

ANALISIS *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA  
PERUSAHAAN SEKTOR TEKNOLOGI  
**DI BURSA EFEK INDONESIA**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen*



**Oleh:**

**NAMA : IZMI ADINDA PUTRI**  
**NPM : 2205160058**  
**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**  
**KONSENTRASI : KEUANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2026**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238



**PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR**

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 02 April 2026, pukul 09.00 WIB, sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

**MEMUTUSKAN**

Nama : IZMI ADINDA PUTRI  
NPM : 2205160058  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN  
Judul Tugas Akhir : ANALISIS INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN SEKTOR TEKNOLOGI DI BURSA EFEK INDONESIA

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

**TIM PENGUJI**

Penguji I

Dr. RADIMAN, S.E., M.Si

Penguji II

IRMA CHRISTIANA, SE. M.M

**Pembimbing**

ARIF PRATAMA MARPAUNG, SE. M.M

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Dr. RADIMAN, S.E., M.Si

Sekretaris



Assoc. Prof. Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini disusun oleh :

Nama : IZMI ADINDA PUTRI  
N.P.M : 2205160058  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : KEUANGAN  
Judul Tugas Akhir : ANALISIS *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN SEKTOR TEKNOLOGI DI BURSA EFEK INDONESIA.

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan tugas akhir.

Medan, 09 Maret 2026

Pembimbing Tugas Akhir

ARIF PRATAMA MARPAUNG, S.E., M.M.

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

AGUS SANI, S.E., M.Sc.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. RADIMAN, S.E., M.Si.



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238**

**BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Jama Mahasiswa : Izmi Adinda Putri  
NPM : 2205160058  
Dosen Pembimbing : Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M.  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Keuangan  
Judul Penelitian : Analisis *Intellectual Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	04	14/26 01	
Bab 2	Jawaban keff	14/26 01	
Bab 3	parabani uji asumsi kelas 2	14/26 01	
Bab 4	Jawaban keff pada perusahaan	20/26 02	
Bab 5	Sudah sesuai	20/26 02	
Daftar Pustaka	Referensi daya APA 7	20/26 02	
Disetujui oleh: Ketua Program Studi	Disetujui untuk sidang meza Hijau	09/26 03	

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Medan, 09 Maret 2026  
Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing

Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

**PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

أشهد أن لا إله إلا الله محمد رسول الله

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

**Nama** : Izmi Adinda Putri  
**N.P.M** : 2205160058  
**Program Studi** : Manajemen  
**Konsentrasi** : Keuangan

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul "*Analisis Intellectual Capital terhadap Firm Value pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia.*" adalah bersifat asli (original), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

**Yang Menyatakan**



**Izmi Adinda Putri**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

## ABSTRAK

### ANALISIS *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN SEKTOR TEKNOLOGI DI BURSA EFEK INDONESIA

Izmi Adinda Putri  
2205160058

Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238  
Email : [izmiadinda@gmail.com](mailto:izmiadinda@gmail.com)

Perkembangan sektor teknologi yang semakin pesat menuntut perusahaan untuk mampu mengelola aset tidak berwujud secara optimal guna meningkatkan *firm value*. Salah satu aset tidak berwujud yang dinilai penting adalah *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital*. Pengelolaan *intellectual capital* yang baik diharapkan mampu meningkatkan kinerja perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan *firm value*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol seperti *earning per share* (EPS), *leverage* (DAR), dan *firm size*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 20 perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, variabel kontrol yang terdiri dari *earning per share* (EPS), *leverage* (DAR), dan *firm size* juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia.

**Kata Kunci :** *Human Capital, Innovation Capital, Customer Capital, Process Capital, Firm Value.*

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF INTELLECTUAL CAPITAL ON FIRM VALUE IN TECHNOLOGY SECTOR COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE**

**Izmi Adinda Putri**  
**2205160058**

*Management Study Program*  
*Faculty of Economics and Business*  
*Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*  
*Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Postal Code 20238*  
*Email : [izmiadinda@gmail.com](mailto:izmiadinda@gmail.com)*

*The rapid development of the technology sector requires companies to manage intangible assets optimally in order to increase firm value. One of the important intangible assets is intellectual capital, which consists of human capital, innovation capital, customer capital, and process capital. Proper management of intellectual capital is expected to improve company performance and ultimately increase firm value. This study aims to analyze the effect of intellectual capital on firm value in technology sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. In addition, this study also uses control variables such as earning per share (EPS), leverage (DAR), and firm size. This study uses a descriptive research design with a quantitative approach. The population in this study consists of all technology sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sample in this study includes 20 technology sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The data used in this research are secondary data obtained from the companies' financial statements and annual reports. The data analysis technique used is panel data regression with the assistance of EViews software to test the proposed hypotheses. The results of the study indicate that human capital, innovation capital, customer capital, and process capital do not have a significant effect on firm value in technology sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. In addition, the control variables consisting of earning per share (EPS), leverage (DAR), and firm size also do not show a significant effect on firm value in technology sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange.*

**Keywords :** *Human Capital, Innovation Capital, Customer Capital, Process Capital, Firm Value.*

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum warahmatullahi wabaruktuh,*

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kesehatan dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua diberikan keberkahan, kesehatan, dan keselamatan dimanapun kita semua berada.

Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “**Analisis Intellectual Capital Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia**” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayahanda Alm. Rahmad dan Ibunda Sudiasih selaku Orang Tua Kandung penulis yang selalu memberikan dukungan motivasi tiada henti, kasih sayang dan semangat yang tulus, serta doa restu dan nasehat yang tiada habisnya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agussani., M,Ap selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Radiman., S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Hasrudy Tanjung., SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan selaku Pembimbing Akademik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan arahan dan masukan yang sangat berguna bagi penulis dalam proses perkuliahan.
5. Bapak Muhammad Shareza Hafiz., SE., M. Acc., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Agus Sani., S.E., M.Sc selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Arif Pratama Marpaung., SE. M.M selaku Sekretaris Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berguna bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Seluruh Staff/Pegawai Biro Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Kakak Eka Lestari dan Kakak Sri Hastuti selaku saudari kandung penulis atas doa, dukungan, dan motivasi yang diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
11. Teman-teman terbaik penulis selama masa perkuliahan yang telah memberikan dukungan, bantuan, semangat, serta kebersamaan yang penuh cerita dan kenangan indah, sehingga perjalanan akademik penulis terasa

lebih ringan dan bermakna hingga terselesaikannya tugas akhir ini.

12. Fatiyatun Nashihah Burhanan selaku sahabat terbaik penulis yang selalu hadir sebagai pendengar setia dalam setiap keluh kesah, serta memberikan semangat dan motivasi selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini selesai.

13. Terima kasih kepada Dwiki Antala Rikza yang senantiasa setia mendampingi penulis, memberikan doa, dukungan, perhatian, serta semangat dengan penuh ketulusan dalam setiap proses perkuliahan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum terlalu sempurna dan masih terdapat kekurangan, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

***Wassalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh***

Medan, Maret 2026

Penulis

Izmi Adinda Putri

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	15
1.3 Batasan Masalah.....	15
1.4 Rumusan Masalah .....	16
1.5 Tujuan Penelitian .....	17
1.6 Manfaat Penelitian .....	17
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA</b> .....	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 <i>Grand Theory</i> .....	20
2.1.2 <i>Firm Value</i> .....	23
2.1.2.1 Definisi <i>Firm Value</i> .....	23
2.1.2.2 Tujuan <i>Firm Value</i> .....	24
2.1.2.3 Pengukuran <i>Firm Value</i> .....	25
2.1.3 <i>Human Capital</i> .....	26
2.1.3.1 Definisi <i>Human Capital</i> .....	26
2.1.3.2 Tujuan <i>Human Capital</i> .....	27
2.1.3.3 Pengukuran <i>Human Capital</i> .....	28
2.1.4 <i>Innovation Capital</i> .....	28
2.1.4.1 Definisi <i>Innovation Capital</i> .....	28
2.1.4.2 Tujuan <i>Innovation Capital</i> .....	29
2.1.4.3 Pengukuran <i>Innovation Capital</i> .....	30
2.1.5 <i>Customer Capital</i> .....	31
2.1.5.1 Definisi <i>Customer Capital</i> .....	31

2.1.5.2 Tujuan <i>Customer Capital</i> .....	32
2.1.5.3 Pengukuran <i>Customer Capital</i> .....	33
2.1.6 <i>Process Capital</i> .....	34
2.1.6.1 Definisi <i>Process Capital</i> .....	34
2.1.6.2 Tujuan <i>Process Capital</i> .....	35
2.1.6.3 Pengukuran <i>Process Capital</i> .....	35
2.1.7 Variabel Kontrol .....	36
2.1.7.1 Definisi Variabel Kontrol .....	36
2.1.7.2 Tujuan Variabel Kontrol .....	38
2.1.7.3 Pengukuran Variabel Kontrol.....	39
2.2 Kerangka Berpikir Konseptual.....	41
2.2.1 Pengaruh <i>Human Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i> .....	41
2.2.2 Pengaruh <i>Innovation Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i> .....	42
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i> .....	44
2.2.4 Pengaruh <i>Process Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i> .....	45
2.3 Hipotesis.....	47
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Definisi Operasional .....	48
3.2.1 Variabel <i>Dependen</i> .....	49
3.2.2 Variabel <i>Independen</i> .....	49
3.2.3 Variabel Kontrol .....	52
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	55
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	55
3.4.1 Populasi.....	55
3.4.2 Sampel .....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.6 Teknik Analisis Data.....	58
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif .....	58
3.6.2 Analisis Regresi Data Panel.....	59
3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	60
3.6.2.2 Pemilihan Model Estimasi Data Panel .....	63

<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN</b> .....	67
4.1 Analisis Data .....	67
4.1.1 Deskripsi Data .....	68
4.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.1.2.1 Uji Multikolinearitas .....	71
4.1.3 Pengujian Model .....	72
4.1.3.1 Uji Chow .....	72
4.1.3.2 Uji Hausman.....	73
4.1.3.3 Uji Langrange Multiplier.....	74
4.2 Pengujian Hipotesis.....	75
4.2.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T) .....	76
4.3 Pembahasan.....	79
4.3.1 Pengaruh <i>Human Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i> .....	79
4.3.2 Pengaruh <i>Innovation Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i> .....	81
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i> .....	83
4.3.4 Pengaruh <i>Process Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i> .....	86
4.4 Variabel Kontrol.....	88
<b>BAB 5 PENUTUP</b> .....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran.....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	94
<b>LAMPIRAN</b> .....	101

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Variabel Operasional.....	54
Tabel 3.3 Rencana Penelitian dan Tabel Penelitian .....	55
Tabel 3.4 Sampel.....	57
Tabel 4.1 Proses Pengambilan Sampel .....	67
Tabel 4.1.1 Deskripsi Data.....	68
Tabel 4.1.2.1 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.1.3.1 Hasil Uji Chow.....	73
Tabel 4.1.3.2 Hasil Uji Hausman .....	74
Tabel 4.1.3.3 Hasil Uji Langrange Multiplier .....	75
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	47
--------------------------------------	----

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital yang semakin maju, sektor teknologi telah menjadi tulang punggung transformasi ekonomi global dan domestik. Perusahaan teknologi tidak lagi berperan hanya sebagai penyedia perangkat lunak atau hardware, namun juga sebagai ekosistem inovasi yang membentuk cara kita berinteraksi, bertransaksi, bekerja, hingga mengonsumsi informasi. Di Indonesia, peningkatan penetrasi internet, adopsi layanan digital, serta dukungan pemerintah terhadap pengembangan ekonomi digital telah menciptakan peluang besar bagi perusahaan teknologi untuk tumbuh secara pesat. Indonesia bahkan menjadi salah satu negara tujuan investasi digital terbesar di ASEAN, mengungguli Vietnam dan Malaysia (Indonesia.go.id, 2024). Pemerintah juga menargetkan percepatan transformasi digital melalui proyek infrastruktur teknologi, seperti pengembangan jaringan pita lebar dan adopsi 5G, guna meningkatkan daya saing Indonesia di era global (Komdigi.go.id, 2025).

Namun, pertumbuhan pesat tersebut tidak terlepas dari tantangan. Meskipun banyak perusahaan teknologi mampu mencatatkan peningkatan pendapatan, tetapi sebagian di antaranya masih menghadapi fluktuasi laba bahkan kerugian (Rahmawati, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan teknologi tidak hanya ditentukan oleh faktor finansial, tetapi juga sejauh mana perusahaan mampu mengelola kompetensi perusahaan untuk menciptakan *firm value*

yang berkelanjutan. *Firm value* menjadi konsep yang sangat penting karena *firm value* mencerminkan bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Catur Fatchu Ukhriyawati dan Riani Dewi, 2019). Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya menjadi faktor krusial yang dapat menentukan tinggi rendahnya *firm value*.

Teori Berbasis Sumber Daya (*Resource Based Theory*) merupakan salah satu pendekatan penting dalam manajemen strategi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan sumber daya utama perusahaan dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif serta meningkatkan *firm value* (Utami dan Alamanos, 2023). Teori ini berasumsi bahwa perusahaan mampu mencapai serta mempertahankan keunggulan kompetitif apabila mampu memiliki, mengelola, dan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya secara efektif (Dewi dan Dewi, 2020). Sumber daya tersebut mencakup aset berwujud maupun aset tidak berwujud, yang telah dikembangkan dan digunakan oleh perusahaan. Kombinasi antara aset berwujud dan aset tidak berwujud berperan penting dalam membentuk strategi perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja serta *firm value* (Dewi dan Dewi, 2020). Dengan menerapkan pendekatan *Resource Based Theory* secara optimal, perusahaan berpotensi memiliki *firm value* yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya.

*Firm value* merupakan kondisi menyeluruh dari suatu perusahaan yang tercermin dari tingkat kepercayaan publik terhadap perusahaan

sejak berdiri hingga saat ini. *Firm value* menjadi indikator penting dalam menilai kinerja perusahaan (Cheng dan Huang, 2021). Menurut Setianto (2020), *firm value* dapat diukur melalui berbagai faktor, salah satunya adalah harga saham. Ketika harga saham meningkat, hal tersebut mencerminkan bahwa *firm value* perusahaan juga tinggi (Wijaya, Tania dan Cahyadi, 2021), yang pada akhirnya dapat memperkuat kepercayaan investor. *Firm value* menggambarkan persepsi investor terhadap perusahaan, di mana kenaikan harga saham menandakan peningkatan kekayaan pemegang saham (Setianto, 2020). Bagi perusahaan yang telah *go public*, perubahan *firm value* menjadi aspek penting yang diperhatikan calon investor dalam menentukan keputusan investasi (Miranda et al., 2025). Bagi investor, hal yang paling penting adalah melihat kemampuan perusahaan untuk bertahan dan berkembang dengan baik, karena hal tersebut menjadi salah satu faktor utama yang menarik dalam pengambilan keputusan investasi (Marpaung et al., 2022). Peningkatan *firm value* secara signifikan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kinerja dan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang (Miranda et al., 2025).

Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba atau profit, karena peningkatan laba akan berpengaruh langsung terhadap peningkatan *firm value* (Hergianti & Retnani, 2020). Upaya untuk meningkatkan *firm value* merupakan bentuk tanggung jawab yang harus dijalankan oleh pemilik perusahaan. *Firm value* yang tinggi menjadi harapan utama para pemegang saham, karena tingkat kemakmuran

mereka dapat tercermin dari tingginya *firm value* (Hergianti & Retnani, 2020). Selain itu, peningkatan *firm value* juga dapat memperkuat kepercayaan publik terhadap perusahaan, karena tidak hanya mencerminkan kinerja saat ini tetapi juga menunjukkan prospek positif di masa mendatang (Hergianti & Retnani, 2020). *Firm value* dipengaruhi oleh *intellectual capital*, yaitu aset tidak berwujud perusahaan yang diukur melalui *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital* (Agustina dan Sukartha, 2025; Gustina, 2019; Marpaung et al., 2022; Savila dan Chariri, 2025). Pengelolaan *intellectual capital* yang optimal dapat meningkatkan kepercayaan investor serta mencerminkan prospek positif perusahaan di masa mendatang.

*Intellectual capital* atau modal intelektual merupakan aset tidak berwujud yang berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan (Aulia dan Mustikawati, 2018). Modal ini bersifat unik dan menjadi karakteristik khas perusahaan, sehingga sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain. Keberadaan *intellectual capital* dalam perusahaan mendorong penggunaan sumber daya secara lebih efisien dan ekonomis, serta memungkinkan perusahaan mengoptimalkan aset yang dimilikinya. Dengan pengelolaan *intellectual capital* yang baik, perusahaan mampu menghasilkan produk yang unggul dalam persaingan, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya meningkatkan produktivitas perusahaan (Nurjannah, 2020). Dalam penelitian ini, *intellectual capital* diukur melalui beberapa komponen, yaitu *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital*. Keempat komponen

tersebut merupakan sumber daya berbasis pengetahuan yang apabila dikelola secara optimal dapat mendukung pencapaian keunggulan kompetitif serta meningkatkan kinerja dan *firm value*.

Salah satu komponen yang mempengaruhi *firm value* adalah *human capital*. *Human capital* merupakan salah satu bentuk aset tidak berwujud yang berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Nugroho dan Dewi, 2023). Informasi mengenai *human capital* sangat dibutuhkan oleh investor karena dapat mencerminkan potensi dan tingkat keberhasilan perusahaan di masa depan (Yulinda et al., 2020). *Human capital* mencakup pengetahuan, keterampilan, serta kompetensi yang dimiliki oleh individu dalam organisasi, yang menjadi dasar kemampuan perusahaan dalam mengambil keputusan secara efektif (Mulyaningtyas, 2016). Selain itu, *human capital* juga menggambarkan kapasitas kolektif perusahaan dalam menciptakan solusi terbaik melalui pemanfaatan pengetahuan karyawan. Nilai *human capital* akan meningkat apabila perusahaan mampu mengoptimalkan dan mengembangkan kemampuan sumber daya karyawannya (Ivan, M.P. Brata dan Nur Wening, 2023).

Dalam perusahaan berbasis teknologi, *human capital* memiliki peran yang sangat strategis karena sektor ini bergantung pada kualitas tenaga kerja yang menguasai pengetahuan dan mampu berinovasi. Semakin baik kualitas *human capital*, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk dan layanan yang bernilai tambah serta memperkuat daya saing di pasar. Oleh sebab itu, pengelolaan

*human capital* yang optimal diyakini dapat memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan *firm value*. Namun, masih banyak pimpinan perusahaan yang belum sepenuhnya menyadari bahwa keuntungan perusahaan sebagian besar bersumber dari *human capital*, karena aktivitas bisnis sering kali hanya dipandang dari sisi operasional dan keuangan semata.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini terdapat adanya pengaruh antara *human capital* terhadap *firm value*. Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa *human capital* berperan dalam meningkatkan *firm value*. Beberapa temuan penelitian yang menunjukkan hasil yang konsisten diperoleh dari penelitian Sisodia et al., (2021), Raimo dan Rubino, (2020), serta Cheng dan Huang, (2021), yang mengungkapkan bahwa *human capital* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hal ini menunjukkan bahwa *human capital* berfungsi sebagai komponen penting dalam meningkatkan produktivitas perusahaan dan mendukung pelaksanaan strategi bisnis yang efektif (Nugroho dan Dewi, 2023). Sisodia et al., (2021) juga menambahkan bahwa perusahaan dengan tingkat *human capital* yang lebih tinggi cenderung memiliki *firm value* yang lebih besar.

Namun, hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laura et al., (2025) dan Saragih (2017), yang menunjukkan bahwa *human capital* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Kondisi ini dapat disebabkan karena komponen *human capital*, seperti pelatihan, pengembangan karyawan, dan pemberian gaji,

membutuhkan biaya yang cukup besar, sementara hasilnya belum tentu secara langsung meningkatkan *firm value*. Dengan demikian, meskipun banyak penelitian yang menemukan bahwa *human capital* berpengaruh positif terhadap peningkatan *firm value*, terdapat pula hasil yang berlawanan yang menunjukkan adanya pengaruh negatif. Hal ini menandakan bahwa efektivitas pengelolaan *human capital* dalam mendorong peningkatan *firm value* sangat bergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola dan memaksimalkan investasi tersebut agar memberikan nilai ekonomi yang berkelanjutan.

Selanjutnya komponen lain yang memengaruhi *firm value* adalah *innovation capital*. *Innovation capital* merupakan peran penting sebagai elemen utama dalam menghadapi persaingan industri dan menjadi kekuatan strategis bagi perusahaan dalam mempertahankan posisinya di pasar (Akyunina dan Kurnia, 2021). *Innovation capital* berkontribusi terhadap pengembangan perusahaan serta peningkatan keunggulan kompetitif (Megayanti et al., 2024). Selain itu, *innovation capital* juga berperan dalam mendorong peningkatan pendapatan, profitabilitas, dan nilai ekonomi perusahaan (Mensah et al., 2021). Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat dan perkembangan industri yang cepat, perusahaan perlu terus beradaptasi dengan perubahan, terutama di era revolusi industri. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu bertindak kreatif dan inovatif agar tetap bertahan dalam persaingan. *Innovation capital* dapat diartikan sebagai upaya untuk memperkenalkan produk atau layanan baru, maupun melakukan penyempurnaan yang signifikan

terhadap produk atau layanan yang sudah ada (Amin Kuncoro, 2024). Konsistensi dalam melakukan *Innovation capital* dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya, karena perusahaan yang inovatif umumnya mendapat respon positif dari investor dan hal tersebut dapat berdampak pada peningkatan *firm value* (Akyunina dan Kurnia, 2021).

Peningkatan laba perusahaan mencerminkan prospek yang baik di masa depan dan biasanya mendapat tanggapan positif dari investor. Tanggapan positif tersebut mendorong naiknya harga saham yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan *firm value* (Yudhianie dan Muslim, 2023). Perusahaan dengan tingkat *innovation capital* yang tinggi memiliki kemampuan untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar, memperkuat daya saing, serta meningkatkan *firm value* melalui penciptaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Akyunina dan Kurnia, (2021) menunjukkan bahwa *innovation capital* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hal ini sejalan dengan temuan Rofida, (2023) yang menyatakan bahwa semakin tinggi *innovation capital*, maka semakin besar pula peningkatan *firm value*. Hal ini karena *innovation* dianggap sebagai bentuk investasi jangka panjang yang bertujuan untuk menciptakan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan, sehingga mampu berkontribusi pada peningkatan *firm value* secara keseluruhan (Nugroho dan Dewi, 2023).

Sebaliknya, hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahrir et al., (2019), yang menyatakan bahwa

*innovation capital* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Hal tersebut disebabkan oleh rendahnya perhatian dan minat perusahaan terhadap kegiatan *innovation* karena tingginya biaya riset dan pengembangan. Selain itu, proses riset dan pengembangan memerlukan waktu yang panjang serta sering kali dihadapkan pada keterbatasan dalam perlindungan hasil *innovation* perusahaan. Pengelolaan *innovation capital* yang baik tidak hanya dapat memperkuat posisi kompetitif perusahaan, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan *firm value* secara berkelanjutan.

Selain *human capital* dan *innovation capital*, komponen lain yang turut memengaruhi *firm value* adalah *customer capital*. *Customer capital* merupakan elemen penting dalam upaya perusahaan untuk meningkatkan *firm value*. *Customer capital* menggambarkan hubungan yang baik dan berkelanjutan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan eksternal, seperti pemasok yang berkualitas, pelanggan yang loyal dan puas terhadap pelayanan, hubungan perusahaan dengan pemerintah, serta hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar. Nilai dari *customer capital* muncul dari berbagai faktor eksternal yang memberikan kontribusi terhadap peningkatan *firm value* (Tiong, 2021). *Customer capital* juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam mengenali kebutuhan dan keinginan pasar, sehingga mampu membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak eksternal (Anderson & Asyik, 2021). Semakin kuat dan harmonis hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan mitranya, maka semakin besar pula peluang

perusahaan untuk memperoleh peningkatan laba (Lukas et al., 2018). Tanpa adanya *customer capital*, perusahaan sulit mencapai kinerja dan nilai pasar yang optimal, karena *customer capital* merupakan fondasi utama dalam mendukung keberhasilan perusahaan (Halim, 2021).

*Customer capital* yang mencakup indikator kepuasan, loyalitas pelanggan, serta jaringan bisnis terbukti berpengaruh terhadap peningkatan *firm value*. Penelitian yang dilakukan oleh Luthfi dan Andini, (2019) menunjukkan bahwa *customer capital* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Temuan ini juga diperkuat oleh hasil penelitian Tiong, (2021) serta Puspita dan Wahyudi, (2021), yang menunjukkan bahwa *customer capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *firm value*. Berdasarkan hasil beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *customer capital*, semakin besar pula kontribusinya terhadap peningkatan *firm value*. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyowati, (2021) yang menemukan bahwa *customer capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hal tersebut terjadi karena loyalitas pelanggan cenderung mudah berubah akibat adanya pilihan produk lain atau harga yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, membangun *customer capital* yang kuat sangat penting agar perusahaan dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan *firm value*.

Komponen terakhir yang memengaruhi *firm value* adalah *process capital*. *Process capital* merupakan elemen penting yang mencerminkan karakteristik utama dari proses bisnis suatu perusahaan (Gustina, 2019). Menurut Gupta dan Raman, (2020), *process capital* berfungsi sebagai aset strategis yang membantu perusahaan dalam mencapai tujuan melalui penerapan strategi, kebijakan, dan aktivitas operasional yang efektif untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. *Process capital* termasuk dalam kategori aset tidak berwujud yang berperan langsung dalam proses produksi, sehingga mampu menghasilkan output bernilai tinggi yang berkontribusi terhadap peningkatan *firm value* (Ramadhani & Agustin, 2021). Komponen *process capital* meliputi sistem seperti perangkat lunak, basis data, teknologi informasi dan komunikasi, serta sarana transportasi yang mendukung operasional perusahaan (Ulum et al., 2023). Selain itu, *process capital* juga mencakup berbagai pengetahuan dan informasi bisnis yang digunakan untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya saing perusahaan (Ikhsandinoto dan Nuzula, 2022).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Ni et al., (2020) menemukan bahwa *process capital* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hal ini disebabkan oleh kemampuan *process capital* dalam membantu perusahaan mengelola kegiatan bisnis secara lebih terstruktur, efisien, dan konsisten. Namun, hasil ini berbeda dengan temuan Agustina dan Sukartha, (2025) yang menyatakan bahwa *process capital* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Tidak adanya pengaruh tersebut

kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik industri, bukan karena ketidakefektifan *process capital* itu sendiri. Oleh karena itu, efektivitas pengelolaan *process capital* dalam meningkatkan *firm value* sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan sistem kerja, memperbaiki prosedur internal, serta memanfaatkan potensi yang dimiliki secara tepat dan berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan *firm value* tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja keuangan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola aset tidak berwujudnya, khususnya *intellectual capital* yang meliputi *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital*. Keempat komponen *intellectual capital* tersebut berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di era ekonomi digital saat ini. Namun demikian, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap *firm value* masih menunjukkan temuan yang beragam dan belum konsisten, terutama pada perusahaan sektor teknologi yang memiliki karakteristik berbasis pengetahuan dan inovasi yang tinggi. Selain itu, masih terdapat fenomena di mana perusahaan teknologi mengalami fluktuasi laba dan *firm value* meskipun mencatatkan pertumbuhan pendapatan yang signifikan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kinerja keuangan saja belum mampu menjelaskan secara utuh pembentukan *firm value*.

Selain itu, ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh *intellectual capital* terhadap *firm value*

belum dapat disimpulkan secara pasti. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih difokuskan pada sektor manufaktur, perbankan, dan sektor lainnya, serta mengkaji *intellectual capital* secara langsung. Kondisi tersebut menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya terkait analisis *intellectual capital* terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan *research gap* tersebut, penelitian ini memiliki *urgensi* untuk dilakukan guna memberikan bukti empiris yang lebih komprehensif mengenai analisis *intellectual capital* terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis *intellectual capital* terhadap *firm value* dengan mengkaji *intellectual capital* secara komprehensif melalui empat komponen utama, yaitu *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya mengkaji *intellectual capital* secara parsial atau berfokus pada sektor manufaktur dan perbankan. Oleh karena itu, Penelitian ini secara khusus menempatkan sektor teknologi sebagai objek penelitian yang memiliki karakteristik berbasis pengetahuan dan inovasi yang tinggi.

Penelitian ini juga melibatkan variabel kontrol berupa *Earning Per Share* (EPS), *leverage* yang diukur dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), dan *Firm Size*, guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif dalam menjelaskan pembentukan *firm value* (Rachmawati, 2015). Menurut

Sutrisno (2012), *Earning Per Share* mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih setelah pajak untuk setiap lembar saham, sehingga semakin tinggi EPS menunjukkan kinerja keuangan yang baik dan dapat meningkatkan harga saham serta *firm value*. Selanjutnya *leverage* yang diukur dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), menunjukkan seberapa besar pendanaan perusahaan berasal dari utang. Penggunaan utang yang efektif dapat meningkatkan *firm value*, namun apabila berlebihan dapat meningkatkan risiko keuangan (Gusti dan Desy, 2015). Terakhir, *Firm Size* yang diukur berdasarkan total aset perusahaan mencerminkan skala, kapasitas finansial, serta kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya secara efisien. Perusahaan dengan total aset besar umumnya memiliki kemampuan lebih baik dalam menghasilkan laba dan menarik kepercayaan investor (Putu Ayu dan Gerianta, 2018). Keberadaan variabel kontrol tersebut menjadi dasar untuk menilai pengaruh indikator keuangan terhadap *firm value*.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengoptimalkan pengelolaan aset tidak berwujud serta bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi di era transformasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan Analisis *Intellectual Capital* Terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi dasar penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan belum sepenuhnya mampu mengoptimalkan *human capital*, sehingga kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan karyawan belum memberikan kontribusi maksimal terhadap peningkatan *firm value*.
2. Kurangnya perhatian perusahaan terhadap *innovation capital*, seperti riset dan pengembangan produk, menghambat terciptanya inovasi yang dapat meningkatkan daya saing dan *firm value*.
3. Hubungan perusahaan dengan pelanggan (*customer capital*) belum sepenuhnya kuat, yang menyebabkan tingkat loyalitas dan kepuasan pelanggan tidak stabil sehingga berdampak pada *firm value*.
4. Pengelolaan *process capital* belum berjalan secara efektif, di mana sistem, prosedur, dan teknologi internal perusahaan belum dimanfaatkan secara optimal untuk menciptakan efisiensi dan nilai tambah bagi perusahaan.

## 1.3 Batasan Masalah

Kemampuan dan keterbatasan dengan waktu yang dimiliki agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus dalam pembahasannya, maka penulis perlu membatasi permasalahannya. Penulis membatasi permasalahan dengan mengangkat isu mengenai Analisis *Intellectual*

*Capital* terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis sejauh mana pengelolaan keempat komponen aset tidak berwujud tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan *firm value*.

Sedangkan objek penelitian, penulis memfokuskan penelitian ini pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2024, dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasikan melalui situs resmi perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Human Capital* berpengaruh terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah *Innovation Capital* berpengaruh terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah *Customer Capital* berpengaruh terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia ?
4. Apakah *Process Capital* berpengaruh terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia ?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang berkaitan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Human Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Innovation Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Process Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

**Teoritis:** Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai konsep *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital*, serta pengaruhnya terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengelolaan aset tidak berwujud dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan di era digital.

**Praktis:** Penelitian ini dapat menjadi pengalaman empiris bagi

peneliti dalam menerapkan teori yang telah dipelajari pada situasi nyata di dunia bisnis, khususnya dalam menganalisis komponen-komponen yang mempengaruhi *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia.

## 2. Bagi Mahasiswa dan Masyarakat

**Teoritis:** Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi tambahan bagi mahasiswa yang mempelajari bidang manajemen keuangan, akuntansi, dan ekonomi bisnis, khususnya terkait dengan pengelolaan aset tidak berwujud dalam meningkatkan *firm value*.

**Praktis:** Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi masyarakat, terutama calon investor, dalam memahami komponen-komponen non-keuangan yang berpengaruh terhadap *firm value*, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

## 3. Bagi Universitas

**Teoritis:** Penelitian ini dapat memperkaya literatur dan referensi ilmiah di lingkungan universitas, khususnya dalam bidang ilmu ekonomi, manajemen, dan akuntansi yang berkaitan dengan pengelolaan aset tidak berwujud dan *firm value*.

**Praktis:** Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan ajar, diskusi akademik, serta referensi untuk penelitian sejenis di masa mendatang yang dilakukan oleh mahasiswa atau dosen di lingkungan universitas.

#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya dan Pihak Lain

**Teoritis:** Penelitian ini dapat menjadi dasar dan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan kajian mengenai Analisis *Intellectual capital* terhadap *firm value*, baik pada sektor industri yang sama maupun berbeda.

**Praktis:** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen perusahaan dan investor dalam mengoptimalkan strategi pengelolaan aset tidak berwujud agar dapat meningkatkan *firm value* secara berkelanjutan.

## BAB 2

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Grand Theory*

*Resource Based Theory* merupakan salah satu pendekatan penting dalam ilmu manajemen yang berperan besar dalam memperluas pembahasan mengenai strategi manajemen perusahaan. Teori ini berpendapat bahwa keunggulan kompetitif perusahaan dapat dicapai apabila perusahaan memiliki dan mampu mengelola sumber daya yang unggul (Solikhah dan Meiranto, 2010). Berdasarkan pandangan *Resource Based Theory*, perusahaan dipandang sebagai kumpulan sumber daya strategis yang bersifat unik, langka, kompleks, saling melengkapi, serta sulit ditiru oleh pesaing. Sumber daya inilah yang menjadi dasar bagi perusahaan untuk mempertahankan dan memperkuat strategi bersaingnya (Dasuki, 2021).

Perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif apabila mampu mengelola serta memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya secara optimal (Fauzia & Amanah, 2016). *Resource Based Theory* juga berasumsi bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai dan dipertahankan jika perusahaan memiliki, menguasai, serta menggunakan sumber dayanya secara efisien dan efektif (Dewi & Dewi, 2020). Berdasarkan pandangan teori ini, perusahaan dapat unggul dalam persaingan dan memperoleh *firm value* yang tinggi dengan memanfaatkan aset-aset strategisnya, baik yang berwujud

maupun tidak berwujud (Fauzia & Amanah, 2016). Kombinasi antara kedua jenis aset tersebut menjadi landasan penting dalam menciptakan strategi potensial yang mampu meningkatkan kinerja perusahaan sekaligus memperkuat *firm value* (Dewi & Dewi, 2020).

Penelitian ini berfokus pada aset tidak berwujud, yang dianggap sebagai aset penting dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan guna mencapai keunggulan kompetitif. Nilai tambah dari aset tak berwujud ini bersifat unik, sulit ditiru oleh pesaing, dan jarang dimiliki oleh perusahaan lain. Aset tidak berwujud tersebut mencakup *Human Capital* (Modal Manusia), merupakan aset yang berkaitan dengan keterampilan, pengetahuan, bakat, kompetensi, serta pengalaman yang dimiliki individu dalam perusahaan. *Innovation Capital* (Modal Inovasi), merupakan sistem terintegrasi yang melibatkan analisis kebutuhan, proses produksi, pemasaran, layanan, dan berbagai aktivitas lainnya. *Customer Capital* (Modal Pelanggan), yang menggambarkan hubungan baik dan jaringan kerja sama yang dimiliki perusahaan dengan para mitra bisnisnya. Terakhir, *Process Capital* (Modal Proses) yang mencerminkan aspek penting dari proses bisnis yang menjadi fondasi operasional perusahaan.

Peran aset tidak berwujud, yang meliputi *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital*, adalah untuk membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hal ini dapat terwujud apabila perusahaan mampu menciptakan nilai yang bermanfaat bagi konsumen, sulit ditiru oleh

pesaing, dan didukung oleh manajemen yang efektif. Dengan demikian, strategi dan keunggulan kompetitif hanya dapat tercapai jika perusahaan secara optimal menerapkan prinsip-prinsip berdasarkan aset tidak berwujud tersebut guna mencapai keunggulan jangka panjang.

Dalam penelitian ini, *Resource Based Theory* tidak hanya digunakan sebagai landasan konseptual (*grand theory*), tetapi juga diaplikasikan sebagai *applied theory* untuk menjelaskan hubungan antara *intellectual capital* dan *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia. Penerapan teori ini menekankan bahwa *intellectual capital* diperlakukan sebagai sumber daya strategis internal yang berperan penting dalam menciptakan *firm value*. *Human capital* berkontribusi melalui kemampuan dan kompetensi sumber daya manusia dalam mendukung inovasi dan pengambilan keputusan strategis. *Innovation capital* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan teknologi dan inovasi yang meningkatkan daya saing. *Customer capital* memperkuat kepercayaan pasar dan loyalitas pelanggan, sementara *process capital* mendukung efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan.

Oleh karena itu, penerapan *Resource Based Theory* sebagai *applied theory* dalam penelitian ini menjelaskan bahwa peningkatan *firm value* tidak hanya ditentukan oleh kinerja keuangan semata, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengoptimalkan *intellectual capital* sebagai sumber daya strategis

yang berkelanjutan, khususnya pada perusahaan sektor teknologi yang berbasis pengetahuan dan inovasi.

## **2.1.2 Firm Value**

### **2.1.2.1 Definisi Firm Value**

*Firm value* (nilai perusahaan) merupakan gambaran mengenai seberapa baik kinerja suatu perusahaan dinilai oleh pasar, yang dapat memberikan panduan bagi investor maupun calon investor dalam mengambil keputusan investasi. Menurut Safiq et al., (2021), *firm value* mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Sementara itu, Fakhrudin dan Hadianto, (2015) menjelaskan bahwa harga saham yang umumnya dijadikan acuan adalah harga penutupan (*closing price*), yaitu harga yang berlaku pada saat saham diperdagangkan di pasar. Perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia berupaya menjaga agar *firm value* tetap baik bahkan meningkat, karena tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik atau para pemegang saham. Oleh karena itu, dalam pengambilan keputusan keuangan yang tepat, manajer keuangan perlu menetapkan tujuan yang jelas dan bersifat normatif, yaitu memaksimalkan *firm value*, sehingga setiap keputusan keuangan yang diambil dapat membantu perusahaan mencapai tujuan tersebut secara optimal (Umi Kalsum, SE, 2021).

*Firm value* dapat dilihat dari harga sahamnya, semakin tinggi harga saham, maka semakin besar pula *firm value* perusahaan

tersebut. *Firm value* yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memiliki kepercayaan terhadap kinerja perusahaan saat ini serta prospeknya di masa depan (Fajriah Alifatul Laili et al., 2022). Sebuah perusahaan dianggap memiliki nilai yang baik apabila kinerjanya juga menunjukkan hasil yang positif (Dewi & Dewi, 2020). *Firm value* mencerminkan nilai saat ini dari pendapatan yang diharapkan di masa mendatang melalui indikator harga saham. Dengan demikian, semakin tinggi *firm value*, semakin besar pula kesediaan investor untuk membayar saham perusahaan tersebut. Nilai tersebut mencerminkan bentuk penghargaan atau apresiasi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan (Kalbuana et al., 2020).

#### **2.1.2.2 Tujuan *Firm Value***

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai komponen yang memengaruhi *firm value*, seperti *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital*. Melalui pemahaman atas keempat komponen tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana pengelolaan sumber daya manusia, kemampuan inovatif, hubungan dengan pelanggan, serta efektivitas proses bisnis mampu meningkatkan *firm value* di pasar modal. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keempat komponen tersebut memiliki peran penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan *firm value* (Kweh et al., 2019). Dengan demikian, pemahaman dan pengelolaan yang baik

terhadap *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital* diharapkan mampu membantu perusahaan dalam mencapai pertumbuhan dan nilai yang berkelanjutan.

### 2.1.2.3 Pengukuran *Firm Value*

*Firm value* mencerminkan kinerja dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan serta menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai prospek bisnis. *Firm value* yang tinggi menunjukkan kemampuan menghasilkan laba dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Selain komponen keuangan, *firm value* juga dipengaruhi oleh komponen non-keuangan seperti *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital*. Menurut Auranisha et al., (2025) cara untuk menilai *firm value* secara lebih terukur adalah dengan menggunakan pendekatan keuangan yang diformulasikan melalui sebagai berikut:

$$Firm Value = \frac{(Market Book Value + Total Hutang)}{Total Aset} \times 100$$

*Market book value* merupakan rasio yang menggambarkan perbandingan antara nilai pasar perusahaan per lembar saham dengan nilai bukunya per lembar saham (Normalisa et al., 2021). Rasio ini berperan sebagai indikator penting untuk menilai sejauh mana perusahaan dapat memanfaatkan peluang investasi yang tersedia. Selain itu, total utang mencerminkan seluruh kewajiban perusahaan terhadap pihak lain, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang muncul akibat transaksi di masa lalu (Rudianto, 2012). Sementara itu, total aset mencakup seluruh kekayaan yang dimiliki

oleh perusahaan atau lembaga keuangan yang digunakan sebagai penunjang dalam menjalankan aktivitas operasionalnya (Aprianiavionita, 2015).

### **2.1.3 *Human Capital***

#### **2.1.3.1 Definisi *Human Capital***

*Human capital* (modal manusia) merupakan salah satu elemen penting yang mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan, karena peran *human capital* sangat menentukan kesuksesan perusahaan. Sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti tenaga kerja atau karyawan dengan tingkat inovasi tinggi, keterampilan, pengetahuan yang luas, serta kemampuan lainnya, menjadi komponen utama dalam mendukung kinerja perusahaan. *Human capital* juga menunjukkan kemampuan karyawan dalam memberikan solusi, berinovasi, serta melakukan perubahan positif dalam lingkungan kerja yang kompetitif (Lubis & Setiawan, 2023). Dengan pengelolaan *human capital* yang optimal, perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keuntungan yang maksimal (H. R. Dewi dan Dewi, 2020).

Menurut Pratama, (2015), pengetahuan yang dimiliki perusahaan merupakan hasil dari perpaduan antara pengetahuan sumber daya manusia, budaya, serta aturan yang ada di dalam perusahaan. Jika dikelola dengan baik, pengetahuan tersebut menjadi aset tidak berwujud yang dapat berkontribusi dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan *firm value*. Pengetahuan tersebut mencerminkan *human capital*, yaitu kombinasi dari keahlian,

pendidikan, penelitian, serta karakter individu dalam kehidupan dan aktivitas bisnis perusahaan (Julita, 2024). Sementara itu, *human capital* sebagai bagian dari aset tidak berwujud yang berkaitan dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki individu dalam perusahaan, yang didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang dibawa oleh pegawai dalam mengelola perusahaan (Julita, 2024), sehingga berpengaruh terhadap *firm value* melalui berbagai elemen penting dalam perusahaan (Saragih, 2017).

### **2.1.3.2 Tujuan *Human Capital***

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *human capital* terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia (Sisodia et al., 2021). Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman karyawan dapat meningkatkan kinerja dan *firm value* (Nugroho & Dewi, 2023). Selain itu, penelitian ini berupaya untuk mendorong perusahaan agar lebih memperhatikan pengembangan dan pengelolaan sumber daya manusia sebagai komponen strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kepercayaan investor (Raimo dan Rubino, 2020). Tujuan lainnya adalah memberikan wawasan bagi manajemen perusahaan tentang pentingnya *human capital* dalam mendukung pertumbuhan *firm value* yang berkelanjutan di era digital (Saragih, 2017).

### 2.1.3.3 Pengukuran *Human Capital*

*Human capital* berperan penting dalam meningkatkan *firm value* karena mencerminkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi karyawan yang menjadi sumber keunggulan perusahaan. *Human capital* yang dikelola secara efektif dapat meningkatkan produktivitas, inovasi, dan kepercayaan investor. Namun, pengelolaan yang kurang optimal dapat menurunkan *firm value*, sehingga manajemen *human capital* yang efisien dan berkelanjutan sangat diperlukan untuk memaksimalkan *firm value*. Menurut Agustina & Sukartha, (2025) cara untuk menilai *human capital* secara lebih terukur adalah dengan menggunakan pendekatan keuangan yang diformulasikan melalui sebagai berikut:

$$\text{Human Capital} = \frac{\text{Revenue}}{\text{Number of Employees}} \times 100$$

*Revenue* merupakan jumlah total pendapatan yang didapat dari suatu usaha. Sedangkan *Number of Employees* adalah jumlah keseluruhan tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki oleh suatu perusahaan pada tahun tertentu.

### 2.1.4 *Innovation Capital*

#### 2.1.4.1 Definisi *Innovation Capital*

*Innovation capital* (modal inovasi) merupakan sistem yang terintegrasi dan mencakup berbagai aspek seperti analisis kebutuhan, proses produksi, pemasaran, layanan, serta aktivitas lainnya yang mendukung operasional perusahaan (Huang, 2023). *Innovation capital*

memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Megayanti et al., 2024). Selain itu, *innovation capital* juga berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan, profitabilitas, serta nilai ekonomi perusahaan (Mensah et al., 2021). Menurut Kong et al., (2023), perusahaan yang mampu melakukan *innovation* secara efektif cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dan posisi pasar yang lebih kuat, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap *firm value*.

*Innovation capital* memiliki hubungan positif dengan *firm value*, sehingga perusahaan akan terus berupaya melakukan *innovation* untuk menghadapi meningkatnya tuntutan bisnis serta menjaga eksistensinya di tengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang secara konsisten berinovasi cenderung memiliki *firm value* yang lebih tinggi. Menurut Anggraini dan Fanani, (2019), semakin besar tingkat *innovation* yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi pula *firm value* yang dapat dicapai.

#### **2.1.4.2 Tujuan *Innovation Capital***

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kemampuan *innovation* perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Indonesia (Akyunina & Kurnia, 2021). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi peran *innovation* dalam pengembangan produk, layanan, dan proses bisnis yang dapat meningkatkan daya saing

perusahaan di pasar digital (Megayanti et al., 2024). Selain itu, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman kepada manajemen perusahaan mengenai pentingnya investasi pada riset dan pengembangan serta pengelolaan sumber daya *innovation* sebagai upaya menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Mensah et al., 2021). Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi investor dan penyedia modal tentang bagaimana tingkat kemampuan *innovation* perusahaan dapat memengaruhi *firm value* secara positif (Rofida, 2023).

#### 2.1.4.3 Pengukuran *Innovation Capital*

*Innovation capital* berperan penting dalam meningkatkan *firm value*, karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk, layanan, dan proses inovatif yang memberikan nilai tambah serta keunggulan kompetitif. *Innovation capital* yang dikelola secara efektif dapat meningkatkan kinerja, profitabilitas, dan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Namun, pengaruhnya tidak selalu positif karena tingginya biaya riset dan pengembangan dapat menjadi kendala. Oleh karena itu, pengelolaan *innovation capital* yang optimal dan berkelanjutan menjadi komponen penting dalam upaya perusahaan untuk meningkatkan *firm value* secara maksimal. Menurut Agustina & Sukartha, (2025) cara untuk menilai *innovation capital* secara lebih terukur adalah dengan menggunakan pendekatan keuangan yang diformulasikan melalui sebagai berikut:

$$\text{Innovation Capital} = \frac{\text{Intangible Asset}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

*Intangible asset* merupakan aset tidak lancar yang bersifat nonfisik namun memberikan manfaat ekonomi serta hak hukum bagi pemiliknya. Dalam laporan keuangan, aset ini tidak dimasukkan secara terpisah ke dalam kategori aset lainnya (Azzuhriyyah & Kurnia, 2023). Sementara itu, Total Aset mencakup seluruh kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan atau lembaga keuangan yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasionalnya (Aprianiavionita, 2015).

## **2.1.5 Customer Capital**

### **2.1.5.1 Definisi Customer Capital**

*Customer capital* (modal pelanggan) merupakan bentuk hubungan yang baik atau jaringan kerja sama yang terjalin antara perusahaan dengan para mitranya (Achriaty & Putri, 2023). *Customer capital* ini dapat terbentuk dari berbagai pihak di luar lingkungan perusahaan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan, seperti pelanggan yang loyal dan puas terhadap layanan, pemasok dengan kualitas tinggi, hubungan yang baik antara perusahaan dan pemerintah, serta interaksi positif dengan masyarakat sekitar (Yuskar dan Dhia, 2014). Semakin kuat hubungan antara pelanggan dan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai *customer capital* yang dapat dicapai (Istikhoroh, 2015).

Perusahaan yang mampu mengelola *customer capital* secara efektif untuk menciptakan nilai tambah atau keuntungan akan lebih mudah memenuhi harapan investor dalam memperoleh keuntungan besar dari investasinya di perusahaan tersebut (Sunto & Petronila,

2022). *Customer capital* juga dapat menjadi daya tarik atau sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan harga saham di pasar serta meningkatkan *firm value* (Sunto & Petronila, 2022). Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan akan tumbuh melalui pengelolaan *customer capital* yang baik, sehingga dapat memperkuat reputasi dan meningkatkan *firm value*. Tanpa adanya *customer capital*, perusahaan sulit mencapai nilai pasar dan kinerja perusahaan yang optimal karena *customer capital* merupakan komponen mendasar dan paling penting dalam aset tak berwujud perusahaan (Halim, 2021).

#### **2.1.5.2 Tujuan *Customer Capital***

Tujuan dari *Customer Capital* dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana hubungan perusahaan dengan pelanggan, pemasok, dan pihak eksternal lainnya dapat memengaruhi peningkatan *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Indonesia (Tiong, 2021). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi peran loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam membangun citra positif perusahaan serta meningkatkan kepercayaan investor (Luthfi dan Andini, 2019). Selain itu, penelitian ini berupaya memberikan wawasan bagi manajemen perusahaan mengenai pentingnya membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang harmonis dengan pelanggan sebagai strategi utama untuk memperkuat posisi kompetitif dan *firm value* di pasar (Puspita dan Wahyudi, 2021).

### 2.1.5.3 Pengukuran *Customer Capital*

*Customer capital* berperan penting dalam meningkatkan *firm value*, karena mencerminkan kualitas hubungan perusahaan dengan pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat. Hubungan yang harmonis dengan pihak eksternal dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat reputasi, serta mendorong pertumbuhan laba perusahaan. *Customer capital* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pasar dan membangun kepercayaan jangka panjang. Namun, pengaruhnya terhadap *firm value* dapat menurun apabila loyalitas pelanggan mudah berpindah ke pesaing. Oleh karena itu, pengelolaan *customer capital* yang efektif dan berkelanjutan diperlukan untuk menjaga kepercayaan serta meningkatkan *firm value* di mata investor. Menurut Yati et al., (2025) cara untuk menilai *customer capital* secara lebih terukur adalah dengan menggunakan pendekatan keuangan yang diformulasikan melalui sebagai berikut:

$$Customer\ Capital = \frac{(Revenue\ Tahun\ Sekarang - Revenue\ Tahun\ Sebelum)}{Revenue\ Tahun\ Sebelum} \times 100$$

*Revenue Tahun Sekarang* adalah total pendapatan yang dihasilkan perusahaan dari aktivitas utamanya pada tahun berjalan, yang mencerminkan tingkat kinerja dan pertumbuhan perusahaan, dan *Revenue Tahun Sebelum* adalah pendapatan yang dihasilkan perusahaan pada tahun akuntansi sebelumnya, yang digunakan untuk membandingkan pertumbuhan dan menilai konsistensi kinerja keuangan perusahaan dari tahun ke tahun.

## 2.1.6 *Process Capital*

### 2.1.6.1 Definisi *Process Capital*

*Process capital* (modal proses) merupakan salah satu karakteristik utama dari proses bisnis yang dimiliki perusahaan (Gustina, 2019). *Process capital* merupakan aset tak berwujud yang berperan penting dalam mendukung proses produksi, yang pada akhirnya mampu menghasilkan output bernilai tinggi dan memberikan dampak positif terhadap *firm value* (Ramadhani & Agustin, 2021). *Process capital* berfokus pada prosedur dan mekanisme internal yang mengatur sistem serta struktur organisasi. Chen et al., (2004) menyatakan bahwa perusahaan dengan *process capital* yang kuat dan efisien akan mampu menciptakan kondisi yang mendukung peningkatan *firm value* serta kepuasan pelanggan. Selain itu, Cheng et al. (2010) berpendapat bahwa untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan, perusahaan perlu meningkatkan *process capital* dan mengembangkan kualitas proses internalnya.

*Process capital* juga berperan dalam menekan biaya serta waktu secara bersamaan, sehingga mampu meningkatkan efisiensi operasional perusahaan (Springer et al., 2024). *Process capital* mencerminkan sejauh mana efisiensi kegiatan operasional perusahaan sehari-hari, mulai dari proses produksi hingga prosedur internal yang melibatkan aktivitas karyawan (Istikhoroh, 2015). Perusahaan yang memiliki *process capital* yang efisien dan berkualitas akan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperkuat *firm value*

(Kaplan dan Norton, 1996). Dengan mengoptimalkan *process capital* secara efektif, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang menjadi keunggulan tersendiri (Melsia & Dewi, 2021).

#### **2.1.6.2 Tujuan *Process Capital***

Tujuan dari *Process Capital* dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana efisiensi sistem, prosedur internal, dan teknologi operasional perusahaan dapat memengaruhi peningkatan *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Indonesia (Gustina, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran efektivitas proses bisnis, termasuk penggunaan software, database, dan sistem informasi, dalam meningkatkan produktivitas dan nilai tambah perusahaan (Ulum et al., 2023). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan kepada manajemen perusahaan mengenai pentingnya pengelolaan proses internal yang terstruktur, efisien, dan berkelanjutan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan memperkuat *firm value* (Ramadhani & Agustin, 2021; Springer et al., 2024).

#### **2.1.6.3 Pengukuran *Process Capital***

*Process capital* berperan penting dalam meningkatkan *firm value*, karena mencerminkan efektivitas sistem, prosedur, dan teknologi yang digunakan perusahaan dalam menjalankan proses bisnisnya. *Process capital* yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasional, konsistensi kinerja, serta kualitas produk dan layanan, sehingga berdampak positif terhadap *firm value*. Namun, pengaruhnya

dapat berbeda tergantung pada karakteristik industri dan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkannya. Oleh karena itu, pengelolaan *process capital* yang optimal dan berkelanjutan menjadi komponen penting untuk mendukung peningkatan *firm value*. Menurut Masri, (2016) cara untuk menilai *process capital* secara lebih terukur adalah dengan menggunakan pendekatan keuangan yang diformulasikan melalui sebagai berikut:

$$Process\ Capital = \frac{Revenue}{Aset\ Lancar} \times 100$$

*Revenue* adalah keseluruhan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha suatu perusahaan. Sementara itu, Aset Lancar merupakan kekayaan perusahaan yang diperkirakan dapat diubah menjadi kas atau dimanfaatkan dalam periode satu tahun.

## **2.1.7 Variabel Kontrol**

### **2.1.7.1 Definisi Variabel Kontrol**

Variabel Kontrol merupakan variabel yang digunakan untuk mengendalikan pengaruh komponen-komponen lain di luar variabel *independen* dan variabel *dependen* agar hubungan yang diuji lebih akurat dan objektif. Menurut Sugiyono, (2019), variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan sehingga tidak memengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sekaran dan Bougie, (2016) menyatakan bahwa variabel kontrol diperlukan untuk menjaga validitas internal penelitian dengan menahan efek dari variabel yang dapat menyimpangkan hubungan utama antar variabel.

Dalam penelitian ini, *Earning Per Share (EPS)*, *Leverage*, dan *Firm Size* dijadikan variabel kontrol karena ketiganya merupakan karakteristik keuangan perusahaan yang berpotensi memengaruhi *firm value*.

*Earning per Share (EPS)* merupakan indikator keuntungan yang diterima pemegang saham berdasarkan jumlah saham yang dimiliki. EPS dapat menggambarkan seberapa besar perusahaan mampu menghasilkan keuntungan per lembar saham yang akan dibagikan kepada pemilik saham (Wardani Harahap, 2017). Tingginya EPS mencerminkan tingkat laba perusahaan yang besar, sedangkan EPS rendah menunjukkan laba yang lebih kecil (Hutapea et al., 2021). Perhitungan EPS dilakukan dengan membagi laba bersih setelah dikurangi beban bunga dan pajak dengan jumlah saham biasa yang beredar. Informasi yang disajikan melalui EPS menggambarkan proporsi laba bersih perusahaan yang dapat dibagikan kepada pemegang saham setelah memperhitungkan kewajiban bunga dan pajak (Chandra, 2021).

*Leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang (Kusumaningsih & Mujiyati, 2024). Menurut Ghofir dan Yusuf, (2020) *leverage* adalah besarnya utang yang digunakan perusahaan sebagai sumber pembiayaan. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya, digunakan rasio *leverage* di mana tingkat *leverage* yang tinggi

mengindikasikan risiko perusahaan yang semakin besar sehingga menjadi perhatian penting bagi para kreditor (Alpi, 2024). *Leverage* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola utang untuk menghasilkan laba. Namun, tingginya tingkat utang dapat meningkatkan risiko perusahaan, yang pada gilirannya berpotensi memengaruhi *firm value* (Merciana & Aspyan, 2022).

*Firm size* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencetak laba (Jaya, 2020). Perusahaan dikategorikan berukuran besar apabila memiliki aset atau kekayaan dalam jumlah besar, sedangkan perusahaan dengan aset terbatas digolongkan sebagai perusahaan kecil (Jaya, 2020). Perusahaan berukuran besar cenderung meningkatkan kepercayaan investor, sehingga *firm value* juga berpotensi meningkat. Selain itu, perusahaan dengan ukuran besar lebih mudah mengakses pasar modal karena memiliki fleksibilitas dan kapasitas yang memadai untuk memperoleh dana (Jaya, 2020).

#### **2.1.7.2 Tujuan Variabel Kontrol**

Variabel kontrol digunakan dalam penelitian ini untuk mengendalikan pengaruh komponen-komponen lain yang dapat memengaruhi hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen*, sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan objektif. *Earning Per Share* (EPS) dijadikan variabel kontrol untuk menahan pengaruh laba per saham terhadap *firm value*, sehingga perbedaan *firm value* yang diamati lebih mencerminkan pengaruh variabel

*independen*. *Leverage* dikontrol untuk menahan efek struktur utang perusahaan, agar hubungan antara variabel *independen* dan *firm value* tidak menyimpang akibat perbedaan kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajiban utangnya. Sementara itu, *Firm Size* dikontrol untuk memastikan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap *firm value* tidak memengaruhi hasil penelitian, sehingga perbedaan *firm value* dapat lebih jelas mencerminkan pengaruh dari variabel *independen* yang diteliti.

### 2.1.7.3 Pengukuran Variabel Kontrol

Variabel kontrol berperan penting dalam menjaga keakuratan hasil penelitian, karena digunakan untuk menahan pengaruh komponen-komponen lain di luar variabel *independen* dan *dependen* yang dapat memengaruhi *firm value*. Dalam penelitian ini, variabel kontrol yang digunakan meliputi *Earning Per Share* (EPS), *Leverage* (*Debt to Asset Ratio*/DAR), dan *Firm Size*. EPS mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih per lembar saham, di mana semakin tinggi nilai EPS menunjukkan kinerja keuangan yang lebih baik. Menurut Akbar et al., (2020) cara untuk menilai *Earning Per Share* (EPS) secara lebih terukur adalah dengan menggunakan pendekatan keuangan yang diformulasikan melalui sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Earning}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

*Earning* adalah laba bersih dari seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu tahun tertentu setelah dikurangi pajak

penghasilan (Salsabila, 2024). Sementara itu, Jumlah Saham Beredar merupakan keseluruhan saham yang telah dikeluarkan oleh suatu perusahaan dan tersedia untuk diperdagangkan di pasar modal (Sintawati & Khairunnisa, 2024).

Selanjutnya, *Leverage* diukur melalui rasio DAR, yang menunjukkan proporsi penggunaan utang dalam pendanaan aset perusahaan; semakin tinggi rasio ini, semakin besar pula risiko keuangan yang ditanggung perusahaan. Menurut Endang Puji Astutik, (2020) cara untuk menilai *Leverage (Debt to Asset Ratio/DAR)* secara lebih terukur adalah dengan menggunakan pendekatan keuangan yang diformulasikan melalui sebagai berikut:

$$Leverage (DAR) = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Total Hutang adalah keseluruhan kewajiban perusahaan yang diperoleh dari akumulasi antara utang jangka pendek dan utang jangka panjang (Fauzyah & Priantilianingtiasari, 2023). Sementara itu, Total Aset merupakan keseluruhan kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan atau lembaga keuangan yang berfungsi sebagai sumber daya untuk mendukung kegiatan operasionalnya (Tahar, 2018).

Terakhir, *Firm Size* menggambarkan ukuran perusahaan berdasarkan total aset yang dimiliki, di mana perusahaan dengan ukuran besar umumnya memiliki stabilitas dan kepercayaan investor yang lebih tinggi. Menurut Sukma, (2021) cara untuk menilai *Firm Size* secara lebih terukur adalah dengan menggunakan pendekatan keuangan yang diformulasikan melalui sebagai berikut:

$$Firm\ Size = (\ln\ Total\ Aset)$$

Logaritma Natural ( $\ln$  Total Aset) merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk menyederhanakan nilai total aset perusahaan yang bernilai sangat besar, seperti ratusan miliar hingga triliunan rupiah, tanpa mengubah proporsi sebenarnya dari nilai aset tersebut (Siti Wulan Astriah, Rizky Trinanda Akhbar, Erma Apriyanti, 2021).

## **2.2 Kerangka Berpikir Konseptual**

### **2.2.1 Pengaruh *Human Capital* Terhadap *Firm Value***

*Human capital* merupakan perpaduan antara pengetahuan, semangat, kecerdasan, dan kemampuan berinovasi yang dimiliki karyawan serta diterapkan dalam pekerjaan mereka untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan (Annisa Hendry & Situmeang, 2020). Nilai tambah ini dapat memberikan keuntungan sekaligus memperkuat daya saing perusahaan dalam menghadapi kompetisi bisnis. *Human capital* juga berfungsi sebagai sumber utama inovasi dan pembaruan (Fadilah & Afriyenti, 2020). Peningkatan kualitas *human capital* menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengoptimalkan potensi karyawan sehingga berdampak positif terhadap peningkatan *firm value* (Annisa Hendry & Situmeang, 2020).

Selain itu, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dan memperoleh laba yang lebih tinggi dengan mengelola aset penting yang bersifat unik, langka, serta sulit ditiru, seperti *human capital*. Aset tersebut memungkinkan perusahaan menghasilkan output

bernilai tinggi yang meningkatkan kemampuan menghasilkan keuntungan (Annisa Hendry & Situmeang, 2020). Bagi para investor, kondisi ini menjadi indikator positif karena mencerminkan prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat mendorong peningkatan *firm value* (Annisa Hendry & Situmeang, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Fadilah dan Afriyenti (2020) menunjukkan bahwa *human capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*, yang berarti semakin tinggi nilai *human capital* suatu perusahaan, maka semakin besar pula *firm value*. Hasil ini sejalan dengan temuan Adyaksana et al. (2023) serta Septia (2018) yang juga menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh positif terhadap *firm value* (Adyaksana et al., 2023). Hal ini disebabkan karena tingginya kualitas *human capital* mencerminkan kemampuan dan keahlian karyawan yang kompeten dalam menjalankan berbagai aktivitas perusahaan. *Human capital* akan terus meningkat apabila perusahaan mampu mengoptimalkan serta memanfaatkan keahlian dan kompetensi yang dimiliki oleh para karyawannya.

### **2.2.2 Pengaruh *Innovation Capital* Terhadap *Firm Value***

Menurut Huang, (2023), *innovation capital* merupakan sistem yang terintegrasi dan mencakup berbagai aspek seperti analisis kebutuhan, proses produksi, pemasaran, layanan, serta aktivitas lain yang mendukung operasional perusahaan. *Innovation capital* berperan dalam mendorong pertumbuhan perusahaan serta menciptakan

keunggulan kompetitif (Megayanti et al., 2024). Selain itu, *innovation capital* juga dapat meningkatkan pendapatan, profitabilitas, dan nilai ekonomi perusahaan (Mensah et al., 2021). Menurut Kong et al., (2023), perusahaan yang mampu melakukan *innovation capital* secara berkelanjutan cenderung memiliki daya saing dan posisi pasar yang lebih kuat, sehingga memberikan dampak terhadap peningkatan *firm value*.

*Innovation capital* sebagai komponen utama dalam menghadapi persaingan industri dan menjadi sarana strategis bagi perusahaan dalam mempertahankan eksistensi serta mencapai keunggulan kompetitif (Rofida, 2023). *Innovation capital* berperan sebagai landasan penting dalam menciptakan daya saing, karena keberadaannya sangat dibutuhkan untuk menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *innovation* tinggi akan lebih unggul dalam persaingan dengan terus mengembangkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Akyunina & Kurnia, 2021). Kemampuan *innovation* mendorong pertumbuhan bisnis di berbagai aspek, karena perusahaan yang inovatif senantiasa berupaya memperbaharui dan menyempurnakan berbagai elemen dalam perusahaan (Akyunina & Kurnia, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Rofida, (2023) menunjukkan bahwa *innovation capital* memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*. Hasil tersebut sejalan dengan temuan Akyunina dan Kurnia,

(2021) serta Savila dan Chariri, (2025) yang juga menyatakan bahwa *innovation capital* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan *innovation* akan berdampak pada peningkatan *firm value*. *Innovation* yang efektif dapat mendorong pertumbuhan laba perusahaan, karena aktivitas inovatif berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *innovation capital* suatu perusahaan, maka semakin besar pula potensi peningkatan aset dan *firm value*.

### **2.2.3 Pengaruh *Customer Capital* Terhadap *Firm Value***

*Customer capital* merupakan bagian dari modal yang berperan penting dalam menciptakan nilai bagi perusahaan, karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk membangun dan mempertahankan relasi dengan pihak eksternal (Bayu Rizki Nugrahanto, 2018). *Customer capital* juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pasar sehingga mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan maupun mitra bisnis (Bayu Rizki Nugrahanto, 2018). Pengelolaan sumber daya yang dimiliki secara efektif dapat meningkatkan kinerja perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan *firm value* serta menarik minat investor untuk berinvestasi (Sudibya dan Restuti, 2014).

Selain itu, *customer capital* berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor karena perusahaan yang memiliki hubungan eksternal yang kuat umumnya memiliki reputasi yang baik dan nilai pasar yang

tinggi. Kepercayaan publik yang terbentuk dari hubungan yang kuat dan konsisten mampu memperkuat citra perusahaan sekaligus meningkatkan nilai sahamnya (Fadilah & Afriyenti, 2020). Pemanfaatan *customer capital* secara efisien mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan nilai ekonomi yang lebih besar (Fadilah & Afriyenti, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Puspita dan Wahyudi, (2021) menunjukkan bahwa *customer capital* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hasil serupa juga ditemukan oleh Nguyen dan Doan, (2020) serta Sunto dan Petronila, (2022), yang juga menunjukkan bahwa *customer capital* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat *customer capital*, semakin besar pula peningkatan *firm value*. Sebaliknya, rendahnya *customer capital* dapat menurunkan *firm value*. Peningkatan *customer capital* dapat memperkuat kepercayaan investor, meningkatkan reputasi perusahaan, serta menjadi sinyal positif dalam pengambilan keputusan investasi, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kenaikan harga saham dan *firm value*.

#### **2.2.4 Pengaruh *Process Capital* Terhadap *Firm Value***

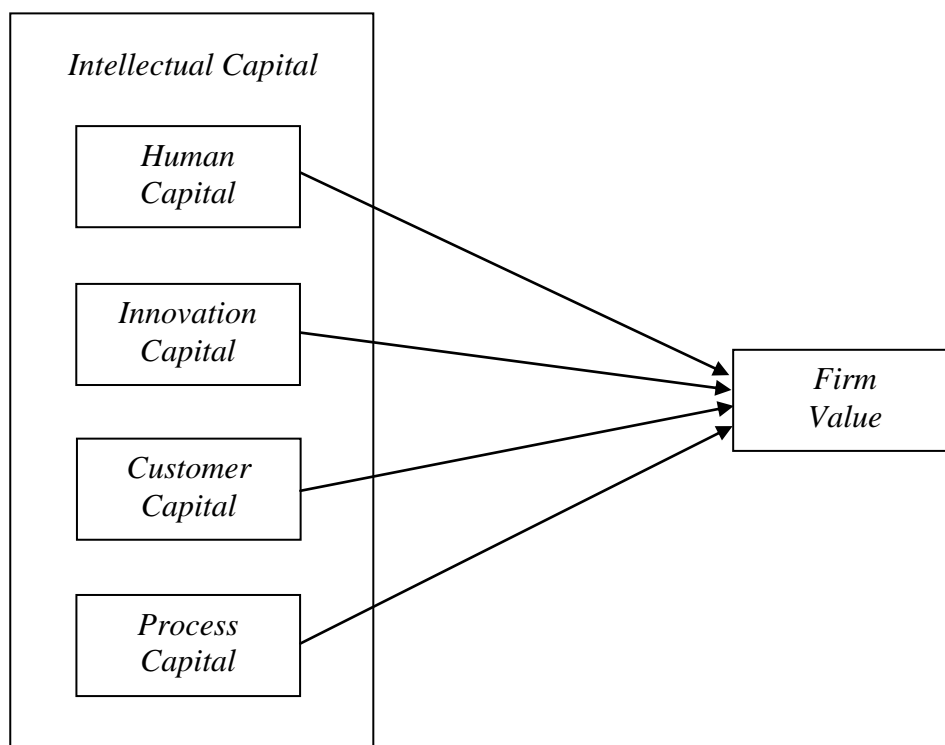
*Process capital* merupakan bagian dari modal perusahaan yang menggambarkan sejauh mana sistem, prosedur, dan mekanisme internal perusahaan berjalan secara efektif dalam mendukung kegiatan operasional. *Process capital* berperan penting dalam memastikan

efisiensi operasional, peningkatan produktivitas, serta konsistensi kualitas produk dan layanan yang dihasilkan perusahaan (Gustina, 2019). Peningkatan efisiensi operasional melalui optimalisasi sistem dan prosedur akan berdampak pada penurunan biaya, peningkatan laba, serta pada akhirnya mendorong peningkatan *firm value*.

Menurut Gupta dan Raman, (2020), *process capital* menjadi salah satu komponen penting dari sumber daya perusahaan yang berkontribusi terhadap keberhasilan perusahaan dalam menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. *Process capital* yang dikelola dengan baik memungkinkan perusahaan beradaptasi terhadap perubahan pasar, meningkatkan produktivitas, serta memperkuat kepercayaan investor terhadap kinerja jangka panjang perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anthony Holly, Robert Jao, Ana Mardiana, (2025) menunjukkan bahwa *process capital* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hasil serupa juga ditemukan oleh Rachman dan Mulyani, (2021) serta Suhendah dan Rahmawati, (2022) yang juga menemukan bahwa *process capital* berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin efektif penerapan sistem dan prosedur dalam perusahaan, semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kinerja keuangan yang optimal, sehingga dapat meningkatkan persepsi positif investor terhadap *firm value*.

Untuk memperjelas hubungan antarvariabel yang diteliti, kerangka konseptual penelitian ini disajikan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

### 2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual dan landasan teori yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 : Ada pengaruh *Human Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia.
- 2 : Ada pengaruh *Innovation Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia.
- 3 : Ada pengaruh *Customer Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia.
- 4 : Ada pengaruh *Process Capital* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dengan tujuan untuk melakukan Analisis *Intellectual capital* terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang tersedia di Bursa Efek Indonesia, kemudian data tersebut diolah dan dianalisis untuk menghasilkan temuan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif berdasarkan data yang digunakan, dengan fokus pada analisis hubungan dan pengaruh antarvariabel. Pendekatan kuantitatif merupakan prosedur pendekatan yang dilakukan secara sistematis, terencana, dan terstruktur untuk memecahkan permasalahan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan data, serta struktur yang terkontrol (Syahroni Irfan, 2022). Pendekatan ini mencakup unsur-unsur berupa angka, frekuensi, dan persentase, di mana data digunakan untuk menguji hipotesis serta menghasilkan temuan yang bersifat objektif dan terukur (Syahroni Irfan, 2022).

#### **3.2 Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai langkah-langkah atau prosedur yang dilakukan peneliti dalam mengukur suatu variabel. Variabel operasional berfungsi untuk menunjukkan cara atau

metode yang digunakan dalam proses pengukuran tersebut. Dengan adanya definisi operasional, suatu fenomena dapat dijelaskan secara lebih jelas dan tepat sesuai dengan tujuan penelitian.

### 3.2.1 Variabel *Dependen*

Menurut Sugiyono, (2019) variabel *dependen* atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independen*, atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas tersebut. Dalam penelitian ini, variabel *dependen* yang digunakan adalah *Firm Value*. Berikut penjelasan dari variabel *dependen*:

#### a. *Firm Value*

*Firm value* (nilai perusahaan) merupakan ukuran yang menggambarkan seberapa baik kinerja suatu perusahaan dinilai oleh pasar. *Firm value* sering dikaitkan dengan harga saham, di mana semakin tinggi harga saham maka semakin besar pula *firm value* tersebut (Safiq et al., 2021). Perusahaan yang memiliki *firm value* tinggi menunjukkan bahwa pasar memiliki kepercayaan terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan (Fajriah Alifatul Laili et al., 2022).

Rumus pengukuran *firm value* adalah:

$$Firm Value = \frac{(Market Book Value + Total Hutang)}{Total Aset} \times 100$$

### 3.2.2 Variabel *Independen*

Menurut Sugiyono (2019), variabel *independen* atau variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya

perubahan pada variabel *dependen* (terikat). Dalam penelitian ini, *intellectual capital* digunakan sebagai konsep utama yang diukur melalui empat variabel *independen*, yaitu *Human Capital* (X1), *Innovation Capital* (X2), *Customer Capital* (X3), dan *Process Capital* (X4). Keempat variabel tersebut merupakan komponen *intellectual capital* yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap variabel *dependen* dalam penelitian ini. Berikut penjelasan dari masing-masing variabel *independen*.

a. *Human Capital*

*Human capital* (modal manusia) merupakan salah satu elemen penting yang mencerminkan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia dalam perusahaan. *Human capital* meliputi pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman karyawan yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan *firm value* (Dewi & Dewi, 2020). Pengelolaan *human capital* yang baik dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan *firm value* (Saragih, 2017).

Rumus pengukuran *human capital* adalah:

$$\text{Human Capital} = \frac{\text{Revenue}}{\text{Number of Employees}} \times 100$$

b. *Innovation Capital*

*Innovation capital* (modal inovasi) merupakan sistem yang mencakup kemampuan perusahaan dalam menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan inovasi pada produk, layanan,

maupun proses bisnis yang mendukung peningkatan kinerja perusahaan (Huang, 2023). *Innovation capital* memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan, meningkatkan daya saing, serta menciptakan nilai tambah bagi perusahaan (Megayanti et al., 2024). Perusahaan yang memiliki tingkat *innovation capital* tinggi cenderung memiliki *firm value* yang lebih besar karena mampu beradaptasi dengan perubahan dan memenuhi kebutuhan pasar (Anggraini dan Fanani, 2019).

Rumus pengukuran *innovation capital* adalah:

$$\text{Innovation Capital} = \frac{\text{Intangible Asset}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

c. *Customer Capital*

*Customer capital* (modal pelanggan) merupakan bentuk hubungan dan kerja sama yang terjalin antara perusahaan dengan pihak eksternal seperti pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat. Hubungan yang baik dengan pelanggan serta tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor (Achriaty & Putri, 2023). Semakin kuat hubungan perusahaan dengan pelanggan dan mitra bisnisnya, semakin besar pula kontribusi *customer capital* terhadap peningkatan *firm value* (Sunto & Petronila, 2022).

Rumus pengukuran *customer capital* adalah:

$$Customer\ Capital = \frac{(Revenue\ Tahun\ Sekarang - Revenue\ Tahun\ Sebelum)}{Revenue\ Tahun\ Sebelum} \times 100$$

d. *Process Capital*

*Process capital* (modal proses) merupakan salah satu karakteristik utama dalam proses bisnis perusahaan yang mencerminkan efektivitas sistem, prosedur, serta mekanisme internal dalam mendukung kegiatan operasional (Gustina, 2019). *Process capital* yang baik mampu meningkatkan efisiensi, konsistensi, dan kualitas hasil produksi, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan *firm value* (Ramadhani & Agustin, 2021). Perusahaan dengan *process capital* yang kuat dapat menciptakan nilai tambah melalui pengelolaan proses yang terstruktur dan efisien (Melsia & Dewi, 2021).

Rumus pengukuran *process capital* adalah:

$$Process\ Capital = \frac{Revenue}{Aset\ Lancar} \times 100$$

### 3.2.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan variabel yang dijaga agar tetap konstan atau dikendalikan sehingga pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* tidak terpengaruh oleh komponen lain di luar penelitian. Variabel ini berfungsi untuk memperkuat dan menyempurnakan hubungan antarvariabel, sehingga hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih akurat dan komprehensif. Dalam

penelitian ini, variabel kontrol yang digunakan adalah *Earning Per Share* (EPS), *Leverage*, dan *Firm Size*.

a. *Earning Per Share* (EPS)

*Earning Per Share* (EPS) merupakan indikator yang menunjukkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan untuk setiap lembar saham yang dimiliki oleh pemegang saham. EPS mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Semakin tinggi nilai EPS, maka semakin besar pula potensi peningkatan *firm value* karena investor menilai perusahaan memiliki prospek yang baik (Chandra, 2021; Hutapea et al., 2021).

Rumus pengukuran *Earning Per Share* (EPS) adalah:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Earning}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

b. *Leverage*

*Leverage* (*Debt to Asset Ratio/DAR*) merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Semakin tinggi nilai *leverage*, semakin besar proporsi penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan (Kusumaningsih & Mujiyati, 2024). Tingkat *leverage* yang tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan dan memengaruhi persepsi investor terhadap *firm value* (Merciana & Aspyan, 2022).

Rumus pengukuran *leverage* adalah:

$$\text{Leverage (DAR)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

c. *Firm Size*

*Firm size* (ukuran perusahaan) merupakan indikator yang menunjukkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar *firm size*, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor karena perusahaan dianggap lebih stabil dan memiliki kemampuan yang baik dalam menghasilkan laba (Jaya, 2020). *Firm size* yang besar juga memudahkan akses terhadap pendanaan dan memperkuat posisi perusahaan di pasar modal.

Rumus pengukuran *firm size* adalah:

$$\text{Firm Size} = (\text{Ln Total Aset})$$

<b>Variabel Dependen</b>	<b>Pengukuran</b>
<i>Firm Value</i>	$\text{Firm Value} = \frac{(\text{Market Book Value} + \text{Total Hutang})}{\text{Total Aset}} \times 100$
<b>Variabel Independen</b>	<b>Pengukuran</b>
<b><i>Intellectual Capital</i></b>	
<i>Human Capital</i>	$\text{Human Capital} = \frac{\text{Revenue}}{\text{Number of Employees}} \times 100$
<i>Innovation Capital</i>	$\text{Innovation Capital} = \frac{\text{Intangible Asset}}{\text{Total Aset}} \times 100$
<i>Customer Capital</i>	$\text{Customer Capital} = \frac{(\text{Revenue Tahun Sekarang} - \text{Revenue Tahun Sebelum})}{\text{Revenue Tahun Sebelum}} \times 100$
<i>Process Capital</i>	$\text{Process Capital} = \frac{\text{Revenue}}{\text{Aset Lancar}} \times 100$
<b>Variabel Kontrol</b>	<b>Pengukuran</b>
<i>Earning Per Share</i>	$\text{EPS} = \frac{\text{Earning}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$
<i>Leverage (DAR)</i>	$\text{Leverage (DAR)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$
<i>Firm Size</i>	$\text{Firm Size} = (\text{Ln Total Aset})$

Tabel 3.2 Variabel Operasional

### 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan data empiris yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan perusahaan sektor teknologi tahun 2020–2024. Pelaksanaan penelitian dilakukan mulai bulan Agustus 2025 hingga penelitian ini selesai.

No.	Kegiatan	Bulan																																			
		September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan judul	■	■	■	■																																
2	Riset awal					■	■	■	■																												
3	Pembuatan					■	■	■	■	■	■	■	■																								
4	Bimbingan					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																				
5	Seminar proposal													■	■	■	■																				
6	Penyusunan tugas akhir													■	■	■	■	■	■	■	■																
7	Bimbingan tugas akhir																					■	■	■	■	■	■	■	■								
8	Sidang meja hijau																																	■	■	■	■

Tabel 3.3 Rencana Penelitian dan Tabel Penelitian

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek yang menjadi objek penelitian. Menurut Sugiyono, (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga dapat mencakup objek atau fenomena alam lainnya (Ery Teguh Prasetyo, 2023). Selain itu, populasi tidak hanya dilihat dari jumlahnya, melainkan juga dari

karakteristik yang melekat pada objek atau subjek tersebut (Ery Teguh Prasetyo, 2023). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020–2024, dengan total sebanyak 47 perusahaan.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2016), sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan sifat-sifat tertentu yang mencerminkan keseluruhan populasi. Sampel berfungsi sebagai gambaran dari populasi agar hasil penelitian dapat mewakili populasi secara menyeluruh. Sampel yang tepat harus memiliki kesamaan ciri dan karakteristik dengan populasi, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi sebenarnya dari objek penelitian secara akurat (Ery Teguh Prasetyo, 2023).

Adapun kriteria yang digunakan peneliti dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang termasuk dalam sektor teknologi dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2024.
2. Perusahaan yang mempublikasikan *Annual Report* (Laporan Tahunan) pada tahun 2020–2024.
3. Perusahaan yang memiliki data lengkap dan relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh sampel sebanyak 20 perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia tahun 2020–2024. Pemilihan sampel dilakukan dengan memperhatikan syarat-syarat tersebut agar data yang digunakan sesuai dan mampu menjawab tujuan penelitian. Oleh karena itu, sampel yang terpilih diharapkan dapat mewakili dan mencerminkan kondisi populasi secara akurat.

Sampel 20 Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020–2024

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	ATIC	Anabatic Technologies Tbk.
2	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.
3	KREN	Quantum Clovera Investama Tbk.
4	MLPT	Multipolar Technology Tbk.
5	KIOS	Kioson Komersial Indonesia Tbk
6	MCAS	M Cash Integrasi Tbk.
7	NFCX	NFC Indonesia Tbk.
8	DIVA	Distribusi Voucher Nusantara Tbk.
9	HDIT	Hensel Davest Indonesia Tbk.
10	TFAS	Telefast Indonesia Tbk.
11	DMMXD	Digital Mediatama Maxima Tbk.
12	GLVA	Galva Technologies Tbk.
13	PGJO	Tourindo Guide Indonesia Tbk.
14	CASH	Cashlez Worldwide Indonesia Tbk.
15	DCII	DCI Indonesia Tbk.
16	EDGE	Indointernet Tbk.
17	UVCR	Trimegah Karya Pratama Tbk.
18	RUNS	Global Sukses Solusi Tbk.
19	WIRG	WIR ASIA Tbk.
20	AXIO	Tera Data Indonusa Tbk.

Tabel 3.4 Sampel

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode studi dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data, yaitu dengan mengakses dan mengumpulkan data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan (*annual report*)

perusahaan. Laporan tahunan tersebut digunakan sebagai dasar untuk memperoleh informasi terkait kondisi keuangan, *firm value*, serta data lain yang relevan dengan variabel penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan diperoleh dari data sekunder. Sumber data berasal dari 47 laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sektor teknologi tahun 2020–2024, yang diakses melalui situs resmi perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data panel (*pooled data*), yaitu gabungan antara data waktu (*time series*) dan data antar perusahaan (*cross section*). Analisis dilakukan menggunakan model regresi data panel untuk melihat hubungan antarvariabel secara lebih menyeluruh. Pengolahan data dibantu dengan menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel dan Aplikasi EViews.

#### **3.6.1 Uji Statistik Deskriptif**

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan memahami karakteristik dasar dari data sampel yang digunakan dalam penelitian. Analisis ini mencakup ukuran-ukuran statistik seperti nilai rata-rata, median, nilai maksimum, nilai minimum, serta standar deviasi. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini terdiri atas lima kelompok utama yaitu, *Human Capital*, *Innovation Capital*, *Customer Capital*, *Process Capital*, dan *Firm Value*.

### 3.6.2 Analisis Regresi Data Panel

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel, yang bertujuan untuk menguji Analisis *Intellectual Capital* terhadap *Firm Value*, dengan *Earning Per Share* (EPS), *Leverage*, dan *Firm Size* sebagai variabel kontrol. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2024.

Regresi data panel merupakan metode yang menggabungkan data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Data runtut waktu menggambarkan pengamatan terhadap satu atau beberapa variabel pada unit yang sama selama tahun tertentu, sedangkan data silang menunjukkan observasi dari berbagai unit pada satu tahun waktu tertentu. Dengan menggabungkan kedua jenis data tersebut, model data panel memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap dinamika hubungan antarvariabel. Model tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_t = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 X_{5it} + \beta_6 X_{6it} + \beta_7 X_{7it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

Y = *Firm Value*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$ - $\beta_7$  = Koefisien

X1 = *Human Capital*

X2	= <i>Innovation Capital</i>
X3	= <i>Customer Capital</i>
X4	= <i>Process Capital</i>
X5	= <i>Earning Per Share (EPS)</i>
X6	= <i>Leverage</i>
X7	= <i>Firm Size</i>
<i>e</i>	= <i>Error</i>
<i>i</i>	= Data Perusahaan
<i>t</i>	= Data Periode Waktu

### 3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan penting yang harus dilakukan sebelum melaksanakan analisis regresi data panel. Sebelum menguji hipotesis dalam penelitian, pengujian asumsi klasik diperlukan untuk memastikan validitas model, yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Namun, tidak semua uji asumsi klasik harus diterapkan pada setiap model regresi yang menggunakan metode *Ordinary Least Square (OLS)*. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang dilakukan mencakup uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

#### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel *independen* dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami masalah multikolinieritas, karena

hubungan yang terlalu kuat antar variabel bebas dapat memengaruhi ketepatan estimasi koefisien regresi. Jika variabel *independen* saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak lagi bersifat bebas satu sama lain. Pengujian terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $R^2$  regresi auxiliary  $>$   $R^2$  regresi utama, maka menunjukkan adanya multikolinieritas
- b. Jika nilai  $R^2$  regresi auxiliary  $<$   $R^2$  regresi utama, maka menunjukkan tidak adanya multikolinieritas.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varians residual antar pengamatan memiliki nilai yang sama, maka disebut homoskedastisitas. Namun, jika varians tersebut berbeda antar pengamatan, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal seharusnya menunjukkan kondisi homoskedastisitas, karena hal ini menandakan bahwa data tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  : Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
- b.  $H_1$  : Terdapat masalah heteroskedastisitas

Penentuan kesimpulan dalam pengujian ini didasarkan pada

ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $p\text{-value} < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika  $p\text{-value} > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara faktor kesalahan pada satu pengamatan dengan faktor kesalahan pada pengamatan lainnya dalam model regresi. Salah satu metode yang umum digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah uji Durbin Watson. Namun, dalam penelitian ini uji autokorelasi tidak dilakukan karena pengujian tersebut hanya relevan untuk data yang bersifat *time series*, di mana autokorelasi dapat muncul akibat adanya keterkaitan antar data berdasarkan waktu.

Sementara itu, pada data *cross section* maupun data panel, pengujian autokorelasi tidak memberikan hasil yang bermakna, sebab meskipun data panel mengandung unsur waktu, data tersebut tidak sepenuhnya bersifat *time series* murni. Oleh karena itu, penelitian ini tidak melakukan uji autokorelasi dan berasumsi bahwa tidak terdapat keterkaitan antara faktor kesalahan dalam model regresi. Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini hanya melakukan tiga jenis uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

### 3.6.2.2 Pemilihan Model Estimasi Data Panel

Model regresi dengan data panel pada umumnya menghadapi tantangan dalam menentukan spesifikasi model yang tepat. Nilai residual yang dihasilkan dapat berasal dari tiga sumber kemungkinan, yaitu residual yang muncul karena unsur *time series*, *cross section*, atau kombinasi dari keduanya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, analisis data panel dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa pendekatan, antara lain *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*.

#### 1. Model *Common Effect*

Model *Common Effect* merupakan pendekatan sederhana dalam analisis data panel yang beranggapan bahwa setiap objek penelitian memiliki karakteristik dan perilaku yang sama dari waktu ke waktu. Model ini mengasumsikan bahwa hubungan antar variabel dalam model regresi bersifat tetap untuk seluruh individu dan tahun pengamatan. Proses estimasi pada model ini dilakukan menggunakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS). Namun, kelemahan dari pendekatan ini adalah tidak mampu menggambarkan adanya perbedaan karakteristik antar entitas maupun perubahan perilaku yang mungkin terjadi di setiap periode waktu.

#### 2. Model *Fixed Effect*

Model *Fixed Effect* merupakan salah satu pendekatan dalam

analisis data panel yang digunakan untuk memperhitungkan perbedaan karakteristik antar individu. Dalam model ini, setiap entitas memiliki konstanta yang berbeda, sementara kemiringan garis regresi (*slope*) diasumsikan sama pada seluruh observasi. Estimasi pada model *Fixed Effect* dilakukan dengan menggunakan metode *Least Squares Dummy Variable* (LSDV), yang bertujuan untuk menangkap efek individual yang tidak teramati sehingga menghasilkan estimasi yang lebih tepat dan dapat dipercaya.

### 3. Metode *Random Effect*

Metode *Random Effect* merupakan salah satu pendekatan dalam analisis data panel yang berasumsi bahwa komponen kesalahan acak dapat bervariasi antar individu maupun antar periode waktu. Perbedaan karakteristik antar entitas tidak dimasukkan sebagai konstanta tersendiri, melainkan dianggap sebagai bagian dari kesalahan yang bersifat acak. Estimasi pada metode ini umumnya dilakukan menggunakan *Generalized Least Squares* (GLS), yang memiliki keunggulan dalam mengurangi heteroskedastisitas serta menghasilkan estimasi yang lebih efisien dibandingkan metode *Ordinary Least Squares* (OLS).

Dalam analisis regresi data panel, pemilihan metode yang sesuai dengan karakteristik data menjadi langkah yang sangat penting. Oleh karena itu, dilakukan serangkaian uji spesifikasi model, seperti Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange

Multiplier, untuk menentukan metode yang paling tepat digunakan dalam penelitian.

### **1. Uji Chow**

Uji Chow digunakan untuk menentukan apakah model yang paling sesuai adalah *Common Effect Model* (CEM) atau *Fixed Effect Model* (FEM). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F-statistik antara kedua model tersebut. Jika nilai probabilitas (*p-value*) yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa model CEM lebih tepat akan ditolak. Dengan hasil tersebut, model FEM dianggap lebih layak digunakan dalam penelitian.

### **2. Uji Hausman**

Uji Hausman digunakan untuk menentukan apakah model yang paling sesuai adalah *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel *independen* dengan komponen kesalahan (*error term*). Jika nilai probabilitas (*p-value*) yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Dengan hasil tersebut, model FEM dianggap lebih layak digunakan dalam penelitian karena menghasilkan estimasi yang konsisten.

### 3. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji Lagrange Multiplier (LM) yang dikembangkan oleh *Breusch* dan *Pagan* digunakan untuk menentukan apakah model yang lebih tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM) atau *Random Effect Model* (REM). Pengujian ini dilakukan dengan memanfaatkan nilai residual serta variabel *independen* dari hasil estimasi model. Jika nilai probabilitas (*p-value*) yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Dengan hasil tersebut, model *Random Effect* dianggap lebih layak digunakan karena mampu menangkap variasi individu atau waktu yang tidak dapat diamati oleh model *Common Effect*.



## BAB 4

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia tahun 2020 hingga 2024. Proses penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling* berdasarkan kriteria sebagai berikut:

No.	Kriteria	Inklusi	Eksklusi	Jumlah
1	Perusahaan sektor teknologi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.	47	-	47
2	Tidak mempublikasikan laporan tahunan ( <i>annual report</i> ) pada tahun 2020-2024.	-	1	46
3	Tidak memiliki kelengkapan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.	-	26	20

Tabel 4.1 Proses Pengambilan Sampel

Keterangan:

Inklusi : Perusahaan yang memenuhi kriteria dan dimasukkan sebagai sampel penelitian.

Eksklusi : Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria sehingga tidak dimasukkan sebagai sampel penelitian.

Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria sebanyak 20 perusahaan, sehingga total observasi selama lima tahun penelitian adalah

100 sampel.

Data sekunder yang digunakan dan telah diolah dalam penelitian ini bersumber dari laporan keuangan serta laporan tahunan perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2024, dengan rincian sebagai berikut:

#### 4.1.1 Deskripsi Data

Berdasarkan hasil analisis statistik terhadap 20 perusahaan sektor teknologi yang dijadikan sampel penelitian tahun 2020 sampai dengan 2024, diperoleh sebanyak 100 data pengamatan. Penelitian ini menggunakan 8 variabel yang terdiri atas *firm value*, *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, *process capital*, *Earning Per Share* (EPS), *Debt to Asset Ratio* (DAR), dan *Firm Size*. Statistik deskriptif yang meliputi nilai rata-rata (mean), nilai terendah (minimum), dan nilai tertinggi (maximum) dari masing-masing variabel tersebut disajikan pada tabel berikut.

	Mean	Median	Std. Dev	Maximum	Minimum
<i>Firm Value</i>	1.5668	0.3466	4.5773	28.2799	0.0268
<i>Human Capital</i>	27.7400	28.8949	3.8101	34.2882	20.8229
<i>Innovation Capital</i>	0.0710	0.0119	0.1167	0.4513	0.0000
<i>Customer Capital</i>	0.3500	0.0826	1.2128	7.6645	-0.9987
<i>Process Capital</i>	3.7439	2.6198	3.2906	16.5633	0.0193
<i>Earning Per Share</i> (EPS)	20349372.8812	122.5400	180958540.8624	1804009985.6357	-891069.6319
<i>Leverage</i> (DAR)	0.3619	0.2905	0.2363	0.9874	0.0229
<i>Firm Size</i>	32.3841	32.9469	2.7254	36.2321	26.1484

Tabel 4.1.1 Deskripsi Data

Berdasarkan nilai maksimum pada variabel *firm value* sebesar 28,2799 dan nilai minimum sebesar 0,0268. Nilai rata-rata (mean) sebesar 1,5668, median sebesar 0,3466, serta standar deviasi sebesar

4,5773. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari rata-rata menunjukkan bahwa data *firm value* sangat bervariasi dan terdapat perbedaan yang cukup besar antar perusahaan.

Pada variabel *human capital*, nilai maksimum sebesar 34,2882 dan minimum 20,8229, dengan rata-rata 27,7400, median 28,8949, serta standar deviasi 3,8101. Nilai mean dan median yang relatif berdekatan menunjukkan bahwa sebaran data cukup merata dan tidak terlalu menyimpang. Variabel *innovation capital* memiliki nilai maksimum 0,4513 dan minimum 0,0000, dengan rata-rata 0,0710, median 0,0119, serta standar deviasi 0,1167. Perbedaan antara mean dan median menunjukkan adanya beberapa nilai yang relatif lebih tinggi sehingga memengaruhi rata-rata.

Untuk variabel *customer capital*, nilai maksimum sebesar 7,6645 dan minimum -0,9987, dengan rata-rata 0,3500, median 0,0826, serta standar deviasi 1,2128. Standar deviasi yang lebih besar dari mean menunjukkan adanya variasi data yang cukup tinggi. Sedangkan variabel *process capital*, nilai maksimum sebesar 16,5633 dan minimum 0,0193, dengan rata-rata 3,7439, median 2,6198, serta standar deviasi 3,2906. Nilai mean yang lebih besar dari median mengindikasikan adanya beberapa perusahaan dengan nilai *process capital* yang cukup tinggi.

Selanjutnya variabel *Earning Per Share* (EPS) memiliki nilai maksimum sebesar 1804009985,6357 dan minimum -89106,6319, dengan rata-rata 20349372,8812, median 122,5400, serta standar

deviasi 180958540,8624. Standar deviasi yang sangat besar dibandingkan rata-rata menunjukkan bahwa EPS sangat bervariasi dan terdapat perbedaan yang signifikan antar perusahaan. Pada variabel *leverage* (DAR), nilai maksimum sebesar 0,9874 dan minimum 0,0229, dengan rata-rata 0,3619, median 0,2905, serta standar deviasi 0,2363. Perbedaan mean dan median menunjukkan variasi tingkat penggunaan utang yang cukup beragam. Terakhir, variabel *firm size* memiliki nilai maksimum sebesar 36,3321 dan minimum 26,1484, dengan rata-rata 32,3841, median 32,9469, serta standar deviasi 2,7254. Nilai mean dan median yang relatif dekat menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dalam sampel cenderung tersebar cukup merata.

#### **4.1.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan untuk menilai apakah model regresi yang digunakan telah memenuhi kriteria yang diperlukan. Uji asumsi klasik yang diterapkan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Ketiga pengujian tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi ketentuan statistik yang mendasar sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara tepat dan dapat dipercaya.

#### 4.1.2.1 Uji Multikolinearitas

	<i>Human Capital</i>	<i>Innovation Capital</i>	<i>Customer Capital</i>	<i>Process Capital</i>	<i>Earning Per Share (EPS)</i>	<i>Leverage (DAR)</i>	<i>Firm Size</i>
<i>Human Capital</i>	1	0.0375	-0.0635	0.5914	0.0697	-0.2089	0.8164
<i>Innovation Capital</i>	0.0375	1	0.0715	-0.0122	-0.0609	-0.2010	-0.0435
<i>Customer Capital</i>	-0.0635	0.0715	1	-0.1868	0.2596	-0.1611	-0.0775
<i>Process Capital</i>	0.5914	-0.0122	-0.1868	1	-0.0270	-0.1482	0.3261
<i>Earning Per Share (EPS)</i>	0.0697	-0.0608	0.2596	-0.0270	1	0.1172	0.0698
<i>Leverage (DAR)</i>	-0.2089	-0.2010	-0.1611	-0.1482	0.1172	1	-0.1203
<i>Firm Size</i>	0.8164	-0.0435	-0.0775	0.3261	0.0698	-0.1203	1

Sumber : Hasil Eviews12

Tabel 4.1.2.1 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat keterkaitan atau hubungan yang kuat antar variabel *independen* dalam model regresi. Keberadaan multikolinearitas dapat diketahui melalui nilai koefisien korelasi yang terdapat pada matriks korelasi. Apabila nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel bebas berada di bawah 0,9, maka dapat dinyatakan bahwa model tidak mengalami gejala multikolinearitas. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.1.2.1, seluruh nilai koefisien korelasi antar variabel *independen* menunjukkan angka kurang dari 0,90 (seluruh koefisien korelasi < 0,9). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan terbebas dari masalah multikolinearitas.

### 4.1.3 Pengujian Model

Pada penelitian ini, estimasi model regresi data panel dilakukan dengan menggunakan tiga pendekatan, yaitu *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Untuk menentukan model yang paling sesuai dalam pengolahan data panel, digunakan beberapa uji statistik. Uji yang dilakukan meliputi Uji Chow untuk membandingkan *common effect model* dengan *fixed effect model*, Uji Hausman untuk menentukan model yang lebih tepat antara *fixed effect model* dan *random effect model*, serta Uji Lagrange Multiplier (LM) untuk membandingkan *common effect model* dengan *random effect model*. Pemilihan model akhir ditentukan berdasarkan hasil dari ketiga uji tersebut sehingga diperoleh model yang paling sesuai.

#### 4.1.3.1 Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk memilih model yang paling tepat dalam mengestimasi data panel dengan membandingkan *common effect model* dan *fixed effect model*. Dalam pengujian ini, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  : Model *Common Effect*
- b.  $H_1$  : Model *Fixed Effect*

Dasar pengambilan keputusan pada uji Chow dilakukan dengan melihat nilai probabilitas (*p-value*) sebagai berikut:.

- a. Jika  $p\text{-value} > \alpha$  ( $\alpha$ ), maka  $H_0$  diterima sehingga model yang dipilih adalah *common effect*.
- b. Jika  $p\text{-value} < \alpha$  ( $\alpha$ ), maka  $H_0$  ditolak sehingga model yang

digunakan adalah *fixed effect*.

Effect Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	6.338475	(19,73)	0.0000
Cross-section Chi-square	97.446153	19	0.0000

Sumber : Hasil Eviews12

Tabel 4.1.3.1 Hasil Uji Chow

Berdasarkan tabel 4.1.3.1 hasil uji chow menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*p-value*) *Cross-section F* sebesar 0,0000 dan *Cross-section Chi-square* sebesar 0,0000, karena kedua nilai tersebut lebih kecil dari *alpha* (0,05), maka  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Fixed Effect Model* yang lebih tepat digunakan dibandingkan *Common Effect Model*. Oleh karena itu, diperlukan pengujian lanjutan melalui uji hausman untuk menentukan model yang paling sesuai antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*.

#### 4.1.3.2 Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk menentukan model yang paling tepat antara *fixed effect model* dan *random effect model*. Dalam pengujian ini, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  : Model *Random Effect*
- b.  $H_1$  : Model *Fixed Effect*

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan nilai probabilitas (*p-value*) sebagai berikut:

- a. Jika  $p\text{-value} > \alpha$  ( $\alpha$ ), maka  $H_0$  diterima sehingga model yang dipilih adalah *random effect*.
- b. Jika  $p\text{-value} < \alpha$  ( $\alpha$ ), maka  $H_0$  ditolak sehingga model yang

digunakan adalah *fixed effect*.

Test Summary	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section random	4.162027	7	0.07609

Sumber : Hasil Eviews12

Tabel 4.1.3.2 Hasil Uji Hausman

Berdasarkan tabel 4.1.3.2 hasil uji hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*p-value*) *Cross-section random* sebesar 0,07609. Nilai tersebut lebih besar dari *alpha* (0,05), maka  $H_0$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Random Effect Model* yang lebih tepat digunakan dibandingkan *Fixed Effect Model*. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian lanjutan menggunakan uji lagrange multiplier untuk menentukan model yang paling sesuai antara *Random Effect Model* dan *Common Effect Model*.

#### 4.1.3.3 Uji Langrange Multiplier

Uji Langrange Multiplier digunakan untuk menentukan model yang paling tepat antara *random effect model* dan *common effect model*. Dalam pengujian ini, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  : Model *Common Effect*
- b.  $H_1$  : Model *Random Effect*

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan nilai probabilitas (*p-value*) sebagai berikut:

- a. Jika  $p\text{-value} > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima sehingga model yang dipilih adalah *common effect*.
- b. Jika  $p\text{-value} < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga model yang

digunakan adalah *random effect*.

Test Hypothesis			
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	44.82030 (0.0000)	0.882521 (0.3475)	45.70282 (0.0000)

Sumber : Hasil Eviews12

Tabel 4.1.3.3 Hasil Uji Langrange Multiplier

Pada tabel 4.1.3.3 hasil uji langrange multiplier menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*p-value*) sebesar 0.0000. Nilai tersebut lebih kecil dari *alpha* (0.05), maka  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Random Effect Model* lebih tepat digunakan dibandingkan dengan *Common Effect Model*. Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka model yang terpilih adalah *Random Effect Model* sebagai model yang digunakan dalam penelitian ini.

## 4.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel *independen*, yaitu *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, *process capital*, serta variabel kontrol *earning per share* (EPS), *leverage* (DAR), dan *firm size* terhadap variabel *dependen* *firm value* pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2024. Proses pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak EViews.

#### 4.2.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

Variabel	Coefficient	t-Statistic	Prob.
C	22.81851	2.561894	0.0120
<i>Human Capital</i>	-0.014531	-0.041783	0.9668
<i>Innovation Capital</i>	-1.498254	-0.381092	0.7040
<i>Customer Capital</i>	-0.134878	-0.445539	0.6570
<i>Process Capital</i>	-0.099189	-0.509263	0.6118
<i>Earning Per Share (EPS)</i>	4.53E-10	0.244525	0.8074
<i>Leverage (DAR)</i>	-2.355968	-1.037143	0.3024
<i>Firm Size</i>	-0.601543	-1.398449	0.1653

Sumber : Hasil Eviews12

Tabel 4.2.1 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang tercantum pada tabel 4.2.1 mengenai hasil uji hipotesis parsial (Uji t), diperoleh nilai signifikansi untuk masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

- a. Pengaruh *human capital* terhadap *firm value* menunjukkan bahwa variabel *human capital* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,9668. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *human capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value*.
- b. Pengaruh *innovation capital* terhadap *firm value* menunjukkan bahwa variabel *innovation capital* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.7040. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *innovation capital* tidak berpengaruh secara

signifikan terhadap *firm value*.

- c. Pengaruh *customer capital* terhadap *firm value* menunjukkan bahwa variabel *customer capital* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.6570. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *customer capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value*.
- d. Pengaruh *process capital* terhadap *firm value* menunjukkan bahwa variabel *process capital* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.6118. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *process capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value*.

Berdasarkan uraian hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan tidak didukung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel tidak memiliki pengaruh terhadap *firm value*. Sehubungan dengan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut.

- a. Variabel *human capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value* karena nilai probabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut relatif rendah. Hal ini dapat disebabkan oleh *human capital* yang

belum dikelola secara optimal sehingga belum mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan *firm value*. Selain itu, keberadaan *human capital* dalam perusahaan tidak secara langsung memengaruhi persepsi pasar apabila tidak diikuti dengan peningkatan kinerja dan hasil yang terlihat secara finansial.

- b. Variabel *innovation capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value* karena nilai probabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut relatif rendah. Hal ini dapat disebabkan oleh *innovation capital* yang belum mampu menghasilkan inovasi yang berdampak langsung pada peningkatan kinerja dan *firm value*. Selain itu, investasi dalam inovasi umumnya membutuhkan waktu yang cukup panjang untuk memberikan hasil, sehingga pengaruhnya terhadap *firm value* belum terlihat secara signifikan dalam tahun penelitian.
- c. Variabel *customer capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value* karena nilai probabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut relatif rendah. Hal ini dapat disebabkan oleh *customer capital* yang belum mampu meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan secara konsisten sehingga belum memberikan dampak langsung terhadap peningkatan *firm value*. Selain itu, hubungan dengan pelanggan yang baik tidak selalu segera tercermin dalam

peningkatan kinerja keuangan, sehingga pengaruhnya terhadap *firm value* menjadi tidak signifikan dalam tahun penelitian.

- d. Variabel *process capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value* karena nilai probabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut relatif rendah. Hal ini dapat disebabkan oleh *process capital* yang belum berjalan secara efektif dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan sehingga belum mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan *firm value*. Selain itu, perbaikan proses internal perusahaan cenderung berdampak secara bertahap, sehingga pengaruhnya terhadap *firm value* belum terlihat secara signifikan dalam tahun penelitian.

### **4.3 Pembahasan**

Berdasarkan pada hasil pengujian variabel-variabel yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis menyajikan penjelasan hasil penelitian secara lebih terperinci sebagai berikut:

#### **4.3.1 Pengaruh *Human Capital* terhadap *Firm Value***

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi variabel *human capital* terhadap *firm value* sebesar 0,9668 yang lebih besar dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *human capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laura et al., (2025), Anjani dan Dillak, (2019), Puspita dan Wahyudi, serta

(2021), Rifana dan Nuswantara, (2021) yang menyatakan bahwa *human capital* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Temuan tersebut menyatakan bahwa keberadaan *human capital* dalam perusahaan belum tentu mampu secara langsung meningkatkan *firm value*. Tidak signifikannya pengaruh tersebut dapat disebabkan oleh belum optimalnya pengelolaan dan pemanfaatan *human capital* oleh perusahaan. Biaya yang telah dikeluarkan dalam bentuk gaji dan tunjangan karyawan belum sepenuhnya mampu menciptakan nilai tambah ekonomi yang berdampak pada peningkatan kinerja maupun profitabilitas perusahaan.

Maka pengeluaran perusahaan untuk tenaga kerja masih bersifat sebagai beban operasional, bukan sebagai investasi strategis yang menghasilkan keunggulan kompetitif. Selain itu, kualitas, kompetensi, serta kemampuan inovasi karyawan belum dikelola secara efektif sehingga belum mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan laba maupun menciptakan sinyal positif bagi investor. Kurangnya program pelatihan, pengembangan keterampilan, serta strategi pengelolaan aset tidak berwujud yang tepat juga dapat menjadi faktor penyebab tidak optimalnya peran *human capital* dalam meningkatkan *firm value*.

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Adyaksana et al., (2023), Fadilah dan Afriyenti, (2020), dan Sisodia et al., (2021), yang menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh terhadap *firm value*. Temuan tersebut menjelaskan bahwa pengelolaan

*human capital* yang efektif dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja, sehingga berdampak pada peningkatan kinerja serta profitabilitas perusahaan. Karyawan yang memiliki kompetensi, keterampilan, dan kemampuan inovasi yang tinggi mampu menciptakan keunggulan kompetitif serta menghasilkan nilai ekonomi yang lebih besar bagi perusahaan.

Kualitas dan kemampuan karyawan yang baik mencerminkan peningkatan perusahaan dalam mengelola aset tidak berwujud secara optimal, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan penilaian positif dari investor. Apabila perusahaan mampu mengembangkan serta memanfaatkan keahlian dan kompetensi karyawan secara maksimal melalui program pelatihan dan strategi pengelolaan yang tepat, maka *human capital* dapat menjadi faktor strategis yang berkontribusi terhadap peningkatan *firm value*.

#### **4.3.2 Pengaruh *Innovation Capital* terhadap *Firm Value***

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi variabel *innovation capital* terhadap *firm value* sebesar 0,7040 yang lebih besar dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *innovation capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahrir (2019), serta Wahono dan Sari, (2021) yang menyatakan bahwa *innovation capital* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Temuan tersebut menyatakan bahwa aktivitas inovasi yang dilakukan

perusahaan belum mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan *firm value*. Kondisi ini dapat terjadi karena proses inovasi umumnya memerlukan waktu yang cukup panjang hingga mampu menghasilkan manfaat ekonomi yang nyata. Hasil dari kegiatan inovasi tidak selalu langsung tercermin dalam peningkatan kinerja perusahaan maupun dalam penilaian pasar terhadap perusahaan.

Kegiatan inovasi sering kali membutuhkan biaya penelitian dan pengembangan yang relatif besar sehingga tidak semua perusahaan mampu mengalokasikan dana secara optimal untuk mendukung aktivitas tersebut. Proses penelitian dan pengembangan juga memiliki tingkat ketidakpastian yang tinggi, karena tidak semua inovasi yang dihasilkan dapat berhasil diterapkan atau memberikan keuntungan bagi perusahaan. Hasil inovasi yang dihasilkan perusahaan juga dapat menghadapi keterbatasan dalam perlindungan hak kekayaan intelektual, sehingga berpotensi mudah ditiru oleh pihak lain. Kondisi tersebut menyebabkan *innovation capital* yang dimiliki perusahaan belum sepenuhnya mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan keunggulan perusahaan di pasar, sehingga pengaruhnya terhadap *firm value* menjadi tidak terlihat secara langsung.

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Akyunina dan Kurnia, (2021) serta Rofida, (2023) yang menyatakan bahwa *innovation capital* berpengaruh terhadap *firm value*. Temuan tersebut menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan dalam

menciptakan dan mengembangkan inovasi secara berkelanjutan dapat meningkatkan kinerja dan pertumbuhan usaha. Inovasi yang efektif, baik dalam bentuk pengembangan produk, proses, maupun strategi bisnis, mampu mendorong peningkatan pendapatan serta memperluas pangsa pasar. Hal ini pada akhirnya berdampak pada peningkatan laba dan aset perusahaan.

Tingkat *innovation capital* yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan persaingan pasar. Perusahaan yang aktif melakukan inovasi cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat, sehingga dinilai memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor dan memberikan penilaian positif terhadap perusahaan. Maka semakin optimal perusahaan dalam mengelola *innovation capital*, semakin besar pula potensi peningkatan *firm value* yang dapat dicapai.

#### **4.3.3 Pengaruh *Customer Capital* terhadap *Firm Value***

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi variabel *customer capital* terhadap *firm value* sebesar 0,6570 yang lebih besar dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *customer capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyowati, (2021), Gani, (2022), serta Andhieka dan Retnani, (2017) yang menyatakan bahwa *customer capital* tidak berpengaruh

terhadap *firm value*. Temuan tersebut menyatakan bahwa hubungan perusahaan dengan pelanggan belum tentu mampu meningkatkan *firm value* secara langsung. Kondisi ini dapat terjadi karena manfaat dari hubungan dengan pelanggan, seperti loyalitas dan kepuasan, umumnya lebih dahulu tercermin pada peningkatan aktivitas penjualan atau kinerja operasional perusahaan, sehingga pengaruhnya terhadap *firm value* di pasar tidak selalu terlihat secara langsung. Hubungan perusahaan yang baik dengan pelanggan tidak selalu berdampak pada peningkatan penilaian investor terhadap perusahaan.

Keberadaan *customer capital* juga belum tentu mampu meningkatkan *firm value* apabila tidak diikuti dengan pengelolaan strategi bisnis yang efektif. Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat menjaga loyalitas dan mempertahankan pangsa pasar, namun hal tersebut belum tentu menghasilkan peningkatan laba yang signifikan dalam jangka pendek. Investor pada umumnya lebih mempertimbangkan indikator kinerja keuangan yang dapat diukur secara langsung, seperti pertumbuhan laba, profitabilitas, dan stabilitas keuangan perusahaan. Oleh karena itu, meskipun perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan, *customer capital* yang dimiliki belum tentu mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan *firm value*.

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Tiong, (2021), Nguyen dan Doan, (2020), serta Sunto dan Petronila, (2022) yang menyatakan bahwa *customer capital* berpengaruh

terhadap *firm value*. Temuan tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan cenderung memiliki tingkat penjualan yang lebih stabil serta reputasi yang lebih baik di pasar. Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas, kepercayaan, serta kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan. Kondisi tersebut dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian secara berulang dan merekomendasikan produk kepada pihak lain, sehingga mampu memperluas pangsa pasar perusahaan.

Tingginya *customer capital* juga dapat memberikan sinyal positif bagi investor mengenai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan mengelola hubungan dengan pelanggannya. Hubungan yang kuat dengan pelanggan dapat mencerminkan keberlanjutan permintaan terhadap produk perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan serta kinerja keuangan perusahaan. Peningkatan kinerja tersebut kemudian dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap prospek perusahaan di masa depan. Semakin baik pengelolaan *customer capital* yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan investor, memperkuat reputasi perusahaan di pasar, serta mendorong peningkatan harga saham yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan *firm value*.

#### 4.3.4 Pengaruh *Process Capital* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi variabel *process capital* terhadap *firm value* sebesar 0,6118 yang lebih besar dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *process capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina dan Sukartha, (2025), Rachman dan Marsono, (2014), serta Herdani dan Kurniawati, (2022) yang menyatakan bahwa *process capital* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Temuan tersebut menyatakan bahwa sistem, prosedur, serta mekanisme operasional yang dimiliki perusahaan belum tentu mampu meningkatkan *firm value* secara langsung. Kondisi ini dapat terjadi karena *process capital* pada dasarnya lebih berperan dalam mendukung efisiensi dan kelancaran kegiatan operasional perusahaan. Perbaikan pada sistem kerja, standar operasional, maupun prosedur internal umumnya lebih berdampak pada peningkatan efektivitas proses bisnis di dalam perusahaan, sehingga manfaatnya tidak selalu langsung tercermin dalam peningkatan kinerja keuangan maupun penilaian pasar terhadap perusahaan.

Manfaat dari *process capital* sering kali bersifat tidak langsung dan memerlukan waktu untuk dapat memberikan dampak terhadap peningkatan *firm value*. Sistem dan prosedur yang baik memang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas pengelolaan

aktivitas bisnis, namun apabila tidak diikuti dengan peningkatan inovasi, kualitas produk, maupun strategi bisnis yang tepat, maka pengaruhnya terhadap *firm value* menjadi kurang terlihat. Beberapa penelitian juga menjelaskan bahwa tidak signifikannya pengaruh *process capital* dapat dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik industri serta kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sistem yang dimilikinya. Dengan demikian, meskipun perusahaan telah memiliki *process capital* yang baik, pengelolaannya belum tentu secara langsung mampu meningkatkan *firm value* apabila belum dioptimalkan secara efektif dan berkelanjutan.

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Anthony Holly, Robert Jao, Ana Mardiana, (2025), Rachman dan Mulyani, (2021), serta Suhendah dan Rahmawati, (2022) yang menyatakan bahwa *process capital* berpengaruh terhadap *firm value*. Temuan tersebut menjelaskan bahwa pengelolaan proses internal yang efektif dan efisien dapat meningkatkan produktivitas serta kinerja perusahaan, sehingga berdampak pada peningkatan kepercayaan investor dan *firm value*. *Process capital* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sistem kerja, prosedur operasional, teknologi, serta mekanisme pengendalian yang mendukung aktivitas bisnis perusahaan secara berkelanjutan.

Pengelolaan proses internal yang baik memungkinkan perusahaan menjalankan kegiatan operasional secara lebih efisien, mengurangi kesalahan dalam proses produksi maupun pelayanan, serta

meningkatkan kualitas produk dan layanan yang dihasilkan. Kondisi ini dapat mendorong peningkatan kinerja perusahaan karena aktivitas operasional yang terorganisir dengan baik akan membantu perusahaan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara lebih optimal. Sistem dan prosedur yang jelas juga dapat meningkatkan konsistensi kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga memberikan sinyal positif bagi investor mengenai prospek perusahaan di masa depan. Semakin efektif perusahaan dalam mengelola *process capital* yang dimilikinya, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan, memperkuat kepercayaan investor, serta mendorong peningkatan *firm value*.

#### **4.4 Variabel Kontrol**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kontrol *Earning Per Share* (EPS) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Firm Value*. Berdasarkan hasil pengujian statistik, diperoleh nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,8074 untuk variabel EPS terhadap *Firm Value*. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara statistik *Earning Per Share* (EPS) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Firm Value* dalam model penelitian ini.

Pengujian terhadap variabel *Leverage* (DAR) sebagai variabel kontrol kedua menunjukkan bahwa variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Firm Value*. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi (*p-value*) untuk variabel kontrol *Leverage* (DAR) sebesar

0,3024 terhadap *Firm Value*. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Leverage* (DAR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Firm Value*.

Terakhir Pengujian terhadap variabel *Firm Size* sebagai variabel kontrol ketiga menunjukkan bahwa variabel ini tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Firm Value*. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,1653 untuk variabel *Firm Size* terhadap *Firm Value*. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *Firm Size* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Firm Value* dalam model penelitian ini.

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Human Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value* pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2024. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan karyawan belum mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan *firm value*.
2. *Innovation Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas inovasi yang dilakukan perusahaan belum mampu meningkatkan persepsi pasar terhadap *firm value*.
3. *Customer Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan perusahaan dengan pelanggan dan pihak eksternal lainnya belum mampu mendorong peningkatan *firm value* secara statistik.
4. *Process Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hal ini menunjukkan bahwa sistem, prosedur, dan proses internal perusahaan belum memberikan dampak yang berarti terhadap peningkatan *firm value*.
5. Variabel kontrol yang terdiri dari *Earning Per Share (EPS)*, *Leverage (Debt to Asset Ratio/DAR)*, dan *Firm Size* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *firm value*.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dijadikan sebagai masukan maupun referensi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Disarankan bagi perusahaan sektor teknologi untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi *firm value*, seperti profitabilitas, kebijakan dividen, strategi bisnis, maupun kualitas tata kelola perusahaan. Hal ini mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen *intellectual capital* belum mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap *firm value*.
2. Disarankan bagi manajemen perusahaan untuk mengevaluasi kembali efektivitas pengelolaan *intellectual capital*, khususnya dalam mengintegrasikan *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital* ke dalam strategi jangka panjang perusahaan agar dapat memberikan nilai tambah yang lebih optimal.
3. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih memperhatikan karakteristik industri dan kondisi perusahaan yang diteliti, mengingat setiap sektor memiliki dinamika dan kebutuhan yang berbeda. Penelitian lanjutan dapat mengkaji apakah pengelolaan *intellectual capital* memiliki dampak yang berbeda pada sektor industri lain atau dalam kondisi ekonomi tertentu.
4. Disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor eksternal perusahaan, seperti kondisi makroekonomi, tingkat persaingan industri, maupun sentimen pasar, yang diduga turut memengaruhi *firm*

*value* dan belum tercakup dalam penelitian ini.

5. Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel *independen* maupun variabel kontrol yang berbeda, serta memperpanjang tahun pengamatan, sehingga dapat memperluas cakupan penelitian dan menghasilkan temuan yang lebih beragam serta komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi *firm value*.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih terdapat beberapa keterbatasan, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup komponen *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital*, *innovation capital*, *customer capital*, dan *process capital*, serta variabel kontrol *Earning Per Share (EPS)*, *Leverage (Debt to Asset Ratio/DAR)*, dan *Firm Size* terhadap *firm value*. Meskipun demikian, masih terdapat berbagai faktor lain di luar ruang lingkup penelitian ini yang berpotensi memengaruhi *firm value*, seperti profitabilitas, kebijakan dividen, struktur kepemilikan, kondisi makroekonomi, maupun faktor pasar lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.
2. Penelitian ini terbatas pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2024, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada sektor industri lain atau periode waktu yang berbeda. Selain itu, keterbatasan data yang tersedia pada laporan tahunan perusahaan juga menjadi kendala dalam proses pengumpulan dan

pengolahan data.

3. Keterbatasan referensi dan literatur yang secara spesifik membahas hubungan antara intellectual capital dan *firm value* pada perusahaan sektor teknologi di Indonesia juga menjadi salah satu hambatan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan kajian teoritis dan empiris yang lebih luas untuk memperkaya pemahaman mengenai topik tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achriaty, N., & Putri, S. (2023). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(1), 64–71. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i1.184>
- Adyaksana, R. I., Umam, M. S., & Singgansari, C. M. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan, Human Capital, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(2), 265–277. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i2.185>
- Agustina, I. K. R., & Sukartha, P. D. Y. (2025). Exploring the relationship between intellectual capital and firm value: Evidence from the Indonesian banking sector. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 22(1), 80–100. <https://doi.org/10.31106/jema.v22i1.23942>
- Akbar, Maryam, S., & Karyadi, K. (2020). Pengaruh Earning Per Share (EPS) Terhadap Price To Book Value (PBV) (Studi pada PT. Tri Banyan Tirta, Tbk). *Jurnal Co Management*, 3(2), 494–507.
- Akyunina, K., & Kurnia. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Inovasi terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(6), 1–25. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4064/4076>
- Alpi, M. F. (2024). *Analisis Tax Avoidance : Peranan Aset Tetap Leverage Dan Sales Growth Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia*. 7, 135–143.
- Amin Kuncoro. (2024). Peningkatan Kinerja Pemasaran: Media Sosial, Inovasi Produk, dan pemasaran Afiliasi. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 3(1), 50–64. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v3i1.1370>
- Anderson, G. E., & Asyik, N. F. (2021). Intellectual Capital Mempengaruhi Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmiah Dan Riset Akuntansi*, 10(7), 1–20.
- Andhieka, K. T., & Retnani, E. D. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Anjani, A., & Dillak, V. J. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 3(3), 306–320.

- Annisa Hendry, Y., & Situmeang, C. (2020). *Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Human Capital Pada Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia*. 5(3), 248–253.
- Anthony Holly, Robert Jao, Ana Mardiana, W. K. (2025). Pengaruh Intellectual Capital Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 69–78. <https://doi.org/10.37058/jak.v13i2.844>
- Aulia, A. N., & Mustikawati, R. I. (2018). *Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan*. 1–7.
- Auranisha, S., Ibrahim, M. W., & Darmadi, R. A. (2025). Pengaruh Environmental Social Governance dan Green Innovation Terhadap Firm Value dengan Financial Performance sebagai Moderasi. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 476–482. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Azzuhriyyah, A. A., & Kurnia, K. (2023). Pengaruh Tunneling Incentive, Intangible Asset, dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Transfer Pricing Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 63–72.
- Bayu Rizki Nugrahanto. (2018). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Industri Manufaktur Farmasi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2013-2017*.
- Catur Fatchu Ukhriyawati dan Riani Dewi. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equilibiria*, 6(1), 1–14.
- Chandra, D. S. (2021). Pengaruh Debt To Asset Ratio, Return On Asset Earning Per Share Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 99–108. <https://doi.org/10.30596/jakk.v4i1.6906>
- Dasuki, R. E. (2021). Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 447–454.
- Dewi, H. R., & Dewi, L. M. C. (2020). Modal Intelektual Dan Nilai Perusahaan Pada Industri Jasa Dan Pertambangan Di Indonesia. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 2(2012), 132–143. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol2.art11>
- Endang Puji Astutik, A. N. A. (2020). Pengaruh Current Ratio (CR) dan Debt To Asset Ratio (DAR) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada Pt. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Periode 2008-2017. *Jurnal Madani: Ilmu*

*Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(1), 56–65.  
<https://doi.org/10.33753/madani.v3i1.87>

- Ery Teguh Prasetyo, P. M. (2023). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 49–59.
- Fadilah, R., & Afriyenti, M. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Perencanaan Pajak, Dan Pengungkapan Enterprise Risk Management Terhadap Nilai Perusahaan. *Wahana Riset Akuntansi*, 8(1), 82.  
<https://doi.org/10.24036/wra.v8i1.109056>
- Fajriah Alifatul Laili, Idris Ahmad, & Nadhiroh Umi. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1.  
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Fauzia, N., & Amanah, L. (2016). Pengaruh Intellectual Capital, Karakteristik Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(April), 1–22.
- Fauzyah, C., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pertambangan Sub-Industri Baja Dan Besi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 129–142.  
<http://www.jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/5093/4005>
- Gani, P. (2022). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia Volume 04, Nomor 02, Maret 2021*, 6, 518–529.
- Gustina, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada Seluruh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 8, No.
- Halim, K. I. (2021). Pengaruh Intellectual Capital, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Revenue*, 01(02), 227–232.
- Herdani, E. F., & Kurniawati, R. (2022). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Ixsgl30. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 43(1), 1. <https://doi.org/10.47313/jib.v43i1.1476>
- Hergianti, A. N., & Retnani, D. E. D. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9, 1–20.

- Hutapea, D. O., Zebua, E. W., Zebua, E. W., & Hayati, K. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Earning Per Share, Price Earning Ratio Dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Jambura Economic Education Journal*, 3(2), 61–71. <https://doi.org/10.37479/jeej.v3i2.10452>
- Indonesia.go.id. (2024). *Indonesia Salip Vietnam Dan Malaysia, Jadi Tujuan Investasi Digital Terbesar Kedua Di Asean*. Portal Informasi Indonesia. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8490/indonesia-salip-vietnam-dan-malaysia-jadi-tujuan-investasi-digital-terbesar-kedua-di-asean?lang=1>
- Istikhoroh, S. (2015). Pengungkapan Intellectual Capital Dan Corporate Social Responsibility Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Peran Laporan Keuangan Dalam Pengukur Nilai Perusahaan. *Majalah Ekonomi*, 1411, 124–136.
- Ivan, M.P. Brata, & Nur Wening. (2023). Human Capital Sebagai Bagian Dari Intelligent Capital Dalam Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(3), 279–295. <https://doi.org/10.51903/jupea.v3i3.1189>
- Jaya, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) dan Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen*, 16, 38–44.
- Julita. (2024). *Locus Of Control , Intelectual Capital Dan Implementasi Fintech Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Di Kota Medan*. 7, 97–104.
- Komdigi.go.id. (2025). *Investasi Digital Dorong Akselerasi 5G, Indonesia Targetkan 100 Mbps di 2029*. Kementerian Komunikasi Dan Digital Republik Indonesia. <https://portal.komdigi.go.id/kanal-publik/berita-kini/9152>
- Kusumaningsih, O., & Mujiyati, M. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 4116–4127. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9105>
- Laura, R. D., Rifan, D. F., & Anita, Y. (2025). *Pengaruh Human Capital, Pertumbuhan Penjualan Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dalam Etika Bisnis Islam*. 9(3), 672–692.
- Lubis, H. Z., & Setiawan, F. (2023). *Determinan Intellectual Capital in Chemical Sector Companies that Impact Return on Assets*. 1(January), 2424–2435.
- Lukas, M. P., Pasoloran, O., & Jao, R. (2018). Pengaruh Komponen Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Ajar*, 1(01), 21–43. <https://doi.org/10.35129/ajar.v1i01.47>

- Marpaung, A. P., Koto, M., Shareza Hafiz, M., & Hamdani, R. (2022). Female Directors And Firm Performance: Evidence of Family Firm in Indonesia. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 22(1), 19–30. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2022/v22i130538>
- Masri, I. (2016). The Role of Business Strategies on Relation Intellectual Capital Element and Corporate Performance. *Akuntansi Riset*, 8(1), 1–12.
- Melsia, M., & Dewi, N. S. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Perusahaan dan Nilai Perusahaan. In *Media Bisnis* (Vol. 13, Issue 2). <https://doi.org/10.34208/mb.v13i2.515>
- Merciana, P., & Aspyan, N. (2022). Pengaruh Earning Per Share , Profitabilitas, Leverage, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(2), 286–294. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i2.11589>
- Miranda, L., Yamasitha, Y., & Muhammad Pondrial. (2025). Pengaruh Keputusan Investasi, Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 201. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(3), 669–690. <https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i3.2034>
- Mulyaningtyas. (2016). Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal STIE ASIA Malang*, 47–56.
- Nugroho, E., & Dewi, R. (2023). Pengaruh Human Capital, Inovasi, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(08), 1573–1581.
- Nurjannah, S. H. H. dan. (2020). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Plastik Dan Kemasan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 7597(2), 234–246.
- Puspita, G., & Wahyudi, T. (2021). Modal Intelektual (Intellectual Capital) dan Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur. *Owner*, 5(2), 295–306.
- Rachman, F., & Marsono. (2014). Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai pasar Perusahaan (Studi pada perusahaan yang Terdaftar di Bursa efek Indonesia Tahun 2008-2012). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(1), 92–104.
- Rachmawati, R. P. (2015). Pengaruh Struktur Aktiva Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek

Indonesia (BEI) Periode 2012. *Unikom*, 53(9), 1689–1699.

- Rahmawati, F. (2023). *Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Teknologi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022*. 1–23.
- Ramadhani, A., & Agustin, H. (2021). Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). *JEA Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(1), 67–81. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea>
- Rifana, R., & Nuswantara, D. A. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI 2015-2018. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(1), 92–102. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n1.p92-102>
- Rofida, S. C. (2023). Pengaruh Leverage, Inovasi, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(5), 1–16.
- Salsabila, H. S. (2024). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Aneka Industri yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2023)*. 2(5).
- Savila, I. D., & Chariri, A. (2025). Peningkatan Kinerja Pemasaran: Media Sosial, Inovasi Produk, dan pemasaran Afiliasi. *Owner*, 9(2), 965–976. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2632>
- Sintawati, D., & Khairunnisa. (2024). Pengaruh Jumlah Saham Beredar Dan Tingkat Pengungkapan Informasi Website Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018- 2022). *EProceedings of Management*, 11(1), 630–638.
- Siti Wulan Astriah, Rizky Trinanda Akhbar, Erma Apriyanti, D. S. T. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba*. 10(2), 387–401.
- Springer, A. E., Krisyadi, R., & Chandra, B. (2024). Pengaruh MVAIC Terhadap Efisiensi Operasional Perusahaan Keuangan di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. *Jambura Accounting Review*, 5(1), 64–80. <https://doi.org/10.37905/jar.v5i1.111>
- Sukma, melati fitri. (2021). Peran Firm Size, Current Ratio, Debt To Asset Ratio, Dan Return on Equity Terhadap Price To Book Value Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-

2020. *Journal Managenet Dan Bisnis Improvement*, 1(1), 47–54.
- Sunto, J. F., & Petronila, T. A. (2022). Intellectual Capital Dan Pengaruhnya Pada Nilai Perusahaan. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 14(1), 182–198. <https://doi.org/10.25170/wpm.v14i1.3673>
- Syahroni Irfan, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56.
- Tahar, R. (2018). Pengukuran Profitabilitas. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Tiong, P. (2021). Pengaruh Human Capital, Structural Capital dan Customer Capital terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. *Journal of Applied Management and Business Research ( JAMBiR )*, 1(1), 94–107.
- Umi Kalsum, SE, M. S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahan, Likuiditas, Kinerja Keuangan Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia BEI. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Wahono, E. M., & Sari, S. P. (2021). Research and Development Intensity, Goodwill, Intellectual Capital, and Financial Performance on Firm Value. *Duconomics Sci-Meet (Education & Economics Science Meet)*, 1, 296–306. <https://doi.org/10.37010/duconomics.v1.5456>
- Wardani Harahap, L. (2017). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Dan Firm Size Terhadap Kondisi Financial Distress Pada Perusahaan Property and Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2014. *Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis*, 17(2), 1–12.
- Yati, Y., Munandar, A., & Muniarty, P. (2025). Analisis Working Capital TurnoverRasio Dan Sales GrowthRasio TerhadapNet Profit MarginPada PT. Ramayana Lestari Sentosa,Tbk. ... *Manajemen Informatika & ...*, 5(1), 20–34. <https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/mifortekh/article/view/795%0Ahttps://journal.stiestekom.ac.id/index.php/mifortekh/article/download/795/585>
- Yudhianie, N. A., & Muslim, A. I. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Profitabilitas, Struktur Modal, Growth Opportunity Dan Inovasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 17(1), 23–42. <https://doi.org/10.25170/jak.v17i1.3294>

## LAMPIRAN

Data sekunder dan sudah di olah yang diperoleh dari data laporan keuangan dan laporan tahunan pada Perusahaan Sektor Teknologi di bursa efek Indonesia tahun 2020 - 2024

Tahun	Kode	Firm Value	Human Capital	Innovation Capital	Customer Capital	Process Capital	Earning Per Share (EPS)	Leverage (DAR)	Firm Size
2020	ATIC	0.91	28.85	0.05	0.10	2.04	-227189.98	0.91	36.00
2021		0.99	28.92	0.02	0.05	2.26	-108528.70	0.99	35.95
2022		0.96	28.95	0	0.21	2.60	62010.65	0.96	35.98
2023		0.93	29.49	0	0.31	2.24	147940.39	0.93	36.23
2024		0.87	29.41	0	-0.12	2.31	127553.94	0.87	36.09
2020	EMTK	4.41	21.51	0.17	0.08	1.63	304.29	0.31	30.51
2021		3.78	21.40	0.11	0.08	0.99	98.30	0.13	31.27
2022		1.52	21.51	0.07	0.21	0.94	89.19	0.11	31.43
2023		0.95	21.08	0.07	-0.40	0.58	-3.91	0.12	31.39
2024		0.80	21.36	0.08	0.32	0.83	29.58	0.16	31.46
2020	KREN	0.18	33.86	0.01	-0.02	5.08	-13217.70	0.21	35.74
2021		0.21	34.01	0.01	0.11	6.35	-18053.92	0.21	35.68
2022		0.22	34.21	0.01	-0.01	7.56	-4216.41	0.22	35.59
2023		0.29	34.29	0.01	-0.05	7.57	-2905.76	0.29	35.61
2024		0.28	33.86	0.01	-0.39	4.80	-3754.28	0.28	35.56
2020	MLPT	0.81	20.82	0.01	0.09	0.56	-67.59	0.75	30.38
2021		1.06	21.00	0	0.12	0.51	0.18	0.69	30.32
2022		0.66	21.13	0	0.15	0.70	287.49	0.65	30.20
2023		0.82	20.95	0.03	-0.04	1.66	119.72	0.77	28.77
2024		0.85	21.00	0.03	0.13	1.60	196.72	0.80	28.83
2020	KIOS	0.74	32.50	0.05	-0.69	5.48	-58358.90	0.74	32.87
2021		0.23	30.24	0.09	-0.63	5.48	3435.23	0.22	32.00
2022		0.06	29.79	0.02	0.07	4.32	761.35	0.06	32.82
2023		0.88	29.25	0.03	-0.25	3.95	-15874.68	0.88	30.44
2024		0.10	28.44	0	-0.55	2.29	-12815.54	0.10	32.66
2020	MCAS	0.28	31.92	0.01	0.02	8.08	83414.37	0.27	35.15
2021		0.29	30.54	0.01	0.12	7.80	162867.89	0.29	35.30
2022		0.33	30.26	0.01	-0.03	9.29	46833.15	0.32	35.19
2023		0.41	30.49	0.01	-0.05	9.17	3299.49	0.41	35.23
2024		0.40	30.05	0.01	-0.39	5.76	-40625.92	0.40	35.18
2020	NFCX	0.29	31.60	0.01	0.23	6.80	81465.73	0.29	34.88
2021		0.28	31.13	0	0.17	5.62	507873.84	0.28	35.19
2022		0.26	30.92	0.01	0.11	6.83	34986.64	0.26	35.16
2023		0.44	31.37	0.01	-0.03	9.16	-716635.34	0.43	34.99
2024		0.45	30.28	0.01	-0.36	7.02	-220633.47	0.45	34.85
2020	DIVA	0.24	31.67	0.03	0.04	3.81	90114.86	0.24	34.68
2021		0.09	30.31	0.01	0.32	2.20	886495.53	0.09	35.40
2022		0.08	29.40	0.01	0	2.29	5901.15	0.08	35.39
2023		0.14	29.22	0.02	-0.21	4.75	-891069.63	0.14	34.55
2024		0.16	29.48	0.02	0.08	7.18	-161942.69	0.16	34.29
2020	HDIT	0.13	32.08	0.07	-0.67	9.36	2777.11	0.13	33.45
2021		0.24	32.46	0.09	0.11	9.00	-4738.05	0.24	33.59

2022		0.07	33.56	0.14	0.18	14.38	-14999.68	0.07	33.29
2023		0.17	32.36	0.16	-0.48	7.50	-27650.83	0.17	33.29
2024		0.17	28.16	0.18	-0.99	0.12	-12373.97	0.17	33.23
2020	TFAS	0.30	28.36	0.04	-0.15	2.69	3877.46	0.29	32.99
2021		0.32	28.10	0.03	0.13	2.87	15981.82	0.29	33.04
2022		0.30	28.35	0.02	0.19	3.48	807.30	0.27	33.02
2023		0.25	28.58	0.02	-0.17	2.92	534.47	0.24	33.01
2024		0.29	28.47	0.01	-0.37	1.89	-5869.61	0.29	32.99
2020	DMMX	0.15	29.24	0.01	1.45	0.85	4162.75	0.14	34.04
2021		0.14	29.77	0.01	1.22	1.35	31089.87	0.12	34.38
2022		0.17	30.24	0	0.68	2.31	620.48	0.17	34.36
2023		0.23	30.39	0.01	0.00	4.10	-34734.06	0.22	33.79
2024		0.19	29.98	0.01	-0.40	2.73	-6745.60	0.19	33.70
2020	GLVA	1.76	22.51	0	-0.10	4.42	20.30	0.58	26.80
2021		1.33	22.44	0	-0.10	3.09	26.46	0.63	27.06
2022		1.68	22.67	0	0.33	2.79	60.26	0.63	27.45
2023		1.63	22.41	0	-0.11	2.44	52.22	0.58	27.46
2024		1.04	22.49	0	0.12	2.22	58.80	0.60	27.67
2020	PGJO	0.03	22.65	0.01	0.75	0.02	-24706.42	0.03	29.31
2021		0.03	25.12	0.02	7.66	0.07	-16828.00	0.03	30.16
2022		0.04	25.97	0.42	1.97	0.35	-13370.63	0.04	29.67
2023		0.14	27.29	0.40	2.73	2.20	-8725.34	0.13	29.14
2024		0.47	26.21	0.24	-0.81	0.53	-6550.89	0.46	28.93
2020	CASH	0.44	27.52	0	4.08	0.66	-4982.21	0.44	32.48
2021		0.32	28.00	0	0.67	1.62	-6066.69	0.32	32.09
2022		0.18	28.07	0.45	-0.08	2.64	-6853.78	0.18	31.52
2023		0.33	28.38	0.40	0.51	3.20	-21259.71	0.33	31.74
2024		0.48	28.02	0.36	-0.29	2.58	-24317.70	0.48	31.61
2020	DCII	11.08	22.75	0	0.55	3.34	76.83	0.70	26.15
2021		0.63	22.96	0	0.15	2.93	109.68	0.59	26.42
2022		27.79	22.81	0	0.20	2.36	154.31	0.51	26.81
2023		28.28	22.78	0	0.25	1.89	215.83	0.40	27.26
2024		21.20	23.07	0	0.39	2.04	334.27	0.38	27.51
2020	EDGE	0.42	28.44	0	0.38	2.49	377484.40	0.42	33.91
2021		7.63	21.82	0	-1.00	1.25	306.58	0.19	27.87
2022		5.28	21.98	0	0.33	1.52	460.76	0.25	28.10
2023		4.21	22.03	0	0.16	1.63	125.36	0.46	28.63
2024		2.64	21.99	0	0.07	1.63	114.97	0.51	28.89
2020	UVCR	0.38	29.79	0	-0.15	10.79	26270539.53	0.38	31.52
2021		0.20	30.74	0.15	1.77	14.40	2786.13	0.19	32.20
2022		0.18	30.30	0.15	0.30	16.56	5942.52	0.18	32.32
2023		0.23	29.86	0.16	-0.35	9.42	3469.91	0.23	32.45
2024		0.50	29.85	0.10	0.04	5.34	1797.45	0.50	32.90
2020	RUNS	0.09	27.11	0.00	3.00	0.60	9793.80	0.09	31.28
2021		0.03	24.75	0.03	-0.78	0.08	-11090.85	0.02	31.87
2022		0.15	26.60	0.15	5.34	0.57	3497.67	0.14	32.09
2023		0.28	26.44	0.25	-0.11	0.78	-4832.22	0.28	32.20
2024		0.26	26.44	0.37	-0.24	1.00	-2187.84	0.26	32.13
2020	WIRG	0.39	28.53	0.32	0.79	4.36	42395890.11	0.39	32.91
2021		0.43	28.88	0.31	0.38	4.31	2635.62	0.42	33.19
2022		0.29	29.03	0.19	1.80	3.17	4033.86	0.29	34.42

2023		0.37	29.50	0.33	0.47	4.13	5738.09	0.37	34.66
2024		0.44	29.65	0.37	0.04	3.27	6631.84	0.44	34.90
2020	AXIO	0.58	28.91	0	0.97	1.88	162236663.69	0.58	33.44
2021		0.62	30.22	0	3.42	2.91	1804009985.64	0.62	34.18
2022		0.55	30.15	0.01	0.03	1.75	15399.08	0.54	34.63
2023		0.43	30.31	0	-0.15	1.92	21753.46	0.43	34.48
2024		0.50	29.93	0	-0.03	1.60	9976.26	0.50	34.58



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

**PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN**

No. Agenda: 5458/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/11/7/2025

Kepada Yth.  
**Ketua Program Studi Manajemen**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
di Medan

Medan, 11/7/2025

Dengan hormat.  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Izmi Adinda Putri  
NPM : 2205160058  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Keuangan

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : Judul 1  
Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) sebagai pengelola layanan publik yang menggunakan dana daerah harus mampu menjalankan sistem keuangan yang bersih dan dapat dipercaya. Namun, masih terdapat potensi terjadinya kecurangan keuangan yang dapat merugikan perusahaan dan publik. Salah satu penyebabnya diduga berasal dari lemahnya pengawasan internal serta kurangnya transparansi dalam pelaporan dan pengelolaan keuangan. Ketidakterbukaan informasi keuangan dan pengawasan yang tidak berjalan efektif dapat membuka peluang terjadinya penyimpangan. Oleh karena itu, penting untuk diteliti apakah pengawasan internal dan transparansi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap pencegahan kecurangan keuangan pada PDAM Kota Tebing Tinggi.

Judul 2  
Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Tebing Tinggi sebagai badan usaha milik daerah dituntut untuk mengelola keuangan secara efisien, transparan, dan akuntabel guna menunjang kinerja keuangannya. Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan berbagai permasalahan seperti pengelolaan keuangan yang kurang optimal, penggunaan anggaran yang tidak efisien, serta lemahnya akuntabilitas dalam pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan. Hal ini berpotensi menurunkan kinerja keuangan perusahaan dan menghambat pencapaian tujuan pelayanan publik secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk diteliti sejauh mana pengelolaan keuangan daerah dan akuntabilitas keuangan memengaruhi kinerja keuangan PDAM Kota Tebing Tinggi.

Judul 3  
Program penanggulangan kemiskinan yang dijalankan oleh Dinas Sosial Kota Tebing Tinggi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat kurang mampu melalui pengelolaan dana bantuan sosial. Namun, efektivitas program tersebut masih sering dipertanyakan, terutama terkait dengan ketepatan sasaran, penyaluran dana, serta keterlibatan masyarakat dalam proses pelaksanaannya. Pengelolaan dana yang kurang transparan dan partisipasi masyarakat yang rendah dapat menjadi kendala utama dalam pencapaian tujuan program. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji apakah pengelolaan dana bantuan sosial dan partisipasi masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas program penanggulangan kemiskinan di Dinas Sosial Kota Tebing Tinggi.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

Rencana Judul : 1. Pengaruh Pengawasan Internal Dan Transparansi Keuangan Terhadap Pencegahan Kecurangan Keuangan  
2. Pengaruh Pengelolaan Keuangan Dan Akuntabilitas Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan  
3. Pengaruh Pengelolaan Dana Bantuan Sosial Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Efektivitas Program Penanggulangan Kemiskinan

Objek/Lokasi Penelitian : Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Tebing Tinggi, Dinas Sosial Kota Tebing Tinggi  
Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya  
Pemohon

(Izmi Adinda Putri)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

**PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN**

Nomor Agenda: 5458/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/11/7/2025

Nama Mahasiswa : Izmi Adinda Putri  
NPM : 2205160058  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Keuangan

Tanggal Pengajuan Judul : 11/7/2025

Nama Dosen Pembimbing<sup>\*)</sup> :

*Amf Pratama Marpaung, SE, M.Si*

Judul Disetujui<sup>\*\*) :</sup>

Pengaruh Human capital, innovation capital, customer capital, dan process capital terhadap firm value pada perusahaan sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia.

Disahkan oleh:  
Ketua Program Studi Manajemen

*Am*  
*Hasibuan*  
(Jasman Sarifuddin Hasibuan, SE., M.Si)

Medan, 09 September 2025

Dosen Pembimbing

*Amf*  
*Pratama Marpaung*  
(Amf Pratama Marpaung, SE., M.Si)

**Keterangan:**

\*) Diisi oleh Pimpinan Program Studi

\*\*) Diisi oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah lembar ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Skripsi"



**UMSU**

Agenda | Cerdas | Terpercaya  
 Berprestasi untuk ins agar disubstitusikan  
 peran dan tanggungjawab

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT.III/2024  
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id> [feb@umsu.ac.id](mailto:feb@umsu.ac.id) [fumsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING**  
**TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**NOMOR : 3280 / TGS / II.3-AU / UMSU-05 / F / 2025**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Tugas Akhir / Jurnal dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : **Manajemen**  
 Pada Tanggal :

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/ Jurnal Mahasiswa :

Nama : **Izmi Adinda Putri**  
 NPM : **2205160058**  
 Semester : **VII (Tujuh)**

Program Studi : **Manajemen**

Judul Proposal / Skripsi : **Pengaruh Human Capital, Innovation Capital, Customer Capital, dan Process Capital Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia**

Dosen Pembimbing : **Arif Pratama Marpaung, SE., MM.**

Dengan demikian di izinkan menulis Tugas Akhir / Jurnal dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Tugas Akhir/ Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Tugas Akhir / Jurnal harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Tugas Akhir
3. **Tugas Akhir dinyatakan " BATAL "** bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal 01 November 2026 Revisi Judul.....

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



Ditetapkan di : Medan  
 Pada Tanggal : **09 Jumadil Awwal 1447 H**  
 01 November 2025 M



Dekan

**Dr. Radiman, S.E., M.Si**  
 N I D N : 0107087801

Tembusan :

1. Pertinggal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Izmi Adinda Putri  
NPM : 225160058  
Dosen Pembimbing : Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M.  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Keuangan  
Judul Penelitian : Pengaruh *Human Capital, Innovation Capital, Customer Capital, dan Process Capital* terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	- fenomena belum muncul - Gap penelitian - kohesi antar variabel	09 / 2025 / 09	
Bab 2	- tambahkan Theory dasar - persangka literatur	01 / 2025 / 10	
Bab 3	- indikator diuraikan - urut penelitian	05 / 2025 / 11	
Daftar Pustaka	SeSesuaikan dengan APA 7	14 / 2025 / 11	
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	Soal dan kuisioner	14 / 2025 / 11	
Persetujuan Seminar Proposal	Di Sebagi untuk <del>sebagi</del> seminar	19 / 2025 / 11	

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Medan, 19 November 2025

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing

Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH PIMPINAN PUSAT  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mochtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Pada hari ini Kamis, 11 Desember 2025 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa :

**N a m a** : Izmi Adinda Putri  
**Konsentrasi** : Man. Keuangan  
**N .P.M.** : 2205160058  
**Tempat / Tgl.Lahir** : Tebing Tinggi, 24 September 2003  
**Alamat Rumah** : JLN. Bukit Siguntang, No.11  
**Judul Proposal** : Pengaruh Human Capital, Innovation Capital, Customer Capital, dan Process Capital Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia

Disetujui / tidak disetujui \*)

Item	Komentar
Judul	Dapat di sederhanakan (Koptoanul)
Bab I	Seder sesuai
Bab II	Tidak perlu ada variabel kontrol di bagian
Bab III	Tambah uji Simultaneous dengan KSAure
Lainnya	Revisi dengan pedoman Fes
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, Kamis, 11 Desember 2025

**TIM SEMINAR**

**Ketua**

Agus Sani, S.E., M.Sc.

**Pembimbing**

Arif Pratama Marpaung, SE., M.M

**Sekretaris**

Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M.

**Pembanding**

Assoc. Prof. Dr. Julita, S.E., M.Si.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH PIMPINAN PUSAT  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext. 304 Medan 220238



**PENGESAHAN PROPOSAL**

Berdasarkan hasil seminar Proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari *Kamis, 11 Desember 2025* menerangkan bahwa:

Nama : Izmi Adinda Putri  
Konsentrasi : Man. Keuangan  
N .P.M. : 2205160058  
Tempat / Tgl.Lahir : Tebing Tinggi, 24 September 2003  
Alamat Rumah : JLN. Bukit Siguntang, No.11  
JudulProposal : Analisis Intellectual Capital Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Sektor Teknologi Di Bursa Efek Indonesia.

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Tugas Akhir dengan pembimbing:  
*Arif Pratama Marpaung., SE., M.M*

Medan, Kamis, 11 Desember 2025

TIM SEMINAR

Ketua

*Agus Sani, S.E., M.Sc.*

Pembimbing

*Arif Pratama Marpaung., SE., M.M*

Sekretaris

*Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M.*

Pembanding

*Assoc. Prof. Dr. Julita, S.E., M.Si.*

Diketahui / Disetujui  
An. Dekan  
Wakil Dekan - I

*19/12/2025*  
*Assoc.Prof. Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si.*

NIDN. 0118127401

## SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/TUGAS AKHIR

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Izmi Adinda Putri  
 NPM : 2205160058  
 Program Studi : Manajemen  
 Konsentrasi : Keuangan  
 Judul Penelitian : Pengaruh *Human Capital, Innovation Capital, Customer Capital, dan Process Capital* Terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Sektor Teknologi di Bursa Efek Indonesia

Menyatakan bahwa:

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
  - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
  - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "penetapan proyek proposal/makalah/skripsi dan penghunjakkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, 04 Desember 2025  
 Pembuat Pernyataan

  
**Izmi Adinda Putri**

NB :

- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat pengajuan judul
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****1. DATA PRIBADI**

Nama : Izmi Adinda Putri  
NPM : 2205160058  
Tempat dan Tanggal Lahir : Tebing Tinggi, 24 September 2003  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Anak Ke : 3 dari 3 bersaudara  
Alamat : Jl. Bukit Siguntang No. 11  
No. Telephone : 0857 6217 4304  
Email : [izmiadinda@gmail.com](mailto:izmiadinda@gmail.com)

**2. DATA ORANG TUA**

Nama Ayah : Alm. Rahmad  
Pekerjaan : -  
Nama Ibu : Sudiasih  
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil  
Alamat : Jl. M. Akub Hasibuan Lk. IV  
No. Telephone : 0852 6285 7990  
Email : [sudiasih800@gmail.com](mailto:sudiasih800@gmail.com)

**3. DATA PENDIDIKAN FORMAL**

Sekolah Dasar : SD Negeri 163080 Kota Tebing Tinggi  
Sekolah Menengah Tingkat Pertama : SMP Negeri 1 Kota Tebing Tinggi  
Sekolah Menengah Tingkat Atas : SMA Negeri 1 Kota Tebing Tinggi  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 12 Maret 2026



(Izmi Adinda Putri)