

## RELEVANSI NILAI AKUNTANSI ASET TIDAK BERWUJUD PADA ERA DIGITAL

Elly Astuti<sup>1</sup>, Elana Era Yusdita<sup>2\*</sup>, Ayu Riana<sup>3</sup>, Jesika Stevani<sup>4</sup>, Karina Nurani Febriani<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Madiun

Email: elaradita@unipma.ac.id<sup>2\*</sup>

### Abstrak

Perkembangan teknologi telah mendiversifikasi aset tak berwujud secara signifikan, yang menekankan pentingnya aset tersebut dalam pelaporan keuangan. Para pemangku kepentingan mengandalkan laporan ini untuk membuat keputusan ekonomik. Studi ini mengeksplorasi relevansi penilaian aset tak berwujud dalam transformasi digital yang berkembang pesat. Dengan menggunakan kombinasi tinjauan pustaka dan metode kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa klasifikasi aset tak berwujud semakin beragam, mencakup organisasi, karyawannya, dan persepsi konsumen. Namun, investor cenderung tidak melihat pengungkapan aset tak berwujud sebagai sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, dari perspektif konsumen dan mitra bisnis, pengembangan aplikasi yang mudah digunakan dan reputasi merek yang kuat secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan perangkat lunak dan layanan teknologi informasi.

**Kata Kunci:** Intangible Assets, Mixed Method, Firm Value

### Abstract

*Technological developments have diversified intangible assets significantly, emphasizing their importance in financial reporting. Stakeholders rely on these reports to make economic decisions. This study explores the relevance of intangible asset valuation in the rapidly evolving digital transformation. By using a combination of literature reviews and quantitative and qualitative methods, this research aims to gain a comprehensive understanding. Research findings reveal that the classification of intangible assets is increasingly diverse, encompassing organizations, their employees, and consumer perceptions. However, investors tend not to see disclosure of intangible assets as a positive signal to increase company value. On the contrary, from the perspective of consumers and business partners, the development of easy-to-use applications and a strong brand reputation significantly increases the value of information technology software and services companies.*

**Keywords:** Intangible Assets, Mixed Method, Firm Value

## PENDAHULUAN

Di era digitalisasi, relevansi nilai akuntansi untuk mengukur aset tak berwujud menjadi isu kritis bagi para praktisi dan akademisi. Aset tak berwujud menjadi semakin penting ketika perusahaan berupaya memanfaatkan kekayaan intelektual, pengenalan merek, dan inovasi teknologi mereka (Moberly, 2014; Monga, 2016). Salah satu aspek kunci dari aset tidak berwujud adalah perannya dalam profitabilitas dan efisiensi perusahaan. Penelitian menemukan bahwa semakin tinggi tingkat aset tidak berwujud yang dimiliki suatu perusahaan, semakin tinggi pula kemampuannya menghasilkan keuntungan dan pengembalian asetnya (Qureshi & Siddiqui, 2020). Misalnya, dalam industri teknologi di Tiongkok, ditemukan pengaruh positif antara aset tidak berwujud dan profitabilitas perusahaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan yang berinvestasi dan mengelola aset tidak berwujud secara efektif dapat melihat peningkatan dalam kinerja keuangannya (Qureshi & Siddiqui, 2020).

Berbeda dengan aset fisik, yang dapat dengan mudah diukur dan disusutkan dari waktu ke waktu, aset tidak berwujud seringkali memiliki sifat yang lebih kabur dan subyektif, sehingga sulit untuk menentukan nilai pasar wajarnya (Verhoef et al., 2021). Sering kali terdapat keterputusan antara perlakuan akuntansi atas aset tidak berwujud dan nilai pasar aktualnya. Contoh nyata dari masalah ini

adalah kasus kebangkrutan Nortel, dimana portofolio patennya yang bernilai miliaran tercatat di neraca hanya dengan \$31 juta (Riley & Annis, 2013). Objektivitas penilaian aset tidak berwujud merupakan pertimbangan penting, karena sifat subjektif dari penilaian ini dapat menyebabkan distorsi dan kesalahan manajemen.

Metode akuntansi tradisional yang digunakan untuk mengukur dan melaporkan tidak berwujud seringkali gagal, sehingga menimbulkan kekhawatiran tentang keakuratan dan kegunaan informasi keuangan yang diberikan kepada pemangku kepentingan (Zéghal & Maaloul, 2011). Salah satu tantangan penting dalam bidang ini adalah kesulitan yang melekat dalam menilai aset tidak berwujud secara akurat (Adler et al., 2016; Damodaran, 2007). Selaras dengan itu, Monga (2016) mendokumentasikan bahwa investasi pada aset fisik telah menurun menjadi hanya 10% dari total aset perusahaan, sementara aset tak berwujud kini menyumbang sebagian besar nilai perusahaan.

Menanggapi tantangan tersebut, beberapa ahli mengungkapkan perlunya pengembangan standar akuntansi baru yang secara khusus dirancang untuk mengatasi karakteristik unik aset tidak berwujud. Ada pula yang mengusulkan penggabungan ukuran atau model penilaian berbasis pasar yang dapat menangkap nilai aset tak berwujud dalam laporan keuangan dengan lebih akurat.

Di sisi lain kemunculan platform dan teknologi digital semakin mempersulit penilaian aset tak berwujud. Kemampuan aset digital untuk menghasilkan nilai dan keunggulan kompetitif bagi bisnis menghadirkan serangkaian tantangan baru bagi akuntan dan profesional keuangan. Sifat aset digital yang dinamis dan berkembang pesat memerlukan adaptasi metodologi akuntansi untuk memberikan informasi yang relevan dan andal kepada investor dan pemangku kepentingan. Mengingat kompleksitas ini, perlakuan terhadap aset tak berwujud dalam praktik akuntansi memerlukan perhatian dan reformasi segera. Ketika perusahaan terus berinvestasi besar-besaran dalam inovasi digital dan kekayaan intelektual, diperlukan metode pengakuan, pengukuran, penyajian serta pengungkapan yang akurat dan adil mengenai posisi dan kinerja keuangannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana nilai aset akuntansi tidak berwujud relevan pada era digital yang terus berubah dengan cepat. Dalam menghadapi perkembangan teknologi dan aset digital yang semakin kompleks, penelitian akan fokus pada metode penilaian baru yang dapat mengatasi tantangan dalam mengukur nilai aset tidak berwujud secara akurat. Selain itu, penelitian juga akan mengeksplorasi kemungkinan pengembangan standar akuntansi baru yang lebih sesuai dengan karakteristik khusus dari aset tidak berwujud. Melalui penelitian ini, diharapkan akan ditemukan solusi-solusi inovatif yang dapat memberikan informasi akuntansi yang relevan dan dapat dipercaya bagi para pemangku kepentingan di era digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian akan menggunakan pendekatan metode campuran (mixed method) untuk menganalisis data kuantitatif dan kualitatif secara komprehensif (Qureshi & Siddiqui, 2020). Pendekatan metode campuran memungkinkan analisis yang lebih komprehensif dan kuat, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan kompleks antara karakteristik kualitatif akuntansi dan dampaknya terhadap pengambilan keputusan di perusahaan.

Penelitian kualitatif berfokus pada pengakuan aset tak berwujud pada PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut mencatat nilai aset tidak berwujud pada laporannya dalam nilai yang fantastis. Pada tahun 2023 perusahaan tersebut juga mengumumkan kerugiannya dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya dengan dalih kerugian tersebut bukanlah dari kegiatan operasional bisnis utama melainkan penurunan nilai goodwill yang masuk dalam kategori aset tidak berwujud.

Penelitian kuantitatif ini dilakukan menggunakan data sekunder laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan pada website BEI yang dapat diakses melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Penelitian ini akan difokuskan pada perusahaan teknologi karena investasi yang dilakukan perusahaan tersebut pada

aset tidak berwujudnya sangat material dan dapat mempengaruhi kualitas laporan keuangan secara keseluruhan.

Adapun penelitian kajian pustaka difokuskan pada publikasi artikel internasional bereputasi yang mengangkat tema aset tidak berwujud selama sepuluh tahun terakhir (2014-2024). Agar selaras dengan penelitian kualitatif dan kuantitatif yang dilakukan, penelitian kajian pustaka juga diarahkan untuk mengambil penelitian terdahulu pada perusahaan teknologi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

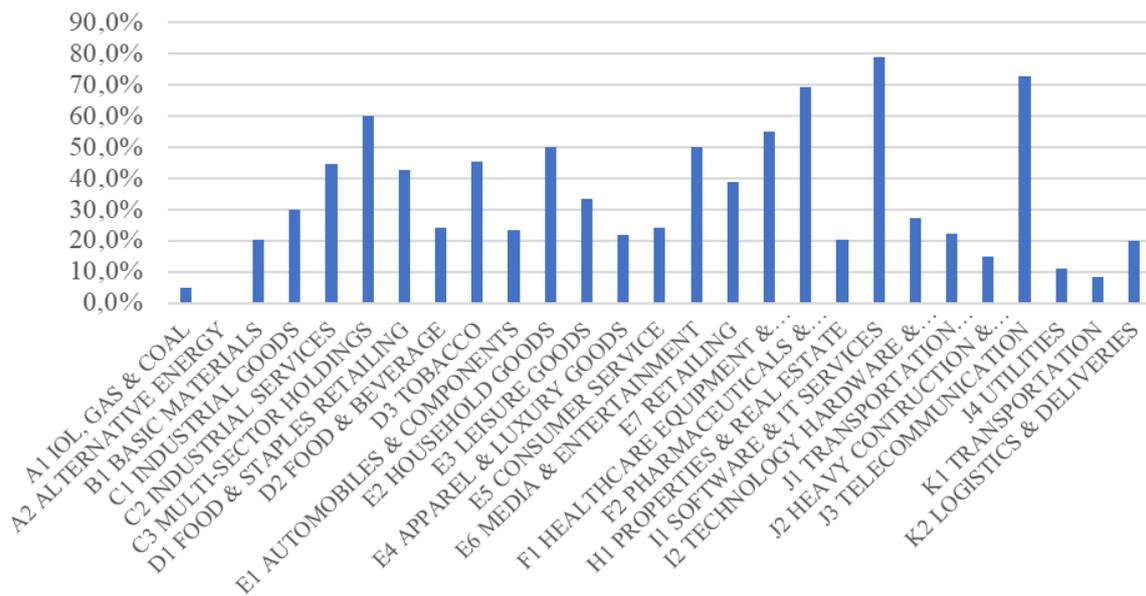
Penyajian hasil dan pembahasan akan mulai dari hal yang paling umum ke khusus. Pertama, dari hasil kajian pustaka, didapatkan jawaban dari tiga pertanyaan: 1) Klasifikasi aset tak berwujud pada era teknologi informasi, 2) Aset tak berwujud yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, 3) Mekanisme pengakuan, pengukuran, penyajian, dan pengungkapannya. Hasil pemetaan dari 86 artikel didapatkan jawaban pada Tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Kajian Pustaka**

Pertanyaan Penelitian	Jawaban dari Kajian Pustaka
Klasifikasi aset tak berwujud pada era teknologi informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Modal sosial organisasi yang mencakup kolaborasi, kepercayaan, dan keadilan organisasi dalam konteks tempat kerja.</li> <li>2) R&amp;D, perangkat lunak, merek, eksplorasi mineral, dan hiburan, sastra, karya seni asli.</li> <li>3) Keterampilan, sikap, tradisi, monumen berwujud, dan artefak</li> <li>4) Goodwill dan reputasi baik</li> <li>5) Kompetensi karyawan, iklim organisasi, modal intelektual, kepemimpinan</li> <li>6) Modal intelektual dan aktivitas CSR</li> <li>7) Transformasi data perangkat pintar</li> <li>8) Paten, hak cipta, merek dagang, goodwill</li> <li>9) Warisan budaya</li> <li>10) Aset alam dan budaya (permukaan air, padang hijau)</li> <li>11) Solusi perangkat lunak, layanan web, algoritma pembelajaran mendalam, kecerdasan buatan, dan platform digital</li> <li>12) Perangkat lunak, algoritma, kecerdasan buatan</li> <li>13) Pengetahuan, manajemen kualitas, inovasi, kepercayaan, dan reputasi konsumen</li> <li>14) Goodwill, kekayaan intelektual dan hak-hak lainnya</li> <li>15) Pengetahuan dan kompetensi sumber daya manusia, inovasi, hubungan pelanggan, budaya perusahaan, sistem, struktur perusahaan, modal intelektual</li> <li>16) Budaya organisasi, filosofi, ide bisnis, kualitas produk, dan inovasi</li> <li>17) Kepuasan pelanggan</li> <li>18) Paten, merek dagang, desain, dan citra perusahaan</li> <li>19) Merek</li> <li>20) Modal sosial</li> <li>21) Etika</li> </ol>
Aset tak berwujud yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pengembangan aset tak berwujud menghasilkan dampak positif pada tingkat ketenagakerjaan, sementara perolehan aset tak berwujud eksternal memiliki dampak positif marjinal pada kinerja finansial - diukur sebagai nilai saham perusahaan.</li> <li>2) Dampak pengembangan internal aset tak berwujud memengaruhi kinerja ekonomi pada perusahaan yang lebih besar dan meningkatkan lapangan kerja pada perusahaan yang relatif lebih kecil.</li> <li>3) Investasi aset tak berwujud.</li> <li>4) Modal intelektual dan CSR memiliki pengaruh positif yang nyata terhadap</li> </ol>

Pertanyaan Penelitian	Jawaban dari Kajian Pustaka
	<p>kinerja kompetitif UKM yang berkelanjutan.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5) Nilai aset tak berwujud SG&amp;A (biaya penjualan, umum &amp; administrasi) yang tinggi menghasilkan laba saham berikutnya yang positif.</li> <li>6) Keterampilan teknologi digital karyawan.</li> <li>7) Memanfaatkan budaya yang tertanam dan komponen tidak berwujud lainnya, perusahaan dapat terlibat dengan pelanggan mereka secara lebih baik untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan</li> <li>8) Kemampuan inovatif dan kompetitif.</li> <li>9) Peningkatan budaya perusahaan.</li> <li>10) Karyawan dengan IC yang tinggi akan berkontribusi dalam meningkatkan persaingan kerja di lingkungan organisasi.</li> <li>11) Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh laba bersih rata-rata per karyawan serta goodwill dan aset tak berwujud. Hal ini karena perusahaan yang memiliki karyawan dengan pengetahuan yang melimpah akan memiliki keunggulan dalam hal inovasi, dan reputasi yang baik, sebagai bagian dari goodwill bagi perusahaan oriental, akan mendorong orang untuk lebih banyak mengonsumsi dan berinvestasi.</li> <li>12) Ketika bank berinvestasi di IC, akan memberikan pengaruh positif pada produktivitas mereka.</li> <li>13) Pengalaman yang terkait dengan etika.</li> </ol>
Mekanisme pengakuan, pengukuran, penyajian, dan pengungkapannya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pasar saham sebagian mengakui nilai aset tak berwujud yang diciptakan oleh pengeluaran biaya penjualan, umum &amp; administrasi.</li> <li>2) Mengadopsi standar IASB ke dalam peraturan daerah atau menggunakan sistem dua buku untuk menyiapkan laporan keuangan mereka sesuai dengan standar IASB dan peraturan daerah mereka, seperti di Turki.</li> <li>3) Lembaga amal di Inggris, Bennett dan Gabriel (2003) mengukur reputasi berdasarkan penggunaan aset untuk amal dan reputasi organisasi.</li> </ol>

Berdasarkan Tabel 1, maka penggolongan jenis aset tak berwujud dapat digolongkan secara garis besar menjadi (1) Sumber Daya Manusia yang berfokus kepada kemampuan yang dimiliki karyawan (Sardi et al., 2018), (2) Budaya organisasi yaitu mengenai budaya kerja di dalam sebuah perusahaan (Dana et al., 2021), (3) Perangkat lunak yang dimiliki oleh perusahaan (Muwardi et al., 2020), (4) Reputasi perusahaan baik dari akuisisi pasar melalui merk maupun CSR (Gorlacheva et al., 2019), (5) Aset alam dan warisan budaya (Arslan & Örücü, 2021), (6) Inovasi dan kualitas produk (Castilla-Polo & Sánchez-Hernández, 2020), (7) Kepuasan dan hubungan pelanggan (Dana et al., 2021). Dari penggolongan tersebut, ternyata hanya investasi pada pengembangan aset tak berwujud, CSR, keterampilan teknologi digital karyawan, peningkatan budaya perusahaan, dan hubungan dengan pelanggan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Ahmad et al., 2023; Bertani et al., 2021; Demers et al., 2021; Graham et al., 2022). Mekanisme pengakuan, pengukuran, penyajian, dan pengungkapan aset tak berwujud adalah (1) mengadopsi standar akuntansi internasional, (2) menilik peraturan daerah, (3) menggunakan besaran biaya penjualan, umum & administrasi, (4) bagi lembaga nirlaba, entitas dapat menggunakan besaran aset yang dikeluarkan untuk amal serta reputasi organisasi.



**Gambar 1. Pengakuan Aset Tak Berwujud di Laporan Keuangan Tiap Sektor**

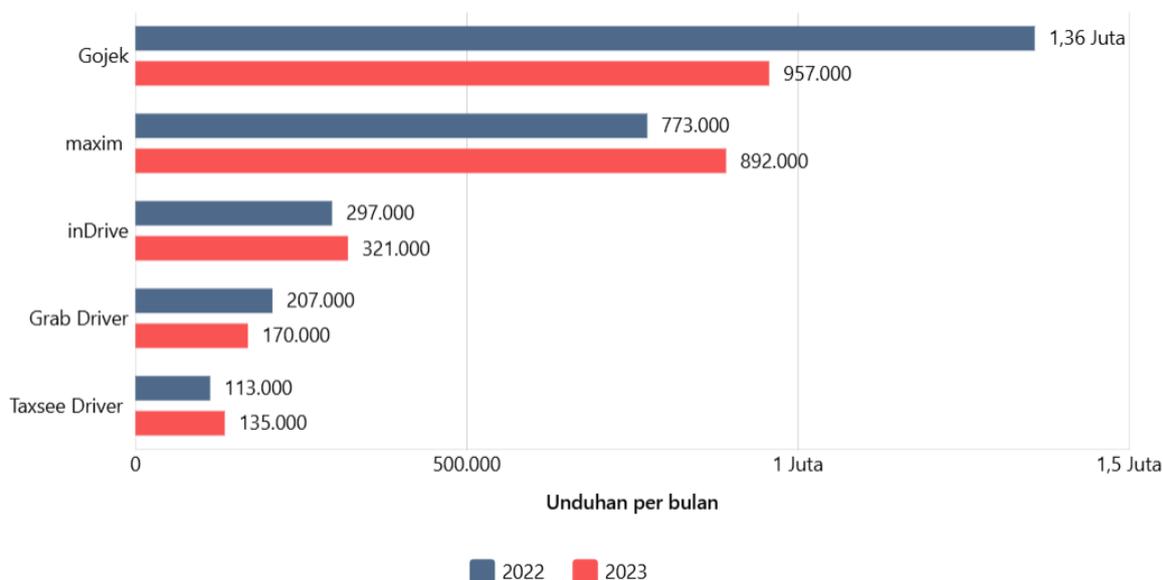
Hasil kedua dari metode kuantitatif mengenai pengakuan aset tak berwujud di laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, didapatkan data pada Gambar 1. Peneliti mengambil semua sektor terdaftar kecuali sektor finansial karena laporan keuangan perbankan dan lembaga keuangan memiliki susunan berbeda. Hasilnya, sebanyak 228 perusahaan dari 797 perusahaan memiliki aset tak berwujud. Prosentasenya cukup rendah, yaitu hanya 28,6%. Pengungkapan aset tak berwujud terbanyak dilakukan oleh perusahaan pada sektor perangkat lunak dan layanan teknologi informasi (78,8%), sedangkan perusahaan pada sektor energi alternatif sama sekali tidak ada pengungkapan aset tak berwujud (0%). Hal ini wajar mengingat bahwa sektor perangkat lunak dan layanan teknologi informasi mendapat penghasilan utama dari aplikasi yang dikembangkan, yang tergolong pada aset tak berwujud.

Faktor yang lolos uji asumsi klasik untuk dilakukan uji regresi adalah aset tak berwujud, struktur modal, dan nilai perusahaan. Hasil uji regresi menunjukkan struktur modal mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan aset tak berwujud tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Struktur modal yang optimal, yaitu kombinasi antara hutang dan laba ditahan akan memaksimalkan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan (Manurung & Wildan, 2023). Aset tak berwujud tidak mempengaruhi nilai perusahaan menunjukkan bahwa pengungkapan aset tak berwujud tidak atau belum dianggap sinyal positif bagi investor. Hal ini dapat diakibatkan karena menurut data statistik di atas, hanya 28,6% perusahaan non perbankan yang melaporkan aset tak berwujudnya.

Klarifikasi selanjutnya dilakukan melalui metode kualitatif dengan cara wawancara kepada pengguna perusahaan teknologi asli Indonesia. Perusahaan ini bernama PT Goto Gojek Tokopedia. Pada laporan tahunan 2023, PT Goto Gojek Tokopedia menjelaskan ada tiga golongan pengguna, yaitu pelanggan, pengemudi, dan mitra toko. Penelitian ini berfokus pada Gojek sebagai layanan transportasi online yang paling diunduh pada 2022-2023 (Gambar 2). Hasil wawancara dari pelanggan aplikasi Gojek menunjukkan bahwa mereka berani membayar mahal untuk layanan yang cepat dari brand terkenal. Hal ini dikenal sebagai *brand image* dan *brand awareness* dalam ilmu pemasaran yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen (Zhang, 2015; Zia et al., 2021). Memenangkan hati konsumen di persaingan industri yang semakin ketat dapat dilakukan melalui *brand image* dan *brand awareness* (Zhang, 2015). Mitra toko juga merasa penjualan mereka terbantu dengan bermitra dengan Gojek karena nama besarnya di Indonesia. Pengemudi merasa rating ikut andil dalam

mempertahankan tingkat pesanan. Hal ini berarti ada *image* dari mitra toko dan pengemudi yang dapat menyokong *brand image* Gojek secara luas.

Menunjang nama besarnya, Gojek menyusun tata letak aplikasinya dengan tampilan sederhana dan relatif lebih mudah digunakan daripada aplikasi transportasi online lainnya. Hal ini disampaikan oleh konsumen dan mitra toko. DeLone & McLean (2003) melalui Information Systems (IS) Success Model menyampaikan bahwa kualitas sistem secara langsung mempengaruhi penggunaan dan kepuasan pengguna. Salah satu indikator kualitas sistem adalah kemudahan penggunaan (Al-Fraihat et al., 2020).



**Gambar 2. Data Jumlah Unduhan Aplikasi Transportasi Online Rerata Tahun 2023 (Santika, 2024)**

Melalui teknik review literatur, ditemukan berbagai macam aset tak berwujud, yang dapat digolongkan sebagai garis besar sebagai “nilai” yang melekat pada organisasi, karyawan, dan persepsi pelanggan. Ternyata tidak semua dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Secara umum, metode kuantitatif menghasilkan temuan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh pengungkapan aset tak berwujud. Artinya investor tidak melihat aset tak berwujud sebagai sinyal positif yang dapat menaikkan nilai perusahaan. Struktur modal justru mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan investor menganggap struktur pendanaan perusahaan sebagai sinyal positif untuk menanamkan modalnya. Padahal untuk pengembangan aset tak berwujud membutuhkan modal besar, yang akan mempengaruhi struktur modal perusahaan. Metode kualitatif menunjukkan bahwa pelanggan, pengemudi, dan mitra toko menganggap kecepatan layanan dan tampilan aplikasi yang mudah dioperasikan akan menambah nilai perusahaan. Selain itu, nilai perusahaan juga tercermin pada nama besar merk. Hasil penelitian ini memiliki implikasi pada perusahaan, yaitu semua hal bernilai pada perusahaan, karyawan, dan persepsi pelanggan dapat diungkapkan sebagai aset tak berwujud yang dapat dirinci pada catatan atas laporan keuangan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menelisik relevansi akuntansi tak berwujud pada era digital dan bagaimana pengaruhnya untuk nilai perusahaan. Investor memandang struktur modal, bukan pengungkapan aset tak berwujud sebagai penambah nilai perusahaan. Pelanggan dan mitra bisnis memandang aset tak berwujud berupa aplikasi yang mudah dipakai dan respon cepat sebagai penambah nilai perusahaan. Keterbatasan penelitian ini adalah belum mengkaji teori lain selain dari pasar modal dan teknologi untuk digunakan sebagai kedalaman pembahasan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan

perspektif karyawan untuk memperluas kajian akuntansi aset tak berwujud karena “mitra” pada perusahaan teknologi seringkali merupakan pekerja lepas. Implikasi penelitian ini adalah perusahaan dapat mengungkapkan semua hal bernilai pada perusahaan, karyawan, dan persepsi pelanggan sebagai aset tak berwujud.

## REFERENSI

- Adler, R., Stringer, C., & Yap, M. (2016). The valuation and pricing of information assets. *Pacific Accounting Review*, 28(4), 419–430. <https://doi.org/10.1108/PAR-02-2016-0023>
- Ahmad, M., Wu, Q., & Khattak, M. S. (2023). Intellectual capital, corporate social responsibility and sustainable competitive performance of small and medium-sized enterprises: mediating effects of organizational innovation. *Kybernetes*, 52(10), 4014–4040. <https://doi.org/10.1108/K-02-2022-0234>
- Al-Fraihat, D., Joy, M., Masa'deh, R., & Sinclair, J. (2020). Evaluating E-learning Systems Success: An Empirical Study. *Computers in Human Behavior*, 102, 67–86. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.004>
- Arslan, E. S., & Örüçü, Ö. K. (2021). MaxEnt modelling of the potential distribution areas of cultural ecosystem services using social media data and GIS. *Environment, Development and Sustainability*, 23(2), 2655–2667. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00692-3>
- Bertani, F., Ponta, L., Raberto, M., Teglio, A., & Cincotti, S. (2021). The complexity of the intangible digital economy: an agent-based model. *Journal of Business Research*, 129(March), 527–540. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.041>
- Castilla-Polo, F., & Sánchez-Hernández, M. I. (2020). Cooperatives and sustainable development: A multilevel approach based on intangible assets. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su12104099>
- Damodaran, A. (2007). Information transparency and valuation: can you value what you cannot see? *Managerial Finance*, 33(11), 877–892. <https://doi.org/10.1108/03074350710823836>
- Dana, L. P., Rounaghi, M. M., & Enayati, G. (2021). Increasing productivity and sustainability of corporate performance by using management control systems and intellectual capital accounting approach. *Green Finance*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.3934/GF.2021001>
- DeLone, W. H., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Demers, E., Hendrikse, J., Joos, P., & Lev, B. (2021). ESG did not immunize stocks during the COVID-19 crisis, but investments in intangible assets did. *Journal of Business Finance and Accounting*, 48(3–4), 433–462. <https://doi.org/10.1111/jbfa.12523>
- Gorlacheva, E. N., Omelchenko, I. N., Drogovoz, P. A., Yusufova, O. M., & Shiboldenkov, V. A. (2019). Cognitive factors of production's utility assessment of knowledge-intensive organizations. *AIP Conference Proceedings*, 2171(November). <https://doi.org/10.1063/1.5133228>
- Graham, J. R., Grennan, J., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2022). Corporate culture: Evidence from the field. *Journal of Financial Economics*, 146(2), 552–593. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2022.07.008>
- Manurung, T. M. S., & Wildan, M. (2023). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode (2016-2020). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 83–90. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1661>
- Moberly, M. D. (2014). *Safeguarding Intangible Assets*. Elsevier Inc.
- Monga, V. (2016). *Accounting's 21st Century Challenge: How to Value Intangible Assets*. The Wall Street Journal. <https://www.wsj.com/articles/accountings-21st-century-challenge-how-to-value->

intangible-assets-1458605126

- Muwardi, D., Saide, S., Indrajit, R. E., Iqbal, M., Astuti, E. S., & Herzavina, H. (2020). Intangible resources and institution performance: The concern of intellectual capital, employee performance, job satisfaction, and its impact on organization performance. *International Journal of Innovation Management*, 24(5), 1–21. <https://doi.org/10.1142/S1363919621500092>
- Qureshi, M. J., & Siddiqui, D. A. (2020). The Effect of Intangible Assets on Financial Performance, Financial Policies, and Market Value of Technology Firms: A Global Comparative Analysis. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 12(1), 26–57. <https://doi.org/10.5296/ajfa.v12i1.16655>
- Riley, M. M., & Annis, M. R. (2013). Intellectual Property Licensing and Value Issues in Bankruptcy : Assessing the Risk to Experience the Reward. *AIRA Journal*, 26(6).
- Santika, E. F. (2024). *Aplikasi Transportasi Online Terbanyak Diunduh di RI 2023, Gojek Juaranya*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/4e49e3af7a225fe/aplikasi-transportasi-online-terbanyak-diunduh-di-ri-2023-gojek-juaranya>
- Sardi, A., Garengo, P., & Bititci, U. (2018). Measurement and management of competences by enterprise social networking. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(1), 109–126. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-04-2018-0139>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122(July 2018), 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Zéghal, D., & Maaloul, A. (2011). The accounting treatment of intangibles - A critical review of the literature. *Accounting Forum*, 35(4), 262–274. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2011.04.003>
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 03(01), 58–62. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>
- Zia, A., Younus, S., & Mirza, F. (2021). Investigating the Impact of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity: the Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(2), 1091–1106. <https://doi.org/10.1017/9781316999615.010>