

**The Effect of Intellectual Capital on Firm Value with Company Reputation and  
Financial Performance as Mediation Variables**

**Robert Jao<sup>1</sup>**  
**Kunradus Kampo<sup>2</sup>**  
**Anthony Holly<sup>3</sup>**  
**Irene Bakri<sup>4</sup>**  
**Universitas Atma Jaya Makassar<sup>1, 2, 3, 4</sup>**

Received 30 September 2025  
Revised 10 Oktober 2025  
Accepted 17 Oktober 2025

<sup>1</sup>E-mail: jaorobert1808@gmail.com <sup>1</sup>Correspondence Author

---

**ABSTRACT**

**Purpose** – This research is aimed to determine the effect of intellectual capital on firm value with corporate reputation and financial performance as mediating variables.

**Design/methodology/approach** – This research uses secondary data obtained by using documentation method. The data source in this research is the financial reports of banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020-2024 period and have score Corporate Image Index (CII) published by Frontier Consulting Group. The sample were selected using purposive sampling method, with a total sample of 39 data. Method used in this research is path analysis.

**Findings** – The result of this research indicate that intellectual capital has a positive and significant effect on company reputation. Intellectual capital has a positive and significant effect on financial performance. Company reputation has a positive and significant effect on firm value. Financial performance has a positive and significant effect on firm value. Intellectual capital has a positive but not significant effect on firm value. Company reputation is able to mediate the effect of intellectual capital on firm value. Financial performance is able to mediate the effect of intellectual capital on firm value.

**Originality** – This study integrates corporate reputation and financial performance as mediating variables in the relationship between intellectual capital and firm value, focusing on the banking sector in Indonesia that possesses a Corporate Image Index (CII) score.

**Keywords:** Intellectual Capital, Firm Value, Company Reputation, Financial Performance  
**Paper Type** Research Result



Contemporary  
Journal on Business  
and Accounting  
© Institut  
Transparansi dan  
Akuntabilitas Publik  
(INSPIRING)

**Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Reputasi  
Perusahaan dan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi**

**Robert Jao<sup>1</sup>**  
**Kunradus Kampo<sup>2</sup>**  
**Anthony Holly<sup>3</sup>**  
**Irene Bakri<sup>4</sup>**  
**Universitas Atma Jaya Makassar<sup>1, 2, 3, 4</sup>**

<sup>1</sup>E-mail: jaorobert1808@gmail.com | <sup>1</sup>Correspondence Author

---

**ABSTRAK**

**Tujuan** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan reputasi perusahaan dan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi.

**Desain/Metode/Pendekatan** – Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dengan menggunakan metode observasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah *financial report* perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 dan memiliki skor *Corporate Image Index* (CII) yang dipublikasikan oleh *Frontier Consulting Group*. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 39 data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur.

**Temuan** – Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. *Intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Intellectual capital* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Reputasi perusahaan mampu memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan mampu memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

**Originalitas/Nilai** - Penelitian ini mengintegrasikan variabel reputasi perusahaan dan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *intellectual capital* dan nilai perusahaan, dengan fokus pada sektor perbankan di Indonesia yang memiliki skor *Corporate Image Index* (CII).

**Kata-kata Kunci:** *Intellectual Capital, Nilai Perusahaan, Reputasi Perusahaan, Kinerja Keuangan*

**Jenis Artikel** *Research Result*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat menyebabkan persaingan bisnis pada perusahaan perbankan yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan bisnis, perusahaan perbankan berupaya menciptakan strategi perusahaan yang baik yang berguna untuk mencapai tujuan perusahaan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan perlu mengembangkan nilai perusahaan dengan cara menciptakan strategi yang berguna sebagai *value added* yang dimiliki perusahaan. Selain itu, perusahaan juga perlu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki karena nilai perusahaan dapat digunakan untuk menarik minat investor dan juga merupakan faktor yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh investor untuk berinvestasi. Menurut Sukirni (2012), nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat sejak perusahaan didirikan hingga saat ini. Nilai perusahaan tercermin melalui harga pasar saham. Nilai perusahaan juga menunjukkan adanya keuntungan yang maksimal bagi para pemegang saham karena dapat mencerminkan besarnya tingkat *return* yang akan didapatkan.

Pendirian sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Menurut Nwamaka *et al.* (2017), tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kepuasan pemegang saham yang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan perusahaan umum, perusahaan perbankan yang memiliki fungsi untuk menghimpun dana, menyalurkan dana kepada masyarakat dan memberikan jasa layanan perlu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal untuk menjalankan kegiatan bisnis. Pemanfaatan sumber daya pada perusahaan perbankan diharapkan mampu menyusun strategi sehingga menjadi kekuatan daya saing perusahaan yang sulit untuk ditiru competitor.

*Intellectual capital* di dalam suatu perusahaan berupa pengetahuan, pengalaman, intelektualitas, serta keterampilan yang dapat dimanfaatkan perusahaan perbankan untuk menjalankan usaha guna mencapai strategi yang mampu meningkatkan nilai perusahaan. Sebagai perusahaan yang berorientasi pada layanan jasa, perusahaan perbankan perlu memanfaatkan *intellectual capital* untuk membentuk prosedur manajemen dan menghadirkan inovasi yang berguna untuk mendorong peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, pemanfaatan *intellectual capital* yang dimiliki diharapkan mampu mengelola peluang pasar berupa teknologi informasi sehingga menciptakan strategi yang berguna untuk menyeimbangkan diri pada keadaan pasar.

Mohsen *et al.* (2014) menjelaskan bahwa *intellectual capital* telah menjadi bagian penting bagi perusahaan. *Intellectual capital* dapat dijadikan sebagai alat bagi perusahaan perbankan dalam upaya menjalankan bisnis yang berbasis pengetahuan untuk menyeimbangkan diri pada peningkatan teknologi informasi pasar saat ini. Melalui kualifikasi dan keahlian yang dimiliki dari *intellectual capital* dalam perusahaan perbankan, diharapkan mampu menghadirkan inovasi dan layanan jasa berkualitas yang akan mempermudah transaksi sehingga memengaruhi minat *customer* dalam menggunakan layanan yang ditawarkan

perusahaan. Inovasi yang dihasilkan dari perusahaan perbankan dapat berupa *mobile banking* sehingga memberikan kemudahan bagi *customer* dalam bertransaksi tanpa perlu mengantri di bank. Inovasi lain yang dapat dilakukan perusahaan perbankan dapat berupa *e-payment* yang mempermudah transaksi dengan menggunakan *smartphone*. Inovasi yang dihasilkan dari perusahaan perbankan akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan minat *customer* sehingga berdampak pada peningkatan laba perusahaan yang akan membentuk prospek kinerja keuangan yang meningkat.

Perusahaan perbankan tidak hanya berfokus pada aspek finansial, tetapi perusahaan juga perlu berfokus pada aspek non finansial. Selain berorientasi terhadap layanan jasa, perusahaan perbankan juga berfungsi sebagai lembaga *financial intermediary* yang mampu mengalihkan dana dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana. Sebagai lembaga *financial intermediary*, kepercayaan *stakeholder* merupakan merupakan faktor utama bagi perusahaan perbankan untuk menjalankan bisnis (Putera, 2020). Perusahaan perbankan dapat memanfaatkan *intellectual capital* sebagai aset tidak berwujud untuk memberikan layanan jasa yang berkualitas yang memengaruhi kepercayaan *customer* dan *stakeholder* sehingga memberikan dampak positif terhadap reputasi perusahaan.

*Intellectual capital* dapat dijadikan sebagai aset unik perusahaan yang sulit untuk ditiru kompetitor sehingga membangun daya tarik perusahaan tersendiri bagi perusahaan. Daya tarik perusahaan yang merekat pada persepsi *customer* akan menjadikan perusahaan menjadi unggul dan kompetitif. Reputasi perusahaan perbankan yang baik akan menjadi dasar kepercayaan dan persepsi positif bagi *customer* sehingga tertarik menggunakan layanan jasa yang ditawarkan (Widowati & Mustikawati, 2018). Melalui persepsi dan kepercayaan yang merekat terhadap *customer* akan memberikan nilai tambah sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Dalam sektor perbankan, reputasi perusahaan terbentuk melalui persepsi *stakeholder* terhadap produk atau pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sebagai entitas (Setyawan & Lutfi, 2019). Kualitas terhadap produk atau layanan yang diberikan perusahaan akan semakin meyakinkan *customer* untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Kualitas perusahaan dalam memberikan layanan terhadap *customer*, kualitas dari produk dan jasa yang dimiliki, kepercayaan *customer*, serta menghadirkan sumber daya manusia yang berkualitas yang berkaitan dengan kemampuan, keahlian, dan pengetahuan akan menjadi dasar kepercayaan *customer* dalam perusahaan perbankan.

Selain berguna untuk memengaruhi reputasi perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan, pemanfaatan *intellectual capital* juga berguna untuk memengaruhi kinerja keuangan perusahaan sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan. Pemanfaatan *intellectual capital* dalam perusahaan perbankan dapat menjadi salah satu kunci keberhasilan bisnis dan memberikan keunggulan kompetitif terhadap perusahaan. Alasan ini berdasarkan anggapan bahwa *intellectual capital* dalam perusahaan perbankan menentukan kualitas

layanan yang diberikan kepada *customer*, sehingga *intellectual capital* dapat menjadi faktor pemacu ekonomi perusahaan (Goh, 2005).

Didukung oleh *resource-based theory*, perusahaan yang memanfaatkan sumber daya yang dimiliki akan mampu memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan perbankan yang berorientasi pada layanan jasa perlu memanfaatkan sumber daya berupa *intellectual capital* untuk memberikan nilai daya saing yang tinggi. Nilai daya saing yang tinggi akan memberikan keunggulan kompetitif yang mampu memengaruhi minat *customer* untuk menggunakan layanan jasa yang ditawarkan sehingga memberikan peningkatan terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan yang tinggi akan menjadi nilai tambah ekonomis yang akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan memengaruhi keputusan investasi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Mudiantari & Agustia (2020). Variabel-variabel yang digunakan pada penelitiannya antara lain, *intellectual capital* sebagai variabel independen, reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Beberapa pengembangan dilakukan oleh peneliti yang membuat penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian ini menambahkan kinerja keuangan yang diproyeksikan melalui pertumbuhan penjualan sebagai variabel mediasi. Pertimbangan menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi karena kinerja keuangan mampu memberikan sinyal bagi investor untuk menanamkan modal. Pemanfaatan *intellectual capital* dapat menghadirkan strategi berupa inovasi layanan digital pada perusahaan perbankan sehingga memberikan keunggulan kompetitif dan daya saing yang akan berdampak terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan akan menarik minat investor untuk berinvestasi sehingga dengan ini nilai perusahaan dapat meningkat. Kedua, peneliti menggunakan reputasi perusahaan yang diproyeksikan melalui *Corporate Image Index* (CII) pada perusahaan perbankan periode 2020-2024 sehingga memberikan hasil yang cukup akurat dan sesuai dengan keadaan saat ini.

Penelitian ini penting dilakukan sebab nilai perusahaan merupakan hal yang menarik minat investor dan juga merupakan faktor yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh investor untuk menanamkan modalnya. Peranan *intellectual capital* dalam meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan perbankan dapat dilihat melalui keterampilan karyawan dalam menciptakan inovasi yang akan memberikan nilai daya saing dan keunggulan kompetitif. Kinerja keuangan dan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi akan semakin meyakinkan persepsi dan minat investor bahwa investasi yang dilakukan di perusahaan memiliki prospek masa depan yang menjanjikan. Dengan demikian, harga saham perusahaan akan meningkat dan nilai perusahaan ikut meningkat.

## **LANDASAN TEORI**

### ***Resource-based Theory***

*Resource-based theory* merupakan sebuah teori yang pertama kali dikemukakan oleh Wernerfelt (1984) dan selanjutnya dikembangkan oleh Barney

(1991) yang menyatakan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat membantu meningkatkan efektivitas operasi perusahaan. Keunggulan tersebut dapat diperoleh dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki melalui penciptaan karakteristik sumber daya perusahaan yang berharga, unik, dan sulit untuk ditiru, sehingga teori ini berfokus terhadap sumber daya perusahaan dan keunggulan kompetitif. Selain itu, teori ini juga berfokus terhadap bagaimana perusahaan memanfaatkan sumber daya yang ada.

*Resource-based theory* juga merupakan teori yang berfokus pada aset tidak berwujud dari suatu perusahaan seperti sumber daya karena aset tidak berwujud dari suatu perusahaan seperti pengetahuan tidak dapat ditiru oleh orang dan aset tidak berwujud ini dapat dijadikan sebagai salah satu senjata dalam persaingan kompetitif perusahaan. Selain itu, teori ini berpendapat bahwa sumber daya berwujud dan tidak berwujud suatu perusahaan merupakan satu kesatuan yang saling bergantung karena aset tidak berwujud suatu perusahaan mempengaruhi kinerja dari aset berwujud suatu perusahaan.

### ***Signalling Theory***

Teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973). Spence (1973) mengemukakan bahwa isyarat memberikan suatu sinyal dari pemilik informasi yang berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh penerima. Teori ini adalah cara menangani kegagalan pasar ketika pasar tidak memiliki informasi yang lengkap. Teori sinyal muncul dari asumsi bahwa informasi yang diperoleh dari pihak manajemen dengan pemilik perusahaan yang tidak sama disebut dengan asimetri informasi.

Asimetri informasi terjadi antara agen dengan prinsipal yang memiliki kepentingan masing-masing tanpa melihat tujuan awal dari visi misi perusahaan. Adapun cara untuk menanggulangi adanya asimetri ini yaitu memberikan sinyal kepada pihak penerima sinyal berupa informasi laporan keuangan. Dalam teori sinyal, motivasi agen dalam memberikan informasi laporan keuangan diharapkan dapat menjelaskan upaya manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik yang merupakan unsur penting bagi pihak eksternal yang mencerminkan kondisi perusahaan. Informasi ini akan dijadikan sebagai indikator bagi investor untuk menentukan keputusan investasi

### ***Intellectual Capital***

*Intellectual capital* adalah suatu aset tidak berwujud di dalam suatu perusahaan. *Intellectual capital* dalam perusahaan berupa pengetahuan, pengalaman, intelektualitas, serta keterampilan yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menjalankan usaha guna mencapai strategi yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Soetedjo & Mursida (2014) menyebutkan bahwa *intellectual capital* merupakan kombinasi sumber daya manusia, sumber daya perusahaan dan relasi dari perusahaan yang menunjukkan nilai diciptakan melalui hubungan antara kategori tersebut sehingga menjadi sumber potensial

dan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan. Bontis (1998) membagi *intellectual capital* atas tiga komponen utama yaitu: (1) *Human Capital*, ialah seperangkat nilai, kualifikasi dan keahlian karyawan, (2) *Structural Capital* ialah kapabilitas organisasi untuk mendukung karyawan menciptakan kinerja intelektual, (3) *Relational Capital*, ialah kemampuan organisasi dalam berinteraksi kepada *stakeholder* dan *customer*

Pulic (2004) kemudian mengorganisir *intellectual capital* ke dalam tiga aspek utama diantaranya yaitu *human capital*, *structural capital* dan *capital employed*. *Human capital* (modal manusia) meliputi karyawan perusahaan, modal manusia bertujuan untuk meningkatkan pengembangan ilmu pengetahuan dan *skill* yang dimiliki karyawan. *Structural capital* (modal struktur) meliputi hubungan kritis yang mengukur modal intelektual dalam semangat organisasi dan teknik manajemen yang dilakukan suatu organisasi dalam proses bisnis. *Capital employed* (modal usaha) menunjukkan modal yang berhubungan dengan pihak eksternal perusahaan, yang dinyatakan dalam relasi dan reputasi karyawan di mata pelanggan.

### **Reputasi Perusahaan**

Dalam pandangan ekonomi, reputasi perusahaan dijadikan sebagai sifat dan sinyal perusahaan. Sinyal dalam hal ini berupa kualitas produk, karakteristik pekerjaan, strategi, layanan dan prospek perusahaan dimasa mendatang yang dibandingkan dengan perusahaan pesaing (Devine & Helpers, 2001). Reputasi perusahaan dapat dijadikan sebagai indikator akan baik buruknya perusahaan dan keberhasilan perusahaan dalam mengelola manajemennya. Nisa & Kurniasari (2017) berpendapat bahwa, reputasi perusahaan adalah penilaian dari pihak lain terhadap suatu organisasi, komite atau aktivitas.

Reputasi perusahaan diartikan sama dengan identitas dan citra perusahaan (Barnett *et al.* 2006). Reputasi perusahaan merupakan hasil dari aktivitas yang dilakukan oleh manajemen dan hasil dari produk perusahaan yang memuaskan sehingga meningkatkan kepercayaan publik dan kinerja perusahaan (Ghosh, 2016). Perusahaan perlu membangun reputasi perusahaan yang positif sehingga dapat dijadikan sebagai nilai perusahaan dalam jangka panjang, seperti adanya kepercayaan terhadap *brand* sehingga sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain.

### **Kinerja Keuangan**

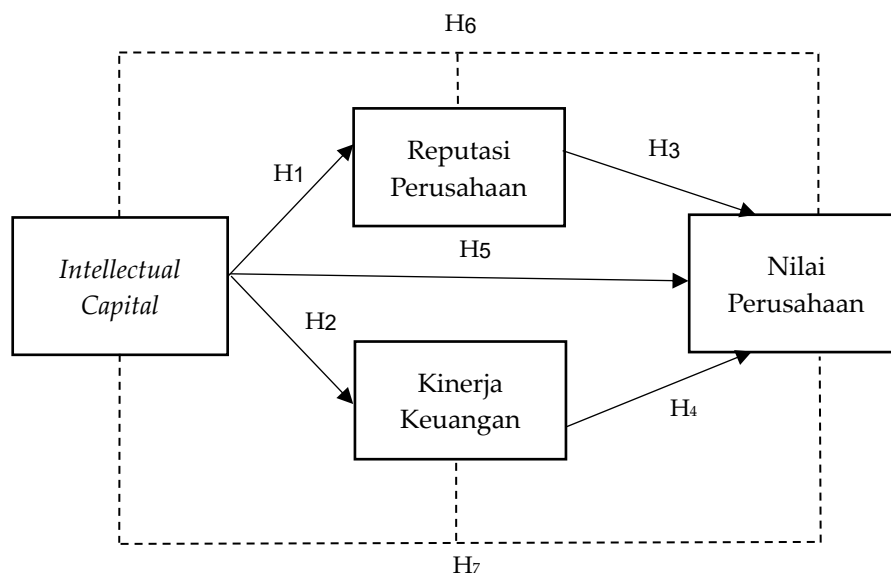
Pengukuran kinerja merupakan salah satu upaya untuk melakukan penilaian terhadap kualitas kerja atau aktivitas yang dilakukan perusahaan. Pengukuran kinerja tidak hanya meliputi aspek keuangan tetapi juga meliputi aspek non keuangan yang dapat dilihat melalui tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Alat ukur yang lazim digunakan perusahaan adalah dengan menghitung rasio keuangan. Rasio keuangan berguna untuk menentukan kesehatan perusahaan yang tercermin melalui kinerja keuangan sehingga dapat

digunakan untuk membandingkan adanya kenaikan atau penurunan dalam periode tertentu.

Pengukuran kinerja keuangan melalui rasio dapat dijadikan sebagai salah satu pedoman bagi investor untuk menilai kinerja, kemampuan dan potensi perusahaan pada masa mendatang (*forecast analysis*). Perusahaan yang memiliki prospek kinerja keuangan yang terus meningkat akan menarik minat investor karena dapat dijadikan sebagai pertanda baik yang akan mencerminkan tingkat pengembalian dana yang meyakinkan untuk investasi mereka.

### Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan dan meningkatkan nilai perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan suatu bentuk pencapaian atas keberhasilan perusahaan yang berasal dari kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan tercermin melalui harga saham. Jika harga saham tinggi, maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan baik. Nilai perusahaan yang sudah *go public* dapat dilihat melalui harga pasar saham perusahaan, sedangkan perusahaan yang belum *go public* nilai perusahaan akan dapat terealisasi ketika perusahaan tersebut dijual (Himawan, 2020).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoretis

- Berdasarkan kerangka pemikiran teoretis, maka hipotesis penelitian ini adalah:
- H<sub>1</sub>: Pengaruh *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.
  - H<sub>2</sub>: Pengaruh *Intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.
  - H<sub>3</sub>: Pengaruh Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

- H4: Pengaruh kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H5: Pengaruh *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H6: Reputasi perusahaan memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.
- H7: Kinerja keuangan memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode penelitian 2020-2024. Sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling*, di mana sampel yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan perbankan yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap pada tahun 2020-2024.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
3. Perusahaan yang memiliki skor *Corporate Image Index* (CII) secara terus-menerus periode 2020-2024.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter, yaitu laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan perbankan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2024 dan memiliki skor *Corporate Image Index* (CII). Sumber data pada penelitian ini berupa data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan *Corporate Image Award Indonesia's Most Admired Companies* ([www.imacaward.com](http://www.imacaward.com)).

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### ***Intellectual Capital***

*Intellectual Capital* (modal intelektual) adalah aset tidak berwujud perusahaan dalam bentuk pengetahuan yang digunakan sebagai *value added* perusahaan. Rumus untuk mengukur *intellectual capital* yaitu VAIC<sup>TM</sup> (Pulic, 1998).

#### ***Value Added (VA)***

*Value Added* (VA) adalah indikator paling objektif dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai. VA dapat dirumuskan dengan persamaan:

$$VA = Out - In \text{ atau } VA = OP + EC + D + A$$

Keterangan:

VA : *value added* (nilai tambah)

OUT : *output* (total penjualan dan pendapatan lain)

- IN : *input* (beban penjualan dan berbagai biaya lainnya, kecuali beban karyawan)  
OP : *operating profit* (profitabilitas operasional)  
EC : *employee cost* (beban karyawan)  
D : *depreciation* (penyusutan)  
A : *amortization* (pengurangan nilai aset)

#### **Value Added Capital Employed (VACA)**

*Value Added Capital Employed* ialah salah satu bentuk nilai tambah perusahaan yang berasal dari *Capital Employed* (CE). VACA dirumuskan dengan persamaan:

$$VACA = \frac{VA}{CE}$$

Keterangan:

- VA : *value added* (nilai tambah)  
CE : *capital employed* (*book value of net asset*)  
VACA : rasio perbandingan pada VA dan CE

#### **Value Added Human Capital (VAHU)**

VAHU ialah bagian dari *Human Capital* (HC). Pulic (1998) menguraikan jika VAHU ialah parameter yang menambah nilai perusahaan yang dilihat dari besarnya beban yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam bentuk gaji dan tunjangan karyawan. VAHU dapat dirumuskan dengan persamaan:

$$VAHU = \frac{VA}{HC}$$

Keterangan:

- VA : *value added* (nilai tambah)  
HC : *human capital* (beban karyawan)  
VAHU : *value added human capital* (rasio perbandingan antara VA dan HC)

#### **Structural Capital Value Added (STVA)**

STVA ialah parameter yang menambah nilai dari perusahaan yang berlandaskan pada SC. STVA dihitung dengan menghitung rasio perbandingan antara VA dan SC. STVA dapat dirumuskan dengan persamaan:

$$STVA = \frac{VA}{SC}$$

Keterangan:

- VA : *value added*  
SC : *structural capital*  
STVA : perbandingan antara VA dan SC

#### **Value Added Intellectual Coefficient (VAIC)<sup>TM</sup>**

Setelah menguraikan komponen dari VAIC<sup>TM</sup> berupa VACA, VAHU, dan STVA. VAIC dapat dirumuskan dengan persamaan:

$$VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$$

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya (Sukirni, 2012). Tobin'Q adalah pendekatan yang menjadi parameter nilai perusahaan yang memiliki persamaan (Ulfa & Prasetyo, 2018):

$$\text{Tobin'Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{BVE} + \text{Debt}}$$

Keterangan:

MVE : *market value of equity* (harga pasar saham x jumlah saham biasa yang beredar)

BVE : *book value of equity* (total aset – total liabilitas = total ekuitas)

Debt : total liabilitas

### Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan bentuk penilaian dan hasil dari kinerja dilakukan oleh perusahaan (Ghosh, 2016). Nama baik dikalangan masyarakat, nama perusahaan yang mudah diingat dan dikenal masyarakat merupakan salah satu bentuk indikator untuk mengukur reputasi suatu perusahaan. Reputasi perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Corporate Image Index* (CII) yang dipublikasikan oleh *Frontier Group* (Jao et al. 2020).

**Tabel 1. Corporate Image Index Framework**

No.	Dimension	Measurement Attributes
1	Quality	Good care for customers
		High quality product/service
		Trusted company
		Innovative company
2	Performance	Company with growth and development
		Opportunity
		Well-managed company
3	Responsibility	Eco-friendly company
		Company with social responsibility
4	Attractiveness	Dream workplace company
		Company with high quality employees

Sumber: [www.imacaward.com](http://www.imacaward.com)

### Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan ialah cerminan presentasi kerja dari kelompok kerja dan organisasi yang dipergunakan untuk menghasilkan pencapaian emiten (Alawiah, 2022). Perusahaan dapat mengukur kinerja keuangan mereka dengan berbagai parameter, namun dalam penelitian ini menilai pertumbuhan penjualan sebagai

ukuran kinerja keuangan. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan nilai penjualan suatu perusahaan (Munsaidah *et al.* 2016). Formula yang digunakan ssebagai berikut.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{(\text{Sales}_t - \text{Sales}_{t-1})}{\text{Sales}_{t-1}}$$

Keterangan:

$\text{Sales}_t$  : penjualan selama periode tahun berjalan

$\text{Sales}_{t-1}$  : penjualan periode tahun sebelumnya

### Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Koefisien jalur adalah *standardized* koefisien regresi. Koefisien jalur dihitung dengan membuat tiga persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel dependen dengan variabel independen.

Tabel 2. Hasil Uji F

Struktur Model	Variabel Dependen	Variabel Independen	F	Sig.
Substruktur 3	Nilai Perusahaan	Intellectual Capital Reputasi Perusahaan Kinerja Keuangan	4,747	0,007

Sumber: Data Olahan (2025)

Berdasarkan hasil uji F yang tertera dalam tabel 2 yang menguji pengaruh *intellectual capital*, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$ . Hal ini menandakan bahwa *intellectual capital*, reputasi perusahaan, dan kinerja berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, model yang dibangun pada persamaan substruktur 3 baik.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah uji yang digunakan untuk memprediksikan kemampuan variabel dependen. Nilai dari uji ini memberikan penjelasan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

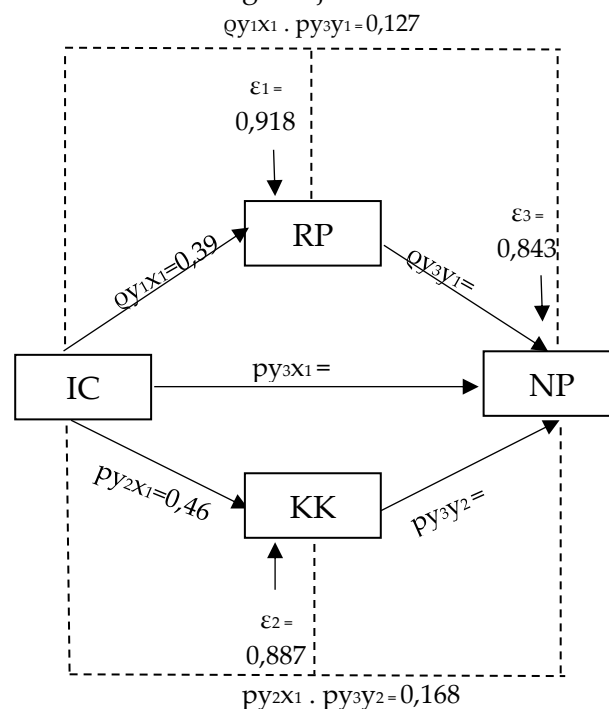
Struktur Model	R Square	Adjusted R Square
Substruktur 1	0,158	0,135
Substruktur 2	0,213	0,191
Substruktur 3	0,289	0,228

Sumber: Data Olahan (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa substruktur 1, yaitu reputasi perusahaan mampu menjelaskan *intellectual capital* sebesar 15,8% dan selebihnya sebesar 84,2% dijelaskan oleh variabel-variabel di luar penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa substruktur 2, yaitu kinerja keuangan mampu menjelaskan *intellectual capital* sebesar 21,3% dan selebihnya sebesar 78,7% dijelaskan oleh variabel-variabel di luar penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa substruktur 3, yaitu nilai perusahaan mampu menjelaskan *intellectual capital*, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan sebesar 28,9% dan selebihnya sebesar 71,1% dijelaskan oleh variabel-variabel di luar penelitian ini.

### Hasil Analisis Jalur

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Koefisien jalur adalah *standardized* koefisien regresi. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan maka dapat digambarkan model diagram jalur berikut:



Gambar 2. Model Analisis Jalur

Keterangan:

\* : Signifikan dengan nilai *p value* < 0,05

ns : Tidak signifikan dengan nilai *p value* > 0,05

Berdasarkan gambaran model diagram jalur yang telah dibuat, dapat dirumuskan dengan tiga persamaan struktural diantaranya:

Persamaan substruktur 1:  $Y_1 = 0,397x_1 + 0,918$

Persamaan substruktur 2:  $Y_2 = 0,461x_1 + 0,887$

Persamaan substruktur 3:  $Y_3 = 0,034x_1 + 0,319x_1 + 0,365y_2 + 0,843$

Di mana:

$\epsilon_1 : \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,158)} = 0,918$

$\epsilon_2 : \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,213)} = 0,887$

$\epsilon_3 : \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,289)} = 0,843$

**Tabel 4. Hasil Analisis Persamaan Jalur**

Struktur Model	Standardized Beta	Sig.	Keterangan
<b>Substruktur 1</b>			
(Pengaruh <i>Intellectual capital</i> terhadap reputasi perusahaan)	0,397	0,012	Signifikan
<b>Substruktur 2</b>			
(Pengaruh <i>Intellectual capital</i> terhadap kinerja keuangan)	0,461	0,003	Signifikan
<b>Substruktur 3</b>			
(Pengaruh <i>Intellectual capital</i> , Reputasi perusahaan, Kinerja Keuangan terhadap Nilai Keuangan)			
<i>Intellectual capital</i>	0,034	0,843	Tidak signifikan
Reputasi Perusahaan	0,319	0,045	Signifikan
Kinerja Keuangan	0,365	0,029	Signifikan

Sumber: Data Olahan (2025)

### Hasil Uji t

Uji t dapat dilihat dari besarnya *probability value* (*p value*) dibandingkan dengan 0,05 (taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ ). Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3 dengan penjelasan berikut:

1. Variabel *intellectual capital* memiliki pengaruh sebesar 0,397 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012 terhadap reputasi perusahaan. Artinya, nilai

- signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan sehingga H<sub>1</sub> yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan diterima.
2. Variabel *intellectual capital* memiliki pengaruh sebesar 0,461 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 terhadap kinerja keuangan. Artinya, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan sehingga H<sub>2</sub> yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan diterima.
  3. Variabel reputasi perusahaan memiliki pengaruh sebesar 0,319 dengan nilai signifikansi sebesar 0,045 terhadap nilai perusahaan. Artinya, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga H<sub>3</sub> yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.
  4. Variabel kinerja keuangan memiliki pengaruh sebesar 0,365 dengan nilai signifikansi sebesar 0,029 terhadap nilai perusahaan. Artinya, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga H<sub>4</sub> yang menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.
  5. Variabel *intellectual capital* memiliki pengaruh sebesar 0,034 dengan nilai signifikansi sebesar 0,843 terhadap nilai perusahaan. Artinya, nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian *intellectual capital* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga H<sub>5</sub> yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak.

### Hasil Uji Causal Step

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji *causal step*, reputasi perusahaan dinyatakan sebagai variabel mediasi sempurna dengan alasan bahwa pengaruh x terhadap y yang hasil pengujian awal signifikan, menjadi tidak signifikan setelah memasukkan variabel mediasi ke dalam persamaan, sehingga sudah cukup untuk membuktikan bahwa reputasi perusahaan mampu memediasi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Peneliti juga menemukan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji *causal step*, kinerja keuangan dinyatakan sebagai variabel mediasi sempurna dengan alasan bahwa pengaruh x terhadap y yang hasil pengujian awal signifikan, menjadi tidak signifikan setelah memasukkan variabel mediasi ke

dalam persamaan, sehingga sudah cukup untuk membuktikan bahwa kinerja keuangan mampu memediasi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Reputasi perusahaan dapat memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan sehingga  $H_6$  diterima.
2. Kinerja keuangan dapat memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan sehingga  $H_7$  diterima.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh *Intellectual capital* terhadap Reputasi Perusahaan**

*Intellectual capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa kemampuan *intellectual capital* dalam perusahaan cenderung meningkatkan reputasi perusahaan perbankan di Indonesia. Perusahaan yang memanfaatkan *intellectual capital* secara efektif akan memberikan *value added* dan keunggulan kompetitif terhadap perusahaan. Keunggulan kompetitif di perusahaan perbankan dapat berupa sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas sehingga dapat mengubah data berupa angka menjadi informasi yang akan diberikan kepada *customer*.

Aset yang dapat mendukung kegiatan operasional dan struktur organisasi yang baik dapat menjadi penunjang bagi sumber daya manusia dalam menjalankan proses organisasi di perusahaan perbankan. Selain itu, teknologi yang dihasilkan perusahaan perbankan seperti mesin ATM yang mudah digunakan untuk digunakan untuk semua kalangan, *mobile banking* serta tingkat keamanan yang tinggi membuat *customer* menjadi lebih percaya dalam melakukan transaksi sehingga dapat menjadi keunggulan kompetitif tersendiri bagi perusahaan perbankan. Melalui keunggulan kompetitif perusahaan perbankan dapat membangun reputasi yang baik dimata *customer* sehingga perusahaan menjadi lebih unggul dibanding perusahaan pesaing.

Reputasi perusahaan dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan sehingga sulit untuk ditiru oleh pesaing. Semakin baik reputasi perusahaan, maka semakin banyak pula *customer* yang tertarik untuk menggunakan layanan jasa yang ditawarkan perusahaan perbankan. Penelitian ini mendukung *resource-based theory* yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan yang memanfaatkan sumber daya yang dimiliki akan memberikan keunggulan kompetitif sendiri bagi perusahaan. Sumber daya manusia, aset perusahaan yang menunjang kegiatan operasional, struktur organisasi yang baik, teknologi dan rasa aman yang dirasakan *customer* ketika bertransaksi di bank dapat menjadi faktor pendukung utama dalam meningkatkan reputasi perusahaan perbankan.

### **Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan**

*Intellectual capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa kemampuan *intellectual capital* dalam perusahaan cenderung meningkatkan kinerja keuangan perusahaan perbankan di Indonesia. *Intellectual capital* yang dimiliki perusahaan perbankan seperti sumber daya manusia yang memiliki *skill* komunikatif yang baik sehingga mampu memasarkan produk perbankan yang akan memengaruhi minat pembelian.

*Intellectual capital* dalam bentuk teknologi perusahaan perbankan seperti *mobile banking*, *internet banking* yang mudah digunakan oleh semua kalangan dapat menjadi nilai tambah yang akan memengaruhi keputusan pembelian *customer*. *Intellectual capital* dari perusahaan perbankan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja keuangan. Melalui *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan dinilai mampu memotivasi *customer* untuk menggunakan produk bank dan *stakeholder* untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan sehingga membuat kinerja keuangan perusahaan dapat meningkat.

*Intellectual capital* perusahaan perbankan yang berkualitas dapat dilihat melalui cara menjelaskan kepada *customer* mengenai produk perbankan yang sesuai dengan kebutuhan, tingkat keamanan bank yang tinggi, teknologi seperti *mobile banking*, *internet banking*, mesin ATM yang di *upgrade* sesuai dengan perkembangan teknologi sehingga cepat tanggap dan mudah untuk digunakan mampu menjadi keunggulan tersendiri yang dimiliki bank yang akan memengaruhi minat pembelian *customer*. Minat pembelian *customer* akan diikuti dengan peningkatan penjualan produk bank sehingga angka kinerja keuangan perusahaan perbankan ikut meningkat.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi *resource-based theory* yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan *resource-based theory*, perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dengan sumber daya yang berkualitas. Keunggulan kompetitif perusahaan perbankan dapat berupa *intellectual capital* yang unggul dan sulit untuk ditiru pesaing. *Intellectual capital* dapat membantu perusahaan perbankan bisa bertahan di era teknologi informasi yang pesat. Teknologi seperti *mobile banking*, *internet banking*, mesin ATM dapat membuat perusahaan bertahan di era teknologi. Selain itu, *intellectual capital* perusahaan perbankan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk menyediakan layanan *chat customer service*, pembukaan rekening digital, fasilitas kredit secara *online*, menyediakan mesin setor tunai serta mempermudah *customer* dalam melakukan pembayaran melalui *smartphone* yang dimiliki.

Kemudahan layanan yang diberikan perusahaan perbankan akan membuat *customer* tertarik untuk menggunakan produk bank sehingga angka pertumbuhan penjualan meningkat. Adanya peningkatan penjualan kredit juga akan mendorong pertumbuhan penjualan perusahaan perbankan yang dilihat dari bunga kredit yang diterima. Pertumbuhan penjualan yang meningkat mencerminkan kinerja keuangan yang ikut meningkat.

### **Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa reputasi perusahaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan perbankan. Reputasi perusahaan perbankan yang baik mampu mendorong investor untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan.

Reputasi perusahaan merupakan aspek yang harus diperhatikan dalam perusahaan perbankan (Nofrianti, 2020). Reputasi perusahaan penting bagi perspektif perbankan karena menjadi salah satu bentuk gambaran dan penilaian *stakeholder* sehingga berani untuk menyimpan uang dan berinvestasi pada perusahaan. Reputasi perusahaan dapat menjadi aspek fundamental yang menentukan kepercayaan *stakeholder* akan perusahaan. Reputasi perusahaan dapat membentuk persepsi investor akan risiko investasi yang rendah sehingga tertarik untuk menanamkan modal ke dalam saham perusahaan. Selain itu, reputasi perusahaan yang baik akan memengaruhi persepsi *customer* sehingga lebih memilih bertransaksi dan menggunakan layanan jasa yang ditawarkan dibandingkan perusahaan pesaing.

Reputasi perusahaan dapat menjadi keunggulan kompetitif tersendiri yang dimiliki perusahaan perbankan. Reputasi perusahaan yang baik dapat memengaruhi pelanggan dalam memilih produk, membatasi potensi oleh pesaing, dan mengamankan status sosial dari suatu industri (Jao *et al.* 2020). Hasil dari reputasi perusahaan yang baik memotivasi *stakeholder* bahwa perusahaan memiliki produk perbankan yang berkualitas, memiliki risiko pasar yang rendah dan organisasi perbankan yang bermutu sehingga menjadi dasar kepercayaan akan perusahaan. Kepercayaan *stakeholder* akan perusahaan perbankan dapat mendorong peningkatan terhadap harga saham sehingga nilai perusahaan meningkat.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi *resource-based theory* yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan dapat terbentuk karena adanya sumber daya unggul yang dimiliki sehingga perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan perusahaan lain. Keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan perbankan seperti *image* perusahaan, risiko pasar yang rendah, produk perbankan yang berkualitas, dan organisasi perbankan yang bermutu akan memengaruhi keputusan *customer* untuk menggunakan layanan jasa yang ditawarkan. Selain itu, akan memengaruhi tingkat kepercayaan investor akan perusahaan perbankan sehingga tertarik untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan. Keunggulan kompetitif perusahaan tersebut mampu menggambarkan reputasi perusahaan yang baik sehingga dapat mencerminkan *return* saham yang tinggi yang membuat investor bersedia membayar lebih dengan demikian, nilai perusahaan ikut meningkat.

### **Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan**

Kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa kinerja keuangan memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan perbankan. Persaingan di dunia perbankan menuntut perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan agar tujuan bank dapat tercapai (Yulianti *et al.* 2020). Tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan sehingga nilai perusahaan ikut meningkat.

Tingkat kesehatan perusahaan perbankan dapat dilihat melalui kinerja keuangan yang dimiliki. Kinerja keuangan pada perusahaan perbankan dapat menjadi bagian dari kinerja bank secara keseluruhan Kansil *et al.* (2021). Perusahaan perbankan dituntut untuk dapat bertumbuh secara finansial dan memiliki daya saing. Upaya perusahaan perbankan dalam meningkatkan kinerja keuangan, dapat melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki sehingga menjadi sesuatu yang unik dan sulit ditiru sehingga menjadi keunggulan kompetitif tersendiri bagi perusahaan. Perusahaan perbankan yang menciptakan sumber daya yang unik akan mampu mengendalikan dan mempertahankan keunggulan dibandingkan dengan perusahaan lain.

Kinerja keuangan perusahaan perbankan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan seperti penjualan kredit, pembukaan tabungan, deposito, dan giro. Pertumbuhan penjualan yang meningkat merefleksikan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan mencerminkan *return* saham yang menjanjikan. Penjualan perusahaan yang terus meningkat mengindikasikan kesuksesan kinerja keuangan perusahaan yang pada akhirnya akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modal di perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi teori sinyal yang menyatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang meningkat menjadi sinyal bagi investor untuk mengetahui tingkat kemakmuran ketika investor menanamkan modalnya. Kinerja keuangan yang meningkat akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan dengan asumsi bahwa pemegang saham akan makmur apabila kekayaan perusahaan meningkat. Dengan demikian, apabila kinerja keuangan terus meningkat akan berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

### **Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan**

*Intellectual capital* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa *intellectual capital* dalam perusahaan perbankan tidak cukup kuat untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Intellectual capital* perusahaan perbankan yang baik tidak membuat pasar memberikan penilaian lebih terhadap perusahaan sehingga tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

*Intellectual capital* merupakan sumber daya yang memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan perbankan. Perusahaan perbankan yang memiliki

*intellectual capital* yang tercermin melalui sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan yang luas, aset yang menunjang kegiatan operasional dan struktur organisasi yang baik, serta teknologi seperti *mobile banking*, *internet banking* dan mesin ATM yang memudahkan *customer* dalam bertransaksi. Namun, dengan *intellectual capital* yang unggul tidak cukup menjadi dasar bagi investor untuk menanamkan saham ke dalam perusahaan. Investor perlu melihat bahwa dengan *intellectual capital* yang unggul dapat menjadi sarana untuk memperoleh keuntungan ekonomi dan berdampak positif bagi citra perusahaan. Dengan adanya pemanfaatan *intellectual capital* perusahaan perbankan dalam memberikan dampak positif bagi perusahaan, dapat menjadi dasar dan alasan bagi investor untuk menanamkan saham ke dalam perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan dapat meningkat.

Penelitian ini mengonfirmasi peran *resource-based theory* yang menyatakan bahwa perusahaan perbankan akan mencapai keunggulan kompetitif apabila memiliki sumber daya yang unggul. Akan tetapi, peran sumber daya tidak menjadi hal yang substansial yang mampu memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan perbankan perlu memperhatikan dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sehingga mampu merefleksikan kesehatan perusahaan dan tingkat *return* yang akan diterima investor ketika menanamkan modal. Dengan demikian, akan memotivasi investor untuk berinvestasi ke dalam perusahaan perbankan.

### **Reputasi perusahaan memediasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan metode *causal step*,  $x$  terhadap  $y$  signifikan dan  $m$  terhadap  $y$  signifikan maka sudah cukup membuktikan bahwa reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi diterima.

Perusahaan perbankan yang memiliki *intellectual capital* dalam wujud sumber daya manusia yang berpengetahuan luas, aset yang menunjang kegiatan operasional, sistem organisasi yang baik, teknologi seperti *mobile banking*, *internet banking*, mesin ATM yang mempermudah *customer* dalam bertransaksi serta tingkat keamanan perusahaan yang tinggi mampu menarik minat investasi, karena investor percaya bahwa dapat menjadi keunggulan tersendiri yang mendorong reputasi perusahaan. Adanya *intellectual capital* membuat perusahaan perbankan yang mampu menjelaskan data berupa angka menjadi informasi, memenuhi kebutuhan dan keinginan *customer*, aset yang dapat menunjang kegiatan operasional dan struktur organisasi yang baik akan menjadi aspek yang mampu mendorong peningkatan reputasi perusahaan.

Reputasi perusahaan perbankan yang baik dapat menjadi keunggulan tersendiri yang dimiliki perusahaan dibanding pesaing. Reputasi perusahaan perbankan yang baik mampu merefleksikan risiko pasar yang rendah dan tingkat

*return* saham yang menjanjikan. Reputasi perusahaan mampu memotivasi investor untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan. Semakin baik reputasi perusahaan, maka investor semakin yakin bahwa akan memperoleh *return* dan manfaat dari perusahaan. Dengan demikian, reputasi perusahaan yang baik akan dibarengi dengan peningkatan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengonfirmasi peran *resource-based theory* yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan *resource-based theory*, perusahaan perbankan yang memiliki sumber daya yang unggul dan memadai mampu menjadi keunggulan kompetitif tersendiri. Reputasi perusahaan yang terbentuk dari adanya *intellectual capital* yang unggul pada perusahaan perbankan membuat investor memiliki kepercayaan yang lebih terhadap perusahaan dan merefleksikan *return* saham yang menjanjikan.

### **Kinerja Keuangan memediasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan metode *causal step*,  $x$  terhadap  $y$  signifikan dan  $m$  terhadap  $y$  signifikan maka sudah cukup membuktikan bahwa kinerja keuangan sebagai variabel mediasi diterima.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* mampu menarik perhatian investor karena dapat digunakan secara maksimal oleh perusahaan perbankan untuk mencapai pertumbuhan penjualan dengan cara penjualan kredit, pembukaan tabungan, deposito dan giro. Selain itu, *intellectual capital* seperti tingkat keamanan yang tinggi, teknologi seperti *mobile banking*, *internet banking*, dan mesin ATM yang mudah dimengerti dan digunakan oleh semua kalangan mampu memotivasi *customer* untuk bertransaksi pada perusahaan dibanding pesaing. *Intellectual capital* yang tinggi terhadap perusahaan perbankan akan selalu diikuti dengan meningkatnya kinerja keuangan perusahaan yang secara otomatis akan memengaruhi nilai perusahaan.

*Intellectual capital* dalam perusahaan perbankan mampu menghasilkan sistem kerja yang efektif yang dapat menjadi faktor pemacu ekonomi. *Intellectual capital* mampu meningkatkan kinerja keuangan perbankan yang tercermin melalui pertumbuhan penjualan yang tinggi sehingga merefleksikan *return* dan tingkat kemakmuran investor. Tingkat kinerja keuangan yang dihasilkan dari *intellectual capital* perusahaan perbankan mampu mendorong peningkatan investasi yang akan dilakukan investor. Penelitian ini mengonfirmasi peran *resource-based theory* yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki *intellectual capital* yang unggul akan memberikan keuntungan positif terhadap perusahaan melalui peningkatan terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan perbankan.

## SIMPULAN

*Intellectual capital* perusahaan perbankan berupa sumber daya manusia yang berpengetahuan luas, aset yang menunjang kegiatan operasional, sistem organisasi, tingkat keamana yang tinggi serta teknologi bank yang mampu memberikan keunggulan kompetitif yang akan mendukung proses operasi perusahaan. Adanya *intellectual capital* yang unggul dalam perusahaan perbankan dapat menjadi aspek yang berperan penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, adanya *intellectual capital* juga mendorong peningkatan penjualan perbankan sehingga merefleksikan tingkat kinerja keuangan yang positif.

Reputasi perusahaan dan kinerja keuangan yang baik mampu menggambarkan *image* perusahaan, risiko pasar yang rendah dan produk bank yang berkualitas yang tercermin melalui angka penjualan yang meningkat yang dilihat melalui penjualan tabungan, kredit, depositi dan giro. Selain itu, adanya reputasi perusahaan dan kinerja keuangan yang meningkat mampu merefleksikan tingkat *return* yang menjanjikan sehingga membuat investor tertarik untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan yang pada akhirnya akan membuat nilai perusahaan meningkat.

*Intellectual capital* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh *intellectual capital* dalam perusahaan perbankan belum cukup kuat untuk menjamin kemampuan perusahaan perbankan secara keseluruhan, sehingga belum dapat menjadi dasar bagi investor dalam melakukan investasi. Perusahaan perbankan perlu memperhatikan aspek lain yang mampu mencerminkan kesuksesan dan tingkat *return* yang akan diterima sehingga membangun kepercayaan investor untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan. Dengan demikian, pendayagunaan *intellectual capital* yang efektif dan efisien belum memberikan dampak yang kuat terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Reputasi perusahaan dan kinerja keuangan dapat memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena *intellectual capital* perusahaan perbankan yang dilihat melalui sumber daya manusia yang berpengetahuan luas, aset yang dapat menunjang kegiatan operasional, struktur organisasi yang baik, tingkat keamanan bank yang tinggi dan teknologi perbankan yang mempermudah *customer* dalam bertransaksi membuat perusahaan memiliki *image* yang membangun reputasi yang baik. Selain itu, hasil dari kinerja *intellectual capital* perusahaan mampu memberikan kenaikan terhadap tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan yang membuat angka kinerja keuangan yang terus meningkat, menggambarkan kesuksesan perusahaan. Dengan demikian, reputasi perusahaan dan kinerja keuangan mampu memotivasi investor untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan sehingga membuat nilai perusahaan ikut meningkat.

Penelitian ini memberikan implikasi teoretis memperkuat teori berbasis sumber daya atau *resource based theory* yang dinyatakan oleh Wernerfelt (1984) dan

kemudian dikembangkan oleh Barney (1991). Teori ini dikembangkan dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai *intellectual capital* perusahaan perbankan yang mampu mendukung operasional perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan perbankan apabila dikelola dan dimanfaatkan dengan baik akan memberikan keunggulan kompetitif yang unik bagi perusahaan sehingga sulit untuk ditiru oleh pesaing.

Penelitian ini juga mendukung *signalling theory* yang pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) bahwa perusahaan perlu memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Teori ini dikembangkan dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang dimiliki perusahaan perbankan dapat menjadi aspek yang mampu memotivasi investor untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang meningkat dapat tercermin melalui pertumbuhan penjualan perusahaan perbankan. Kinerja keuangan yang meningkat mampu merefleksikan kemakmuran dan tingkat *return* yang akan diterima investor menjanjikan.

Implikasi praktis penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan informasi bagi investor untuk lebih memperhatikan sumber daya *intellectual capital*, reputasi perusahaan, kinerja keuangan, serta nilai perusahaan sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan investasi pada perusahaan perbankan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi perusahaan perbankan yang berorientasi terhadap layanan jasa untuk lebih mengelola dan mengembangkan *intellectual capital* seperti sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan luas, aset perusahaan yang menunjang kegiatan operasional, teknologi bank berupa *mobile banking*, *internet banking*, mesin ATM, serta tingkat keamanan yang tinggi sehingga dapat membentuk *image* dan reputasi perusahaan yang baik. Selain itu, *intellectual capital* dalam perusahaan perbankan juga dapat mendorong peningkatan terhadap kinerja keuangan yang tercermin melalui pertumbuhan penjualan yang dilihat melalui penjualan buku tabungan, kredit, deposito, dan giro sehingga merefleksikan tingkat *return* yang tinggi yang membuat investor tertarik untuk menanamkan modal dalam perusahaan dan pada akhirnya membuat nilai perusahaan meningkat.

Penelitian ini dapat memberikan implikasi kepada regulator sehingga dapat menekankan pentingnya penerapan *intellectual capital* dalam perusahaan perbankan yang berbasis pada layanan jasa guna untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui reputasi perusahaan dan kinerja keuangan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang sekaligus dapat menjadi arah bagi penelitian selanjutnya, yaitu: sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini hanya berasal dari perusahaan sektor keuangan yaitu. Selain itu, penelitian ini *intellectual capital* secara keseluruhan sehingga tidak dapat mengetahui komponen dari *intellectual capital* yang memiliki peran penting dalam penciptaan nilai perusahaan. Untuk mengembangkan penelitian berdasarkan

keterbatasan penelitian ini, penelitian di masa yang akan datang disarankan untuk menggunakan sampel di luar sektor keuangan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia, sehingga temuan terkait pengelolaan *intellectual capital* dapat digeneralisasikan secara menyeluruh. Selanjutnya, disarankan pada penelitian di masa yang akan datang untuk dapat menguraikan komponen *intellectual capital* seperti *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed* untuk lebih menganalisis secara lebih lanjut dalam mencapai tujuan perusahaan sehingga memaksimalkan nilai perusahaan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Alawiah, K. (2022). Analisis kinerja keuangan sebelum dan masa pandemi covid-19 pada perusahaan penerbangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal Of Maof Management*, 17(1), 99-120.  
<https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bontis, N. (1998). *Intellectual capital: An Exploratory Study That Develops Measures and Models*. *Management Decision*, 36(2), 63-76.  
<https://doi.org/10.1108/00251749810204142>
- Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2006). *Corporate Reputation: The Definitional Landscape* *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.  
<https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550012>
- Chen Goh, P. (2005). Intellectual capital performance of commercial banks in Malaysia. *Journal of intellectual capital*, 6(3), 385-396.
- Devine, I., & Halpern, P. (2001). Implicit Claims: The Role of Corporate Reputation in Value Creation. *Corporate Reputation Review*, 4(1), 42-49.  
<http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540131>
- Ghosh, K. (2016). Corporate Reputation, Social Performance, and Organizational Variability in an Emerging Country Perspective. *Journal of Management & Organization*, 23(04), 545-565. <http://dx.doi.org/10.1017/jmo.2016.25>
- Himawan, H. M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Go Public PADA BEI Periode 2016-2018. *Jurnal Imliah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(1).
- Iryansyah, M. R., Marjuni, S., & Suriani, S. (2020). Penerapan Budaya TIPCE (Trust, Integrity, Professionalism, Customer Service, Excellence) dan Komitmen dalam Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sidrap. *Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 34-41.

- Jao, R., Hamzah, D., Laba, A. R., & Mediaty, M. (2020). Financial Performance, Reputation, and Firm Value: Empirical Evidence of Non-financial Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10(1), 117– 124. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v10-i1/7007>
- Kansil, L. A., Van Rate, P., & Tulung, J. E. (2021). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai perusahaan Perbankan Yang Terdaftar pada BEI Periode 2015-2019. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- 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)).
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. (2016). Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar pada BEI Pada Tahun 2010-2014. *Journal Of Accounting*, 2(2).
- Mohsen, I., Moeinaddin, M. S., Nasim, S., & Heyrani, F. (2014). The Effect of *Intellectual capital* on Cost of Finance and Firm Value. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance, and Management Sciences*, 4(2), 1-8.
- Nofrianti, A. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance pada Reputasi perusahaan (Studi pada Perbankan di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Nisa, F. N., & Kurniasari. D. (2017). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reputasi dan Kinerja keuangan pada setiap perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 8(2), 33–55.
- Nwamaka, O. C., & Ezeabasili, P. (2017). Effect of Dividend Policies on Firm Value: Evidence from Quoted Firms in Nigeria. *International Journal of Management Excellence*, 8(2), 956. <https://doi.org/10.17722/ijme.v8i2.290>
- Putera, A. P. (2020). Prinsip Kepercayaan sebagai Fondasi Utama Kegiatan Perbankan. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 3(1), 128-139.
- Pulic, A. (1998). Measuring the Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economy. In *2nd McMaster World Congress on Measuring and Managing Intellectual capital by the Austrian Team for Intellectual Potential*. 1-20.

- Pulic, A. (2004), "Intellectual capital – Does It Create or Destroy Value?", *Measuring Business Excellence*, 8(1), 62-68.
- Soetedjo, H. S., & Mursida, S. (2014). Pengaruh *Intellectual capital* Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan yang bersektorkan perbankan. *Jurnal SNA 17 Mataram, Lombok*. [www.multiparadigma.lecture.ub.ac.id](http://www.multiparadigma.lecture.ub.ac.id)
- Setyawan, O. E., & Lutfi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Dan Kepuasan Nasabah dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah Pada Penggunaan Mobile Banking Di Pt Bank XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i3.4972>
- Sukirni, D. (2012). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Instutisional, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang Analisis Terhadap Nilai perusahaan. *Accounting Analysis Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.15294/aaj.v1i2.703>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Ulfa, Z., & Prasetyo, K. (2018). The effect of intellectual capital and revenue growth on firm value. In *Proceedings of the Journal of Contemporary Accounting and Economics Symposium 2018, Jcae* (pp. 860-866).
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(2), 141-156
- Yulianti, I., & Enas, I. S. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai perusahaan (Suatu Studi pada PT. Bank BNI yang terdaftar pada BEI periode 2008-2017). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(2), 60-70.