

---

# PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, STRUKTUR MODAL, DAN *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

**Elvy Sianty**

Email: elvysianty10@yahoo.co.id

Program Studi Akuntansi STIE Widya Dharma Pontianak

## **ABSTRAK**

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari ukuran perusahaan, struktur modal, dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Yang menjadi objek pada penelitian kali ini adalah sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bentuk penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, berdasarkan kriteria perusahaan yang telah IPO sebelum tahun 2012. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Adapun saran-saran yang diberikan penulis adalah bagi para investor yang ingin membeli saham untuk menganalisis kondisi keuangan dengan menggunakan faktor seperti Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan *Intellectual Capital* dalam mengukur nilai perusahaan. Dan untuk peneliti selanjutnya, karena masih terdapat 67,60 persen faktor lain yang dijelaskan perubahan nilai perusahaan maka disarankan untuk mempertimbangkan faktor lain yang menjelaskan perubahan pada nilai perusahaan.

**KATA KUNCI:** Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Intellectual Capital, dan Nilai Perusahaan

## **PENDAHULUAN**

Tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba yang maksimal agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena Semakin tinggi tingkat permintaan saham pada bursa efek, maka mencerminkan nilai perusahaan yang baik. Ketika perusahaan memaksimalkan nilai perusahaan yang berdampak pada meningkatnya nilai saham, dapat memberikan dampak positif terhadap investor karena memberikan pengembalian kepada investor. Hal inilah yang diharapkan oleh investor yaitu memperoleh pembagian laba atas meningkatnya nilai perusahaan.

Dalam pengambilan keputusan investasi, calon investor biasanya mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat dijadikan indikator dalam menentukan nilai perusahaan. Investor akan cenderung memilih perusahaan besar sebagai sarana investasi mereka agar mendapatkan pengembalian yang diharapkan. Karena perusahaan yang besar memiliki pangsa pasar yang luas, sehingga diharapkan laba yang diperoleh

---

tinggi, sedangkan perusahaan kecil memiliki pangsa pasar yang kecil sehingga laba yang diperoleh lebih kecil. Investor dapat menilai ukuran perusahaan dari total Asset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal perusahaan. Struktur modal merupakan pendanaan ekuitas dan utang dalam perusahaan. Struktur modal pada setiap perusahaan ditetapkan dengan memperhitungkan berbagai aspek dana, keberanian dalam menanggung resiko, analisis biaya, dan manfaat yang diperoleh dari setiap sumber dana. Semakin besar penggunaan utang selama masih dalam batas optimal maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi apabila penggunaan utang melebihi batas optimal maka dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dalam penggunaan hutang harus tercipta titik optimal, yaitu titik dimana mencapai keseimbangan antara manfaat dan pengorbanan menggunakan hutang.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Intellectual Capital (IC). IC merupakan sumber daya yang unik sehingga tidak semua perusahaan dapat menirunya. Hal inilah yang menjadikan IC sebagai sumber kunci bagi perusahaan untuk menciptakan *Value Added* (VA) perusahaan yang nantinya akan digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan. Apabila perusahaan mampu mengelola ketiga sumber daya tersebut yang berupa *Human Capital* (HC), *Structural Capital* (SC), dan *Customer Capital* (CC), maka perusahaan pastinya dapat meningkatkan nilai perusahaanya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”

## **KAJIAN TEORITIS**

Menurut Jusriani dan Rahardjo, (2013: 1) : “Dalam pendirian perusahaan, tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai pemegang saham. Nilai Pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi pada pemegang saham.”

---

Menurut Gultom, Agustina, dan Wijaya, (2013: 51) : “Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki.”

Menurut Pratama dan Wiksuana, (2016: 1341) : “Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar.” Semakin besar total asset, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar asset, maka semakin besar modal yang ditanam, Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran besarnya asset yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama yang dibangun adalah:

H<sub>1</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Perusahaan dengan ukuran atau skala yang besar tentu membutuhkan modal yang besar pula. Supripto (2015) : menjelaskan bahwa Kebutuhan modal pada dasarnya diperoleh dari dua sumber yaitu sumber modal internal dan eksternal. Apabila sumber modal internal sudah tidak mampu mencukupi kebutuhan dana, maka kebutuhan modal harus dipenuhi dari sumber modal eksternal. Sumber modal internal diperoleh dari laba yang dihasilkan perusahaan dan pemegang saham. Sedangkan sumber modal eksternal diperoleh dari pinjaman atau utang kepada pihak ketiga.

Menurut Kokasih dan Soewedo, (2012 : 181) : “Struktur modal adalah bauran atau perpaduan dari utang (jangka panjang), saham preferen, dan ekuitas biasa (saham biasa dan laba ditahan). Perpaduan tersebut akan ditargetkan oleh setiap perusahaan dengan bobot perpaduan yang berbeda-beda antar perusahaan.”

Margaretha (2011) : menjelaskan bahwa struktur modal menggambarkan pembiayaan permanen perusahaan yang terdiri dari utang jangka panjang dan modal sendiri. Jika utang sesungguhnya (realisasi) berada di bawah target, pinjaman perlu ditambah. Jika rasio utang melampaui target, maka saham dijual. Kebijakan struktur modal merupakan *trade off* antara *risk* dan *return*. Utang meningkat, maka *risk* meningkat sehingga *return* pun meningkat. *Risk* meningkat, maka harga saham turun. *Return* meningkat, maka harga saham naik.

---

Untuk meningkatkan nilai perusahaan, Struktur modal perusahaan harus dikontrol agar berada pada titik optimal. Penggunaan dana dari pihak eksternal berupa pinjaman atau utang harus dapat memberikan *return* yang sesuai kepada perusahaan. Menurut Gultom, Agustina, dan Wijaya, (2013: 52) : “*Debt to Equity Ratio* (DER) dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat diketahui tingkat risiko tak terbayarkan suatu hutang. *Debt to Equity Ratio* (DER) juga menunjukkan tingkat hutang perusahaan, perusahaan dengan hutang yang besar mempunyai biaya hutang yang besar pula. Hal tersebut menjadi beban bagi perusahaan yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan investor.”

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua yang dibangun adalah:

H<sub>2</sub>: Stuktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Yuskar dan Novita, (2014: 332): “*Intellectual Capital* memiliki peran penting bagi perusahaan. *Intellectual Capital* yang sedang menjadi pembicaraan oleh pelaku bisnis merupakan hal yang perlu diperhatikan agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini. *Intellectual Capital* yang merupakan *intangible assets* perusahaan harus diperlakukan sama dengan *physical capital* dan *financial capital* agar semua sumber daya dapat diberdayakan sebagai mana mestinya guna mencapai kemenangan dalam persaingan bisnis.”

Adapun 3 komponen utama *Intellectual Capital* yang khusus seperti menurut Yuskar dan Novita (2014: 337) : Pertama *Human Capital*, merupakan *lifeblood* dalam modal *Intellectual Capital*. Disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi perusahaan. Kedua *Structural Capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja *intellectual* yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufaktur, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Ketiga *Customer Capital* atau *Relation Capital*, elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Relation 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 pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar.

Menurut Putra, (2012: 8) : “VAIC adalah sebuah prosedur analitis yang dirancang untuk memungkinkan manajemen, pemegang saham dan pemangku kepentingan lain yang terkait untuk secara efektif memonitor dan mengevaluasi efisiensi nilai tambah atau *Value Added* (VA) dengan total sumber daya perusahaan dan masing-masing komponen sumber daya utama.”

Menurut Ulum (2013: 192) : Metode VAIC dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *Value Added* (VA). *Value Added* adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*Value Creation*). VA dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input*.

Menurut Ulum (2013: 193) : VA dipengaruhi oleh efisiensi dari *Human Capital* (HC) dan *Structural Capital* (SC). Hubungan lainnya dari adalah *capital employed* (CE), yang dalam hal ini dibeli dengan VACA. VACA adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari *physical capital*. Hubungan selanjutnya adalah VA dan HC. *Value Added Human Capital* (VAHU) menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Hubungan antara VA dan HC mengindikasikan kemampuan dari HC untuk menciptakan nilai di dalam perusahaan. Hubungan ketiga adalah *Structural Capital Coefficient* (STVA), yang menunjukkan kontribusi *structural capital* (SC) yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. SC bukanlah ukuran yang independen sebagaimana HC, ia independen terhadap *value creation*. Artinya, semakin besar kontribusi HC dalam *value creation*, maka akan semakin kecil kontribusi SC dalam hal tersebut.

VA digunakan dalam perhitungan VAIC seperti yang dikemukakan oleh Public (2000) bahwa terdapat 3 metode dalam menghitung VAIC, yaitu *Value Added Capital Employed* (VACA), *Value Added Human Capital* (VAHU), dan *Structural Capital Value Added* (STVA). Ketiga komponen ini dianggap tepat dan obyektif karena berasal dari neraca. Mereka memungkinkan manajemen untuk memvisualisasikan efisiensi penciptaan nilai VAIC dari *capital employed* dan *intellectual capital*. Kemudian seluruh



---

hasil yang didapatkan dari perhitungan VACA, VAHU, dan STVA akan dijumlahkan sehingga tercipta nilai VAIC.

*Intellectual capital* dapat mempengaruhi tinggi atau rendahnya suatu nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan dapat memanfaatkan *knowledge management* yang dikelola dengan maksimal sehingga menciptakan strategi-strategi bisnis yang tepat untuk menaikkan nilai perusahaan

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis ketiga yang dibangun adalah:

H<sub>3</sub>: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Bentuk penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yang diambil dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), berupa laporan keuangan tahun 2012 hingga 2016. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 23.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu berjumlah 40 perusahaan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Setelah dilakukan penentuan sampel dengan metode tersebut maka jumlah perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian adalah tiga puluh satu. Adapun langkah pengujian yang dilakukan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas residual, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian hipotesis dengan uji F dan uji t.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Stastistik Deskriptif**

Hasil dari analisis statistik deskriptif pada 31 perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini :

**TABEL 1**  
**ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UP	155	22,9272	32,1510	28,394630	1,7100965
SM	155	-31,0367	70,8315	1,262498	6,6807371
IC	155	-1,9951	38,0027	3,532671	3,5966327
NP	155	-2,9389	62,9311	5,866495	11,0689691
Valid N (listwise)	155				

Sumber: Data olahan SPSS 23, 2017

## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 23. Hasil pengujian menunjukkan nilai residual telah berdistribusi normal, model regresi juga bebas dari masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas dan masalah autokorelasi, sehingga pengujian hipotesis dengan uji F dan uji t dapat dilanjutkan.

## 3. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Intellectual Capital, terhadap Nilai Perusahaan.

Langkah analisis yang dilakukan peneliti mencakup analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 3.7 sebagai berikut:

### a. Analisis Regresi Linear Berganda

**TABEL 2**  
**HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-26.416	5.263	
LN_UP	8.038	1.584	.361
LN_SM	.252	.101	.172
LN_IC	.466	.122	.276

Sumber: Data olahan SPSS 23, 2017

Berdasarkan Tabel 2, nilai beta untuk konstanta adalah -26,416. Nilai beta untuk masing-masing variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan sebesar 8,038, Struktur Modal sebesar 0,252, dan *Intellectual capital* sebesar 0,466. Berdasarkan nilai tersebut, maka persamaan regresi linear berganda yang dibuat adalah:

$$Y = -26,416 + 8,038X_1 + 0,252X_2 + 0,466X_3 + e$$

### b. Analisis Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**TABEL 3**  
**HASIL ANALISIS UJI KOEFISIEN KORELASI**  
**DAN KOEFISIEN DETERMINASI**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 <sup>a</sup>	.324	.311	1.11456

Sumber: Data olahan SPSS 23, 2017

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,569 yang artinya korelasi antara variabel ukuran perusahaan, struktur modal, *intellectual capital*, dan nilai perusahaan adalah sebesar 0,569. Hal ini berarti terjadi hubungan yang cukup kuat antara ukuran perusahaan, struktur modal, *intellectual capital*, dan nilai perusahaan karena nilai R melewati nilai tengah antara 0 dan 1.

*Adjusted R Square* adalah *R Square* yang telah disesuaikan. Nilai *Adjusted R Square* atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,311. Maka dapat diketahui bahwa variabel  $X_1$  (ukuran perusahaan),  $X_2$  (struktur modal), dan  $X_3$  (*intellectual capital*) secara bersama-sama memiliki sumbangan pengaruh terhadap Y (nilai perusahaan) sebesar 0,311 atau 31,10 persen dan sisanya sebesar 68,90 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

c. Uji Kelayakan Model (Uji F)

**TABEL 4**  
**HASIL UJI F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87,635	3	29,212	23,514	,000 <sup>b</sup>
	Residual	182,617	147	1,242		
	Total	270,252	150			

a. Dependent Variable: LN\_NP

b. Predictors: (Constant), LN\_IC, LN\_SM, LN\_UP

Sumber: Data olahan SPSS 23, 2017

Berdasarkan pada Tabel 4, dapat diketahui  $F_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 23,514 dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000 artinya model regresi dalam penelitian ini layak untuk diuji.



---

d. Uji t

**TABEL 5**  
**HASIL UJI t**

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-5,018	,000
LN_UP	5,074	,000
LN_SM	2,495	,014
LN_IC	3,816	,000

Sumber: Data olahan SPSS 23, 2017

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui hasil pengujian hipotesis melalui uji *partial* (t) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 8,038. Hubungan yang positif antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan ukuran perusahaan maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Hasil pengujian hipotesis melalui uji *partial* (t) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi 0,014 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,252. Hubungan yang positif antara struktur modal dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan struktur modal maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima.

Hasil pengujian hipotesis melalui uji *partial* (t) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  dengan koefisien regresi sebesar 0,466. Hubungan yang positif antara *intellectual capital* dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan *intellectual capital* maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diterima.

## **PENUTUP**

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Intellectual Capital berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Adapun

---

saran-saran yang diberikan penulis adalah bagi para investor yang ingin membeli saham untuk menganalisis kondisi keuangan dengan menggunakan faktor seperti Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan *Intellectual Capital* dalam mengukur nilai perusahaan. Dan untuk peneliti selanjutnya, karena masih terdapat 67,60 persen faktor lain yang dijelaskan perubahan nilai perusahaan maka disarankan untuk mempertimbangkan faktor lain yang menjelaskan perubahan pada nilai perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Gultom, Robinhot., Agustina, dan Sri Widia Wijaya. 2013. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Wira Ekonomi*, vol.3, no.01. April. pp. 51-60
- Jusriani, Ika Fanindya., dan Shiddiq Nur Rahardjo. "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Kebijakan Utang, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011)." *Diponegoro Journal of Accounting*, vol.2,no.2 (2013), pp. 1-10.
- Kokasih, Engkos., dan Hananto Soewedo. 2012. *Manajemen Keuangan & Akuntansi Perusahaan Pelayaran: Suatu Pendekatan Praktis dalam Bidang Usaha Pelayaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Margaretha, Farah. 2011. *Manajemen keuangan Untuk Manajer Nonkeuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Pratama, Gusti Bagus Angga., dan Gusti Bagus Wiksuana. 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profit Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi." *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol.5, no.2. pp. 1338-1367
- Public. 2000. VAIC-An Accounting Tool for IC Management. *International Journal of Technology Management*.
- Putra, Gede Cahyadi. 2012. "Pengaruh Modal Intelektual pada Nilai Perusahaan Perbankan yang Go Public di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal ilmiah Akuntansi dan Humanika JINAH*, vol.2 ,no.1. Desember. pp. 1-22
- Suripto. 2015. *Manajemen Keuangan; Strategi Penciptaan Nilai Perusahaaa Melalui Pendekatan Economic Value Added*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ulum, Ihyaul. 2013 "Model Pengukuran Kinerja Intellectual Capital dengan IB-VAIC di Perbankan Syariah." *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, vol.7, no.1. Juni. pp. 185-206

---

Yuskar, dan Dhia Novita. 2014. “Analisis Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Perbankan di Indonesia” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, vol.12, no.4. Desember. pp. 332-356

