menentukan nilai perusahaan. Para praktisi sepakat bahwa variabel pengukur kinerja keuangan adalah rasio profitabilitas karena rasio tersebut menggambarkan seberapa baik atau buruk pengelolaan keuangan oleh manajemen. Penelitian-penelitian tersebut antara lain :

1. Hajono Sunardi (2010) meneliti peran rasio keuangan dalam menentukan nilai perusahaan menyimpulkan bahwa *Return On Investment* (ROI) dan *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh positif terhadap *return saham*. Penelitian tersebut membuktikan bahwa penggunaan laporan keuangan untuk menentukan nilai perusahaan adalah tepat.
2. Li-Ju Chen dan Shun-Yu Chen (2011) menyampaikan bahwa publikasi rasio leverage dan ukuran perusahaan terbukti mempengaruhi profitabilitas. Masyarakat memberikan respon positif terhadap besarnya ukuran perusahaan dan memberikan respon negatif terhadap besarnya rasio leverage. Variabilitas respon masyarakat itulah yang menjadi dasar penentuan nilai perusahaan.
3. Mardiyanti, dkk (2010) membuktikan bahwa variabel fundamental terdiri dari *Deviden Payout Ratio* (DPR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini juga membuktikan pengaruh negatif antara Debt Policy terhadap nilai perusahaan.

4. Rowland Bismark (2008) membuktikan bahwa *Earning Ratio* (ER) dan *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, leverage, dan likuiditas. Ratio keuangan berupa ER dan PER menunjukkan tingkat efisiensi manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan. Namun jika dikaitkan dengan nilai perusahaan, keseluruhan variabel terbukti tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Sigit Hermawan dan Afiyah Nurul (2014) menyampaikan bahwa publikasi tingkat profitabilitas terbukti tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut akan menunjukkan hasil yang berbeda jika perusahaan nilai tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat melalui program CSR.

Di bidang akuntansi, masih banyak ditemukan penelitian serupa dengan hasil beragam, tidak konsisten, dan bahkan cenderung saling melemahkan. Beberapa hal bisa dijelaskan dari ketidak konsistenan hasil penelitian tersebut antara lain :

- a. Akuntansi merupakan ilmu rekayasa yang di dalamnya membahas beberapa metode pencatatan yang bisa dipilih oleh manajemen dalam melaporkan kinerja keuangannya secara fleksibel. Beda metode, beda hasil. Artinya, pemilihan metode pelaporan akan berdampak langsung terhadap nilai kinerja manajerial. Suatu perusahaan yang sama bisa saja melaporkan jumlah laba yang berbeda jika metode pencatatannya berbeda. Dampaknya, masyarakat yang tidak memahami karakter metode pembukuan cenderung meragukan validitas nilai laporan keuangan. Apalagi, bukti empiris

menyebutkan bahwa kasus kecurangan dalam pelaporan keuangan perusahaan-perusahaan besar selalu melibatkan akuntan profesional dengan cara memanfaatkan fleksibilitas sistem pelaporan secara sistimatis (Wilopo, 2006).

- b. Akuntansi mengandung istilah-istilah yang tidak bisa dimengerti oleh semua orang bahkan oleh sebagian investor. Bahasa akuntansi sangat spesifik dan hanya bisa dipahami oleh orang-orang yang memperdalam ilmu akuntansi. Dampaknya, untuk memahami maksud yang ingin disampaikan oleh manajemen melalui laporan keuangan investor harus berkonsultasi dengan akuntan atau orang bertugas pada bidang akuntansi. Untuk sebagian investor, cara ini dipandang tidak praktis dan membuang-buang waktu.
- c. Akuntansi menganut prinsip *historical cost*, yaitu mencatat sesuatu yang sudah terjadi dan dilaporkan pada periode yang akan datang (1 tahun). Lamanya rentang waktu antara kejadian dengan pelaporan mengakibatkan banyak informasi yang kadaluwarsa dan kurang tepat jika dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan.
- d. Akuntansi menganut konsep materialistis, yaitu mencatat semua asset dalam bentuk mata uang (*tangible asset*). Akuntansi tidak bisa melaporkan sesuatu yang tidak bisa diukur dalam nilai uang (*intangible asset*) dengan baik meskipun sesuatu itu sangat berpengaruh terhadap perolehan laba. Misalnya, kualitas sumber daya manusia, inovasi, lingkungan kerja, hubungan baik dengan *stakeholder*, dll. Masyarakat yang ingin mengetahui kinerja keuangan dalam jangka panjang tentu tidak cukup hanya menganalisis laba perusahaan

pada periode sekarang dan beberapa periode sebelumnya. Tan et. al (2007) menyampaikan bahwa tingkat keberlanjutan usaha di masa yang akan datang sangat dipengaruhi oleh peran *intangible asset* dalam perolehan laba.

- e. Akuntansi bersifat *conservatisme*, artinya menganut prinsip kehati-hatian. Akuntansi tidak mengakui adanya laba jika laba tersebut belum benar-benar terjadi, namun mengakui kerugian meskipun kerugian tersebut belum tentu terjadi. Misalnya, laba yang kemungkinan akan terjadi karena peningkatan nilai tanah tidak akan dicatat jika tanah tersebut belum laku dijual. Sebaliknya, piutang yang diperkirakan tidak akan tertagih langsung diakui kerugiannya menggunakan metode cadangan. Bagi sebagian masyarakat, prinsip tersebut sungguh tidak fair karena hanya menguntungkan komisaris/pemilik tetapi tidak berpihak pada kepentingan *stakeholder*.

Pada sisi lain, penelitian yang membahas tentang nilai perusahaan selalu mendapatkan pengaruh yang signifikan jika variabel penentu yang digunakan sebagai pengukur adalah variabel non keuangan seperti *intellectual capital* (IC) dan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian-penelitian tersebut antara lain:

1. Bontis et. al., (2002) meneliti pengaruh IC terhadap kinerja keuangan menyimpulkan bahwa komponen pengukur IC terdiri dari *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *customer capital* (CC) menyimpulkan bahwa HC berhubungan positif dengan SC dan CC, CC berhubungan positif dengan SC, dan SC berhubungan dengan kinerja keuangan.
2. Firer dan William (2003) menggunakan model VAIC

untuk menguji hubungan antara IC dengan kinerja perusahaan di Afrika Selatan. Penelitian ini menyimpulkan adanya hubungan antara *value added intellectual capital* dengan *profitability*, *productivity*, dan *market valuation*.

3. Chen et. al., (2010) menggunakan model Pulic (VAIC) untuk meneliti hubungan antara IC dengan *market value* perusahaan publik di Taiwan. Dengan indikator kinerja berupa *market to book value*, *ratios of equity*, *return of equity*, *return on asset*, *growth in revenue*, dan *employee productivity*, penelitian ini membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap *market value* perusahaan.
4. Ulum (2009) meneliti hubungan antara IC dengan kinerja perusahaan perbankan di Indonesia selama tahun 2004 – 2006. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada masa kini dan masa depan.
5. Kumukama et. al., (2011) menggunakan efek mediasi dari keunggulan kompetitif pada hubungan antara IC dengan kinerja 78 perusahaan publik di Uganda. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara mengukur persepsi karyawan terhadap IC, serta data sekunder berupa laporan keuangan.
6. Gutrie et. al., (2007) menganalisis kontribusi pelaporan CSR dalam menentukan performa perusahaan menyimpulkan bahwa semakin bervariasi jenis CSR yang dipublikasikan dalam laporan keuangan menunjukkan semakin besar nilai tanggung jawab perusahaan tersebut pada lingkungan sekitar. Tinginya respon masyarakat

terhadap pelaporan CSR menunjukkan tingginya nilai perusahaan.

7. Wang dan Chang (2005) menyimpulkan bahwa komponen IC terdiri dari innovation capital, process capital, dan customer capital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Komponen lain yaitu human capital terbukti tidak mempengaruhi kinerja perusahaan. Analisis secara simultan menunjukkan bahwa keseluruhan variabel mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Besarnya pengaruh faktor non keuangan dalam menentukan nilai perusahaan bisa dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pengungkapan IC bertujuan memberikan informasi kepada *stakeholder* tentang pemanfaatan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan. Melalui pengungkapan IC perusahaan memiliki kesempatan untuk menjelaskan kepada masyarakat tentang peran pegawai dalam mencapai tujuan, kompetensi/tingkat keunggulan bersaing, inovasi, peran organisasi, kemampuan menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam menghasilkan laba.
- b. CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Aplikasi CSR bisa dalam bentuk bakti sosial, kebersihan lingkungan (amdal). pemberian beasiswa kepada klien/nasabah/masyarakat, dll. Masyarakat bisa menikmati manfaat CSR secara langsung sehingga memunculkan image positif tentang keberadaan perusahaan. Dari sinilah nilai perusahaan terbentuk.

Kajian Secara Teoritis

1. Nilai Perusahaan

Memahami nilai perusahaan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi masyarakat maupun investor.

Fama (1978) dalam Wahyudi et. al., (2006) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai ekspektasi investor terhadap baik buruknya pengelolaan kinerja perusahaan oleh manajemen. Beberapa pendekatan yang bisa dilakukan untuk mengetahui nilai perusahaan, yaitu 1) pendekatan laba, 2) pendekatan arus kas, 3) pendekatan deviden, 4) pendekatan aktiva, 5) pendekatan harga saham, dan 6) pendekatan *economic value added*. Dari semua pendekatan, harga saham merupakan penilaian sentral pengukur barometer kinerja keuangan (Van Horne, 2006). Oleh sebab itu, perusahaan dengan nilai yang tinggi akan mampu meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Konsep dasar pengukur validitas nilai perusahaan antara lain, 1) memiliki jangka waktu tertentu/terbatas, 2) menggunakan harga yang wajar, 3) tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Berdasarkan konsep itulah maka tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, bukan jumlah laba. Maksimalisasi nilai perusahaan akan tercapai apabila pemegang saham menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten di bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

2. Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan media komunikasi antara pihak manajemen kepada masyarakat tentang kinerja perusahaan. Melalui laporan keuangan, manajemen memiliki ruang untuk menyampaikan pesan positif maupun negatif dari perusahaan supaya dapat dijadikan pedoman tentang kebijakan finansial yang akan ditetapkan oleh *stakeholder*. Hanafi (2004) menyampaikan beberapa analisis keuangan bisa diperoleh melalui publikasi laporan keuangan yaitu : 1) rasio likuiditas untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek, 2) rasio aktivitas untuk menggambarkan efektivitas manajemen

dalam menggunakan sumber daya, 3) rasio leverage untuk menggambarkan tingkat resiko hutang jangka panjang, 4) rasio profitabilitas untuk menggambarkan kemampuan laba perusahaan, serta 5) rasio pasar untuk menggambarkan performa perusahaan di masyarakat.

Dari keseluruhan analisis rasio keuangan, rasio profitabilitas sering dianggap paling mewakili kinerja manajemen. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atas penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut maka perusahaan dikatakan berhasil jika mampu memperoleh laba dalam jumlah besar. Sebaliknya apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut kurang berhasil atau berkinerja kurang baik. Sebagai pemilik modal, investor tentu mengharapkan laba yang besar karena jumlah laba berhubungan langsung dengan jumlah deviden yang akan diterima. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Horne dan John (2012) mengatakan bahwa, rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis yaitu, rasio yang menunjukkan profitabilitas yang berkaitan dengan penjualan yaitu margin laba kotor atau *Gross Profit Margin* (GPM) dan margin laba bersih atau *Net Profit Margin* (NPM), dan profitabilitas yang berkaitan dengan investasi yaitu *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE). *Gross Profit Margin* (GPM) merupakan pengukur efisiensi operasi perusahaan, serta indikasi dari cara produk ditetapkan harganya. Agar menguntungkan, perusahaan harus menghasilkan laba kotor yang cukup besar sehingga dapat digunakan untuk mendanai pengeluaran penting di masa depan seperti penelitian dan pengembangan, pemasaran, dan perluasan pasar. Sedangkan *Net Profit*

Margin (NPM) menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini dapat diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. Profit margin yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Secara umum, rasio yang rendah menunjukkan ketidakefisienan manajemen.

Return On Asset (ROA) mengukur kemampuan perusahaan berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi dan efektifitas pengelolaan aset, yang berarti semakin baik. Menurut Wild et al (2005), ROA dapat dipisahkan menjadi komponen yang memiliki makna relatif terhadap penjualan. Sedangkan *Return On Equity* (ROE) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam modal ekuitas untuk menghasilkan laba. ROE dapat diukur dengan cara membandingkan laba neto setelah pajak (dikurangi dengan dividen saham biasa) dengan ekuitas yang telah diinvestasikan pemegang saham perusahaan. ROE dibutuhkan investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang berkaitan dengan dividen. ROE dipilih sebagai proksi dari profitabilitas adalah karena semakin tinggi ROE maka semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba investor yang ditanam pada perusahaan. Naiknya rasio ROE dari tahun ke tahun pada perusahaan berarti terjadi adanya kenaikan laba bersih dari perusahaan bersangkutan. Naiknya laba bersih dapat dijadikan salah satu indikasi bahwa nilai perusahaan juga naik

karena naiknya laba bersih sebuah perusahaan bersangkutan akan menyebabkan harga saham yang berarti juga kenaikan dalam nilai perusahaan.

3. Intellectual Capital

Istilah *intellectual capital* (IC) bermula pada tahun 1980-an ketika Tom Stewart menulis artikel berjudul "*Brain Power – Intellectual Capital is Becoming America's Most Valuable Asset*". *Intellectual capital* menurut Stewart adalah jumlah orang dan segala sesuatu di perusahaan yang memberikan nilai keunggulan kompetitif di pasar, antara lain pengetahuan, informasi, dan pengalaman yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kekayaan. IC merupakan istilah yang diberikan terhadap aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang merupakan gabungan dari nilai pasar dan kekayaan intelektual yang berpusat pada manusia dan infrastruktur perusahaan.

IC merupakan salah satu strategi aset yang penting dalam pengetahuan berbasis ekonomi (Rehman et al. 2011). IC juga merupakan pengetahuan dan wawasan tentang kolektivitas sosial seperti organisasi, komunitas intelektual, serta praktik profesional. IC mewakili daya yang bernilai dan kemampuan yang berdasarkan pada ilmu pengetahuan. Organisasi yang tidak memperhatikan kekayaan intelektualnya akan menjadi organisasi yang tidak berkembang. Organisasi pembelajaran seharusnya mengembangkan kemampuan intelektual, termasuk intelektual individu yang selanjutnya akan memperkaya modal intelektual organisasi dan akan berpengaruh pada kinerja organisasi. Ulum (2009) mengasumsikan bahwa peningkatan dan digunakannya pengetahuan dengan lebih baik akan menyebabkan pengaruh yang bermanfaat bagi kinerja perusahaan.

Bontis (1990) menyatakan bahwa IC mampu memberikan sumber daya baru bagi sebuah organisasi untuk

bersaing dan dapat memenangkan persaingan pasar meskipun terkadang sulit dipahami. Komponen IC terdiri dari :

a. *Human Capital* (Modal Manusia)

Human capital berhubungan dengan keahlian, bakat, dan sikap karyawan secara luas. Dikatakan sebagai inti IC karena jika perusahaan tidak memanfaatkan karyawan tersebut maka pengetahuan dan keahlian karyawan akan terbuang sia-sia dan tidak dapat diterjemahkan menjadi nilai bagi perusahaan (Istikhoroh, 2014). *Human capital* menjadi *lifeblood* dari IC karena di dalamnya terdapat sumber inovasi dan pengembangan, pengetahuan keterampilan, dan keahlian yang dimiliki oleh karyawan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai *human capital* dengan meningkatkan pengetahuan karyawannya melalui pendidikan, baik formal maupun informal yang diterapkan dalam kegiatan-kegiatan mereka.

b. *Structural Capital* (Modal Struktural)

Definisi dari *structural capital* adalah hubungan antar sistem organisasi yang terdiri dari struktur organisasi, pembelajaran organisasi, proses operasional, dan sistem informasi yang menjadi budaya perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. *Structural capital* juga merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas organisasi dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Pengetahuan yang terlihat dan berkaitan dengan proses internal dari penyebaran, pengkomunikasian, tata kelola manajemen yang baik, dan pengetahuan teknis merupakan suatu kunci penting dalam perusahaan. Chen et. al., (2005) membagi *structural capital*

menjadi dua bagian, yaitu *innovation capital* dan *process capital*. *Innovation capital* menunjukkan pentingnya inovasi dalam mengembangkan perusahaan, sedangkan *process capital* menunjukkan tingkat efisiensi operasional perusahaan sehari-hari, mulai dari tingkat produksi sampai dengan prosedur internal yang melibatkan aktivitas karyawan. Seseorang dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, namun jika organisasi atau perusahaan memiliki sistem organisasi dan prosedur yang buruk maka IC tidak dapat memperoleh kinerja secara optimal dan potensi yang telah ada tidak dapat digunakan secara maksimal.

c. *Customer Capital* (Modal Pelanggan)

Customer capital merupakan IC yang muncul dengan didasari kenyataan bahwa perusahaan tidak bisa berdiri tanpa dukungan dari pihak luar seperti pelanggan, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas (Istikhoroh dan Lasiyono, 2014). Pelanggan, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas yang mempunyai hubungan baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Proses munculnya *customer capital* biasanya dimulai dari kegiatan mengenal, belajar, percaya, dan menjalin hubungan dengan pihak luar perusahaan. Semakin baik hubungan pelanggan dengan perusahaan, maka semakin besar nilai *customer capital* yang dapat dilaporkan. Oleh karena itu, menjaga hubungan baik dengan beberapa pihak merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan.

IC merupakan hal yang dapat dibangun oleh persepsi manajemen maupun pelanggan. Nilai perusahaan yang terbangun karena persepsi tersebut seringkali berbeda dengan nilai buku aktiva. Menyikapi hal tersebut, maka Pulic (1998) mengembangkan

metode pengukuran IC dengan nama analisis *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM). Pendekatan ini cukup mudah dan sangat mungkin untuk dilaksanakan karena dikonstruksi dari nilai-nilai yang tercantum dalam laporan keuangan, baik Laporan Posisi Keuangan maupun Laporan Laba Rugi.

VAICTM didesain untuk menyajikan *value creation* antara nilai aset berwujud (*tangible asset*) dan aktiva tidak berwujud (*intangible asset*). VAICTM dipercaya mampu menyajikan informasi yang lebih tepat tentang nilai perusahaan dan berfungsi sebagai pelengkap atas laporan keuangan. Verifikasi hasil penilaian juga lebih mudah dan dapat dipertanggungjawabkan karena laporan keuangan yang dipublikasikan merupakan laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor independen.

Model VAICTM dimulai dengan menilai kemampuan perusahaan menciptakan *value added* (VA), sebuah indikator paling obyektif untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan *value creation*. VA dinilai menggunakan selisih antara output/OUT (yang merepresentasikan *revenue*) dan input/IN (yang merepresentasikan seluruh beban yang dikeluarkan dalam rangka mendapatkan *revenue*) (Istikhoroh dan Untung, 2014). Jika diperhatikan sepintas, VA terlihat seperti penghitungan laporan laba/rugi, namun sebenarnya terdapat perbedaan. Jika dalam laporan laba/rugi beban karyawan merupakan bagian dari IN, namun dalam VA beban karyawan diperlakukan sebagai entitas penciptaan nilai perusahaan (bukan IN).

Baik atau buruknya nilai *Value Added* (VA) dipengaruhi oleh efisiensi tiga jenis input perusahaan yaitu *Human Capital* (HC), *Capital Employed* (CE), dan *Structural Capital* (CS).

a. *Value Added Capital Employed* (VACA)

Value Added Capital Employed mengukur seberapa besar kemampuan modal fisik dalam menciptakan nilai perusahaan. Jika

1 unit *capital employed* menghasilkan *return* lebih besar pada perusahaan lain maka *capital employed* dapat menjadi bagian dari *intellectual capital*.

b. *Value Added Human Capital (VAHU)*

VAHU mengukur mengenai seberapa besar kemampuan tenaga kerja dalam menghasilkan nilai bagi perusahaan. Pengelolaan tenaga kerja yang baik diyakini mampu menghasilkan tenaga kerja yang berkualitas yang pada akhirnya mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Agar dapat memahami hal tersebut maka setiap rupiah yang dikeluarkan untuk mengelola tenaga kerja, dianalisis dampaknya terhadap peningkatan kinerja.

c. *Structural Capital Value Added (STVA)*

Structural Capital Value Added menunjukkan bagaimana kontribusi *structural capital* dalam menciptakan nilai perusahaan. Nilai STVA merupakan indikasi bagaimana keberhasilan *structural capital* dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pengukuran *structural capital* tergantung pada *value creation*. Semakin besar kontribusi *human capital* dalam *value creation*, maka semakin kecil kontribusi *structural capital* dalam menentukan nilai perusahaan, begitu pun sebaliknya.

4. Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk regulasi perusahaan yang diintegritaskan dalam suatu model bisnis, dan sebagai pertanggungjawaban perusahaan sebagai dampak dari aktivitas yang dilakukan pada lingkungan, pelanggan, pekerja, *stakeholder*, dan pemakai lainnya (Hadi, 2011). *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mendefinisikan CSR sebagai komitmen

bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat, baik untuk bisnis maupun pembangunan. Menurut Daft (2014:182), CSR merupakan kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan melakukan yang akan berperan terhadap kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta organisasi. Menurut Cheng dan Yulius (2011), aktivitas CSR dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan seperti dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata investor serta analisis keuangan penjualan, dapat menunjukkan *brand positioning*, dan dapat meningkatkan penjualan dan *market share*. Walaupun memiliki pengertian yang lugas, CSR dapat menjadi sebuah konsep yang sulit dipahami karena setiap orang mempunyai keyakinan yang berbeda mengenai tindakan apa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Laporan CSR (*CSR reporting*) merupakan upaya perusahaan dalam mempublikasikan segala kegiatan yang telah dilakukan sehubungan dengan CSR kepada para *stakeholder*. Laporan CSR bersifat non-keuangan dan sukarela dalam menginformasikannya kepada *stakeholder*, sehingga perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan, namun bertanggungjawab atas aktivitas yang dilakukannya. CSR diungkapkan dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* merupakan laporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang pembangunan berkelanjutan

yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. Hal-hal yang mendasari pelaporan adalah kontribusi organisasi, atau bertujuan untuk memberikan kontribusi di masa mendatang, terhadap peningkatan atau penurunan kondisi, pengembangan, dan tren ekonomi, lingkungan, serta sosial di tingkat lokal, regional, atau global (GRI, 2013).

Sifat dari pengungkapan CSR yaitu wajib (*mandatory*) yang berarti pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi tambahan dari perusahaan. Ghazali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai aktivitas suatu unit usaha. Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat (Rustiarini, 2010). Pengungkapan CSR dapat didefinisikan sebagai ketentuan informasi finansial dan non-finansial yang berhubungan dengan interaksi organisasi tersebut (Guthrie et al, 2007). Kewajiban atas CSR diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Hal ini dimaksudkan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010). Berbagai motivasi mendorong manajer untuk secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan, dan menurut Deegan (2002) alasannya yaitu :

- a. Untuk memenuhi kewajiban yang terdapat dalam undang-undang
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi, atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan keuntungan bisnis karena

melakukan “hal yang benar” dan alasan ini dipandang sebagai motivasi utama

- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk dilaporkan. Manajer berkeyakinan bahwa orang yang memiliki hak yang tidak dapat dihindari dalam memperoleh informasi dan manajer tidak peduli akan *cost* yang dibutuhkan untuk menyajikan informasi tersebut
- d. Pemenuhan persyaratan pinjaman. Lembaga pemberi pinjaman sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko, menginginkan agar manajer memberikan informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial serta lingkungan secara periodik
- e. Pemenuhan kebutuhan masyarakat atas refleksi dari “kontrak sosial” tergantung pada penyediaan informasi yang berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan
- f. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan
- g. Untuk dapat mengukur kelompok *stakeholder* yang mempunyai pengaruh kuat
- h. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu
- i. Untuk mendapatkan penghargaan atas pelaporan tertentu

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan berfokus pada pencapaian laba, namun mereka mempunyai tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar sehingga hal tersebut perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) Paragraf 12 :

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added*)

statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.”

PSAK No. 1 (revisi 2009) tersebut menunjukkan bahwa perusahaan, khususnya di Indonesia, diberi suatu kebebasan dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Selain PSAK No. 1, pemerintah melalui Keputusan Ketua Bapepam No : Kep-134/BL/2006 juga mengatur mengenai pengungkapan informasi dalam laporan keuangan tahunan perusahaan di Indonesia. Tujuan pemerintah mengatur pengungkapan informasi adalah untuk melindungi kepentingan para investor dari ketidakseimbangan informasi antara manajemen dengan investor karena adanya kepentingan manajemen. Pengungkapan informasi yang diatur oleh pemerintah ataupun lembaga profesional merupakan pengungkapan yang wajib dipatuhi oleh perusahaan.

Dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia melalui kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 kategori yang terdapat pada pedoman GRI yaitu kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara teoritis, ilmu akuntansi menyatakan bahwa publikasi laporan keuangan dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang kemampuan manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan. Kemampuan ini

berkaitan langsung dengan tingkat efektivitas penggunaan sumber daya untuk menghasilkan laba. Semakin berkualitas manajemen, semakin mendapatkan tempat di hati pelanggan, semakin besar omzet penjualan, dan semakin besar jumlah laba yang diperoleh. Oleh sebab itu, banyak peneliti yang mengkaitkan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Namun, bukti empiris menunjukkan bahwa penelitian yang membahas peran laporan keuangan dalam mengukur nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam dan berlawanan.

Menyikapi hasil penelitian tersebut, penulis meyakini bahwa variabilitas perbedaan hasil penelitian bisa diminimalkan jika publikasi laporan keuangan disertai dengan pengungkapan IC dan CSR. Bukti empiris menunjukkan bahwa pengungkapan IC maupun CSR terbukti mampu meningkatkan profitabilitas masa kini maupun masa yang akan datang. Peningkatan profitabilitas jangka panjang inilah yang terbukti mampu meningkatkan nilai perusahaan. Peneliti berikutnya diharapkan mampu membuktikan hipotesis tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Artinah, Budi. 2011. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan). *Jurnal Ilmu-Ilmu sosial*, Volume 3, Nomor 1.
- Bashiri, Masoumeh, Molouk Divangahi, 2013, The relationship between intellectual capital and productivity in the education organization, *International Journal of Economics, Finance, and Management*, ISSN 2307-2466, Vol.2 no. 4, Jun-July 2013, pp. 297-302.
- Bontis, Nick. 2002. Intellectual capital ROI: a causal map of human capital antecedents and consequents. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3 No. 3, 2002, pp. 223-247.
- Chen, MC. Cheng, SJ and Hwang. 2005. An Empirical Investigation of the Relationship between Intellectual Capital and Firm Market Value and Financial Performance, *Journal of*

- Intellectual Capital*, Vol. 6, No. 2, pp. 159 – 176..
- Chen, Li-Ju, Shun-Yu Chen. 2011. The influence of profitability on firm value with capital structure as the mediator and firm size and industry as moderators. *Investment Management and Financial Innovations*, Volume 8, Issue 3, 2011.
- Gutrie, James. Suresh Cuganesan, Leanne Ward. 2007. Extended Performance Reporting : Evaluating Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital Management. *Issues in Social and Enviromental Accounting*. Vol. 1, No. 1, June 2007, pp. 1-25.
- Global Reporting Initiative. 2013. G4 : Pedoman Pelaporan Keberlanjutan.
- Hanafi. Mamduh. 2004, *Manajemen Keuangan*, Balai Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada (BPFE), Yogyakarta.
- Hermawan, Sigit. Afriyah Nurul Ma'uloh. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. Vol. 6, No. 2, September 2014, pp. 103-118.
- Istikhoroh. Siti, Untung Lasiyono, 2014, Relevansi *Intellectual Capital* Sebagai Komponen Pengukur *Market Value* Perusahaan. *Majalah Ekonomi*. ISSN No. 1411-9501, Vol. XVII, No. 2 Des 2014, hal 23-34.
- Mardiyati Umi, Muh Nur, Gatot Nazir A. 2015. Apakah Variabel Fundamental Berpengaruh Terhadap Harga Saham Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi?. *Proceedings Book Seminar dan Konferensi Internasional 2015*. ISSN 978-602-17102-3-4.
- Mouritsen. J, and Roslender, 2009, Critical Intellectual Capital, *Critical Perspectives Accounting*, Vol. 21, No. 7, pp. 801 – 813.
- Pasaribu, Rowland Bismark Fernando. 2008. Pengaruh Variabel Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2003-2006. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 2, No. 2, Juli 2008. Hal. 101-113.
- Sasongko, Noer, Nila Wulandari. 2006. Pengaruh EVA dan Rasio-Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham. *Empirika*. Vol. 19 No. 1, Juni 2006.
- Satiti, Ajeng. 2013. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Perusahaan Asuransi. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 2 No. 7.
- Sawarjuwono, Kadir. PA, 2005, Intellectual Capital : Perlakuan, Pengukuran, dan Pelaporan (Sebuah Library Research), *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5 No. 1, pp. 35-57.
- Sunardi, Harjono. 2010. Pengaruh Penilaian Kinerja dengan ROI dan EVA terhadap Return Saham pada Perusahaan yang Tergabung dalam Indeks LQ-45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* Vol. 2 No. 1. Mei 2010. Hal. 70-92.
- Ulum. Ikhyaul, 2009, Intellectual Capital - Konsep dan Kajian Empiris. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wibowo, Mailani. 2010. Analisis Pengaruh Book Value, Economic Value Added, dan Intellectual Capital Terhadap Market Value Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Non Perbankan Dalam Indeks LQ-45. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi dan Keuangan Publik* Vol. 5 No. 2, Juli 2010. Hal. 131-147.
- Wild, John. J, dkk. 2005. *Financial Statement Analysis Edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Youndt. MA, Subramaniam, M. And Snell, 2004, Intellectual Capital Profiles : an Examination on invesment and Return, *Journal of Management Studies*, Vol. 41, No. 2 pp. 335-361
- Zuliyati, Arya. Ngurah, 2011, Intellectual Capital dan Kinerja Keuangan Perusahaan, *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*, ISSN : 1979-4878, Nopember, hal. 113-135.