

MODEL BISNIS, PENCIPTAAN NILAI DAN PENGUNGKAPAN MODAL INTELEKTUAL

Totok Dewayanto *)

Abstract

Whenever a business enterprise is established, it employs a particular business model that describes the design or architecture of the value creation, delivery, and capture mechanisms it employs. The essence of a business model is in defining the manner by which the enterprise delivers value to customers, entices customers to pay for value, and converts those payments to profit. It thus reflects management's hypothesis about what customers want, how they want it, and how the enterprise can organize to best meet those needs, get paid for doing so, and make a profit. There is currently significant debate worldwide regarding business reporting. The concept of the 'business model' has entered into the discourse, as has the concept of 'integrated reporting', adding to the established debate regarding accounting for intangible assets and, more generally, intellectual capital (IC). The purpose of this article is to understand the influence of business model on intellectual capital disclosure.

Keywords: *Business Model, Dynamic Capabilities, Value Creation, Intellectual Capital Disclosure*

Pendahuluan

Laporan keuangan tradisional perusahaan menjadi dasar menyuarakan pengambilan keputusan investasi. Kesejahteraan dari pasar, dan dari investor yang mempercayakan keuangan mereka saat ini dan masa depan kepada pasar tersebut, langsung bergantung pada informasi yang disediakan dalam laporan keuangan (Schacht et al., 2007). Meskipun penting, namun pernyataan tradisional ini memiliki kekurangan besar dari perspektif pasar modal (Schuster & O'Connell, 2006). Sebagai contoh, banyak perusahaan yang terdaftar di pasar modal didorong oleh penciptaan dan penggunaan aset tidak berwujud, seperti modal intelektual (IC). Aset yang semakin penting ini berkontribusi signifikan terhadap daya saing

*) *Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*

perusahaan (OECD, 2012). Lebih jauh, Petty, (2000) berpendapat bahwa aset tidak berwujud, termasuk *IC*, memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi pasar modal. Namun, terlepas dari fakta bahwa banyak pertumbuhan ekonomi saat ini dikaitkan dengan *IC*, pelaporan keuangan tidak menyediakan kerangka kerja untuk pengungkapan tersebut (Schacht et al., 2007). Untuk mengimbangi keterbatasan ini, Petty, (2005) menyatakan bahwa informasi ini dilaporkan secara sukarela oleh perusahaan, untuk menangani kebutuhan informasi pemangku kepentingan dengan lebih baik. Hasilnya, banyak perusahaan dalam upaya memenuhi permintaan pasar untuk informasi yang lebih andal, telah mulai secara sukarela melengkapi pelaporan keuangan tradisional mereka dengan informasi yang bersifat naratif, non-keuangan (Abeysekera, 2010; Haji & Ghazali, 2013).

Perkembangan dalam ekonomi global telah mengubah keseimbangan tradisional antara pelanggan dan pemasok. Teknologi komunikasi dan komputasi baru, dan pembentukan rezim perdagangan global yang cukup terbuka, menandakan bahwa pelanggan memiliki lebih banyak pilihan, kebutuhan pelanggan yang beraneka ragam dapat menemukan ekspresi, dan alternatif pasokan yang lebih transparan. Karena itu, bisnis perlu lebih berpusat pada pelanggan, terutama karena teknologi telah berkembang untuk memungkinkan penyediaan informasi dan solusi pelanggan dengan biaya lebih rendah. Perkembangan ini dalam siklusnya mengharuskan perusahaan untuk mengevaluasi kembali proposisi nilai yang mereka sajikan kepada pelanggan di banyak sektor, logika sisi penawaran yang didorong oleh era industri telah menjadi tidak lagi layak. Lingkungan baru ini juga memperkuat kebutuhan untuk mempertimbangkan tidak hanya bagaimana mengatasi kebutuhan pelanggan dengan lebih cerdas, tetapi juga bagaimana menangkap nilai dari penyediaan produk dan layanan baru. Tanpa model bisnis yang dikembangkan dengan baik, inovator akan gagal memberikan atau menangkap nilai dari inovasi mereka (perusahaan). Model bisnis mengartikulasikan logika dan menyediakan data dan bukti lain yang menunjukkan bagaimana bisnis menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan. Ini juga menguraikan arsitektur pendapatan, biaya, dan keuntungan yang terkait dengan perusahaan bisnis yang memberikan nilai itu. Dalam arti singkat, model bisnis (*BM*) diartikulasikan dengan bagaimana perusahaan akan mengkonversi sumber daya dan kapabilitas menjadi nilai ekonomi (Teece, 2010).

Model ini menjelaskan bagaimana perusahaan memperoleh dan menggunakan berbagai bentuk modal (fisik, keuangan, dan intelektual) untuk menciptakan nilai. Mengembangkan model bisnis yang sukses tidak cukup untuk memastikan keunggulan

kompetitif karena duplikasi seringkali mudah dilakukan, namun model bisnis yang beragam (dan sulit ditiru) yang efektif dan efisien lebih mungkin menghasilkan keuntungan. Model bisnis (*BM*) merupakan inti untuk sebuah kerangka pelaporan dan secara jelas mengartikulasikan bahwa model tersebut dapat membantu dalam mengidentifikasi pengungkapan yang tidak diperlukan secara rinci (Beattie & Jane, 2013). Pada dasarnya, model bisnis mewujudkan "arsitektur" keuangan dan organisasi dari sebuah bisnis, bukan spreadsheet atau model komputer, meskipun model bisnis mungkin tertanam dalam rencana bisnis dan dalam laporan laba rugi dan proyeksi arus kas. Inovasi model bisnis (*BM*) juga diartikan sebagai tindakan memodifikasi sistem aktivitas perusahaan yang ada dan memperbarui logika bisnis inti, untuk menetapkan dan memanfaatkan peluang. Inovasi model bisnis menggambarkan bagaimana perusahaan mengubah dirinya dengan merujuk ke tempat sebelumnya untuk mengejar kinerja yang lebih tinggi dan keunggulan kompetitif, (Kuratko, D. F., & Audretsch, 2013; Morris *et al.*, 2011) yang memungkinkannya untuk mengeksploitasi dan memberlakukan peluang (George & Bock, 2011). Sejak 2010, Kode Tata Kelola Perusahaan Inggris, dimana perusahaan terdaftar di bawah peraturan Bursa Efek, mengharuskan direktur untuk memasukkan penjelasan tentang model bisnis mereka dalam laporan tahunan (FRC, 2010).

Fenomena *IC* di Indonesia mulai berkembang ketika peraturan tentang aktiva tidak berwujud yang tertuang di dalam (PSAK No 19, 2009). Menurut PSAK No 19, (2009), aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau tujuan administratif. Modal intelektual, suatu bentuk modal yang semakin penting, mengacu pada sumber daya tidak berwujud yang menciptakan nilai perusahaan (Ashton, 2005), dengan memberikan perusahaan keunggulan kompetitif (Edvinsson & Malone, 1997; Stewart, 1997). Dengan demikian, konsep modal intelektual dan konsep model bisnis berfokus pada transformasi sumber daya (modal) menjadi nilai. Sementara modal fisik dan modal finansial saat ini diakui dalam laporan keuangan, beberapa kategori modal intelektual diakui. Namun modal intelektual didokumentasikan sebagai jenis modal yang paling penting (OECD, 2006; Bank Dunia, 2006) dalam ekonomi pengetahuan dan ekonomi yang didominasi oleh industri jasa. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa laporan keuangan menjadi kurang relevan dengan nilai dengan perusahaan dinilai salah (Lev & Zarowin, 1999; Zéghal & Maaloul, 2011). Sebagai alternatif pengakuan, beberapa komponen modal intelektual dapat disebutkan dalam

bagian naratif dari laporan tahunan. Kehadiran modal intelektual, bagaimanapun, bukanlah kondisi yang memadai untuk penciptaan nilai. Sumber daya intelektual harus digunakan (seringkali dalam kombinasi dengan aset berwujud lainnya), untuk terlibat dalam kegiatan penciptaan nilai. Jadi kerangka pelaporan modal intelektual naratif, seperti yang diusulkan oleh pemerintah Jepang (METI, 2005), menyerukan tidak hanya deskripsi sumber daya tidak berwujud, tetapi juga kemampuan terkait dan sifat keunggulan kompetitif yang diberikan oleh sumber daya ini.

Literatur Model Bisnis dan Model Intelektual

Laporan keuangan adalah alat tradisional akuntan untuk melaporkan informasi yang relevan dengan penilaian perusahaan. Namun, prasyarat untuk aset yang akan diakui di neraca adalah bahwa (i) kemungkinan besar manfaat ekonomi di masa depan yang diperkirakan berasal dari aset akan mengalir ke entitas dan (ii) biaya aset dapat diukur dengan andal. Selain itu, di bawah Standar Akuntansi Internasional 38, untuk diakui di neraca, aset tidak berwujud (didefinisikan sebagai aset non-moneter yang dapat diidentifikasi tanpa substansi fisik) (IASB, 2004) harus memenuhi kriteria pengidentifikasian. Ini juga memiliki dua aspek: aset harus dapat dipisahkan dari entitas dan timbul dari hak kontraktual atau hukum. IC, oleh karena itu, umumnya berada di luar kerangka akuntansi / pelaporan keuangan tradisional, mengingat bahwa komponen utama dari konsep tersebut tidak memenuhi beberapa kriteria ini (Roos et al., 1998).

Masalah pengukuran dalam laporan keuangan dibahas dalam laporan (ICAEW, 2010) tentang model bisnis dalam akuntansi, yang berfokus pada teori ekonomi perusahaan. Model bisnis dapat mencerminkan niat manajemen. Ini menggambarkan apa yang dilakukan perusahaan secara internal versus apa yang dilakukan perusahaan melalui pasar. Sehubungan dengan pengukuran, disimpulkan bahwa biaya historis cenderung paling relevan untuk aset yang dimaksudkan untuk digunakan atau dibuat dalam perusahaan, sementara harga pasar (nilai wajar) cenderung paling relevan untuk aset yang dimaksudkan untuk pertukaran di pasar. Dalam sebuah diskusi yang menarik tentang bagaimana konsep model bisnis telah memengaruhi pelaporan keuangan, Linsmeier (2011) mencatat (1) bahwa tidak ada definisi model bisnis yang disepakati dalam pelaporan keuangan; dan (2) bahwa pembuat standar telah mencoba untuk membedakan pengertian model bisnis (didefinisikan sebagai 'soal fakta yang dapat diamati dengan cara suatu entitas dikelola' (IFRS 9, BC27) dan niat manajerial (dalam pikiran, karena itu sulit diaudit). Dia menyimpulkan bahwa kedua gagasan itu pada

dasarnya sama dan mengidentifikasi beberapa contoh di mana praktik akuntansi keuangan (pengakuan, pengukuran, klasifikasi atau pengungkapan) sudah didasarkan pada konsep model bisnis / niat manajerial.

Tanggapan oleh profesi akuntansi adalah untuk menyarankan model komprehensif pelaporan bisnis yang mencakup delapan elemen utama (AICPA, 1994). Dalam model ini, laporan keuangan hanyalah salah satu elemen, yang lain adalah:

- a) tujuan dan strategi luas
- b) ruang lingkup dan deskripsi bisnis dan properti
- c) dampak struktur industri pada perusahaan
- d) informasi tentang manajemen dan pemegang saham
- e) data operasi dan pengukuran kinerja tingkat tinggi
- f) analisis manajemen tentang alasan untuk perubahan dalam data terkait keuangan, operasi, dan kinerja
- g) peluang dan risiko.

Meskipun diakui pentingnya elemen *BM* ini, studi inovasi *BM* umumnya terbatas pada konteks perusahaan besar dan terkemuka, biasanya di sektor teknologi tinggi dan layanan (Schneider & Spieth, 2013). Ini telah meninggalkan inovasi *BM* di usaha kecil dan menengah (UKM) sebagian besar belum dijelajahi, khususnya di sektor manufaktur, meskipun merekamengakui relevansi ekonomi dunia (Ayyagari *et al.*, 2007). Koheren dengan gagasan bahwa *CE* mencakup serangkaian elemen yang berinteraksi (Covin & Miles, 1999), sarjana kewirausahaan baru-baru ini menekankan pentingnya memahami bagaimana inovasi *BM* berinteraksi dengan kegiatan lain untuk mempengaruhi kinerja perusahaan (George & Bock, 2011). Penelitian *BM* mengumpulkan kecepatan, tetapi menerima beberapa reaksi skeptis karena banyak definisi *BM* inklusif dan membuatnya sangat sulit untuk melihat apa yang bukan *BM*, dan bagaimana hal itu berbeda dari perusahaan atau organisasi secara umum (Arend, 2013), Meskipun definisi unik dari *BM* tidak ada, tinjauan literatur baru-baru ini menyimpulkan bahwa *BM* adalah cara holistik untuk menggambarkan bagaimana perusahaan beroperasi, berusaha menjelaskan penciptaan nilai, pengiriman nilai kepada pelanggan dan pengambilan nilai oleh perusahaan (Zott *et al.*, 2011), *BM* menjadikan perusahaan percaya akan nilai yang dimiliki dan menjadi sebuah keunggulan dalam asset *intangible*. Meskipun perubahan *BM* tertentu tidak inovatif untuk beberapa industri, mereka mungkin baru untuk bisnis itu sendiri dan melibatkan perilaku yang secara simultan

membuka peluang dan mencari keuntungan (D. Ireland, Hitt, Camp, & Sexton, 2003; Kuratko, D. F., & Audretsch, 2013), Perubahan *BM* dapat dikaitkan dengan kebutuhan untuk mengeksploitasi peluang baru (Markides, 2008) atau beradaptasi secara paralel dengan kemajuan siklus hidup perusahaan (Andries & Debackere, 2007). Perubahan model bisnis juga digambarkan sebagai kendaraan untuk peremajaan perusahaan (Demil & Lecocq, 2010; R. D. Ireland *et al.*, 2001; Johnson *et al.*, 2008; Sosna *et al.*, 2010)

Selama 1990-an dan awal 2000-an, kerangka *IC* atau model diusulkan (Edvinsson & Malone, 1997; Lev, 2001; Sveiby, 1997) untuk membantu dalam pengukuran, manajemen, dan pelaporan *IC*. Model-model ini berasal dari disiplin manajemen karena model tersebut dikembangkan terutama untuk mendukung manajemen *IC*. Banyak dari kerangka kerja ini mengukur *IC* menggunakan berbagai indikator, termasuk indikator nonkeuangan. Ricceri (2008) menawarkan tinjauan komprehensif dari 36 kerangka kerja tersebut, membedakan antara mereka yang mengadopsi pendekatan stok (pendekatan stok berusaha untuk mengukur nilai yang terkait dengan *IC* sementara pendekatan aliran berusaha untuk menangkap proses dimana nilai diciptakan oleh *IC*). Konsep sentral dalam model ini adalah *IC* (dalam berbagai bentuknya) sebagai sumber pengetahuan. Konsep terkait yang sering disebutkan adalah kompetensi, kegiatan, dan strategi. Namun, ada kurangnya menyebutkan model bisnis. Kerangka kerja dan model dikembangkan sebagian besar dari praktik manajemen, dan dimasukkan sedikit dalam teori formal. Meskipun jarang secara eksplisit dinyatakan dalam studi akuntansi *IC*, dasar bidang *IC* adalah pandangan berbasis sumber daya (*RBV*), perspektif manajemen strategis yang dikembangkan pada 1980-an dan awal 1990-an oleh Wernerfelt (1984) dan Barney (1991). Sebelum ini, isu-isu terkait strategi perusahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan berteorik menggunakan literatur organisasi industri berbasis ekonomi, yang menekankan peran faktor-faktor eksternal perusahaan (paradigma struktur-perilaku-kinerja) (Porter, 1979, 1980, 1985).

Bersamaan dengan literatur tentang keunggulan kompetitif strategis, literatur model bisnis muncul pada pertengahan 1990-an seiring dengan munculnya Internet (Zott, Amit, & Massa, 2011, hal. 1022). Namun, seperti yang dicatat oleh Teece (2010), konsep ini tidak memiliki dasar teori yang kuat baik dalam bidang ekonomi maupun disiplin bisnis. Sejak itu, penelitian yang menggunakan konsep ini telah meledak, seperti yang didokumentasikan dalam tinjauan baru-baru ini dari literatur model bisnis (Zott *et al.*, 2011). Banyak definisi, dengan sebagian besar tumpang tindih hanya sebagian (untuk ringkasan yang bermanfaat, lihat Zott *et al.*, (2011). Istilah umum yang digunakan adalah: sumber daya, kompetensi, nilai

(penciptaan dan pengiriman), strategi dan keunggulan kompetitif. Sifat keseluruhan dari model bisnis ini dengan beragam digambarkan sebagai 'cerita', 'representasi' dan 'arsitektur'. Konsep model bisnis telah ditunjukkan untuk melakukan berbagai peran (Baden-Fuller & Morgan, 2010). Satu peran adalah peran klasifikasi mendasar (baik taksonomi bottom-up didasarkan pada contoh dunia nyata atau tipologi top-down yang dihasilkan dari teori). Selain itu, model bisnis dipandang sebagai fungsi 'organisme model' yang akan diselidiki untuk memahami cara kerjanya dan 'resep' yang menunjukkan cara melakukan sesuatu. Teece (2010), penulis terkemuka pada konsep kemampuan dinamis, membahas hubungan antara strategi (kemampuan dinamis) dan model bisnis. Dia menyimpulkan bahwa model bisnis lebih 'generik' daripada strategi bisnis, mengamati bahwa model bisnis seringkali cukup transparan. Dia kemudian berpendapat bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan membutuhkan model bisnis yang sukses dan strategi yang efektif untuk membatasi imitasi oleh pesaing. Namun, perbedaan ini dapat ditafsirkan sebagai hanya berkaitan dengan tingkat detail yang terlibat, dengan strategi menjadi deskripsi rinci dari model bisnis. Sebagai alternatif, atau tambahan, perbedaan dapat dilihat dalam hal strategi statis versus model bisnis yang dinamis, menekankan peran kemampuan dinamis dalam model bisnis transformasional (Demil & Lecocq, 2010).

Simpulan

Sementara model akuntansi / debat pelaporan bisnis terutama telah diinformasikan oleh teori ekonomi perusahaan (ICAEW 2010), literatur akuntansi *IC* telah menarik (seringkali secara implisit) pada teori-teori manajerial perusahaan (khususnya RBV). Bukh (2003) berpendapat bahwa hubungan pengungkapan *IC* dengan proses penciptaan nilai dan model bisnis sangat penting, hal ini ditunjukkan dari penelitian yang cermat terhadap literatur manajerial bahwa model bisnis adalah konsep tingkat yang lebih tinggi. Dengan demikian, model bisnis harus mendorong pengungkapan *IC* dan bukan sebaliknya, yaitu kerangka kerja top-down diperlukan. Lebih lanjut dicatat bahwa, karena model bisnis seringkali cukup transparan (Teece, 2010), disinsentif pengungkapan eksternal yang timbul dari biaya kepemilikan mungkin tidak separah yang diperkirakan. Namun, model bisnis di pasar berkecepatan tinggi bisa tidak jelas, bahkan untuk manajemen internal (Eisenhardt & Martin, 2000; Lippman & Rumelt, 1992), membuat pengungkapan menjadi masalah bahkan tanpa adanya kekhawatiran kerugian kompetitif.

Diamati bahwa model akuntansi berbasis transaksi tradisional 'tingkat mikro' telah berkembang menjadi model pelaporan bisnis 'tingkat meso' saat ini (AICPA, 1994), ditandai oleh delapan elemen yang terhubung secara longgar. Ungkapan 'melalui mata manajemen' menjadi mantra di tahun 1990-an, mencerminkan keinginan untuk melaporkan secara eksternal dengan cara yang selaras dengan manajer senior '(mungkin) pandangan holistik terhadap bisnis. Perkembangan awal dalam bidang pelaporan *IC* juga ditandai oleh fokus pada sumber daya *IC* yang berusaha memecah aktivitas bisnis menjadi unit yang dapat dicatat dengan cara akuntansi tradisional. Fokus kerangka kerja pelaporan *IC* adalah mengelola *IC*, bukan mengelola bisnis secara keseluruhan. Ini menjelaskan mengapa kerangka kerja pelaporan ini belum banyak diadopsi dalam praktiknya. Perpindahan ke pelaporan pada model bisnis dipandang mewakili model pelaporan 'tingkat makro'. Atribut kunci dari model pelaporan tersebut ditunjukkan sebagai: (i) penjelasan dari pola statis khas dari sumber daya dan kemampuan yang menciptakan proposisi nilai kepada pelanggan (pola ini mengklarifikasi konektivitas antara berbagai elemen, banyak di antaranya adalah *IC* di alam); dan (ii) kemampuan dinamis perusahaan, termasuk penginderaan dan pengawasan lingkungan bisnis dan kemampuan transformasional manajemen.

Jadi, apa hubungan logis antara aset *IC*, penciptaan nilai, dan model bisnis? *IC* tergabung dalam proses dan sumber daya yang merupakan kapabilitas dan kompetensi yang dapat (terutama jika sulit ditiru) menghasilkan keunggulan kompetitif dan karenanya menciptakan nilai. Oleh karena itu, mengejutkan bahwa literatur *IC* tampaknya tidak banyak menggunakan literatur manajemen yang berkaitan dengan model bisnis.

Daftar Pustaka

Abeyssekera, I. (2010). *The influence of board size on intellectual capital disclosure by Kenyan listed firms*. <https://doi.org/10.1108/14691931011085650>

Andries, P., & Debackere, K. (2007). *Adaptation and performance in new businesses: Understanding the moderating effects of independence and industry*. *Small Business Economics*.

Arend, R. J. (2013). *The business model: Present and future—beyond a skeumorph*.

Ayyagari, M., Beck, T. H. ., & Demirgüç-Kunt, A. (2007). *Small and Medium Enterprises Across the Globe*. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9002-5>

- Beattie, V., & Jane, S. (2013). Value creation and business models : Refocusing the intellectual capital debate. *The British Accounting Review*, 45(4), 243–254. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2013.06.001>
- Covin, J. G., & Miles, M. P. (1999). *Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage*. 47–63.
- Demil, B., & Lecocq, X. (2010). *Business model evolution: In search of dynamic consistency*. *Long Range Planning*.
- FRC. (2010). *The UK corporate governance code*.
- George, G., & Bock, A. J. (2011). *The Business Model in Practice and its Implications for Entrepreneurship Research*. 83–111. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00424.x>
- Haji, abdifatah A., & Ghazali, N. A. M. (2013). *A longitudinal examination of intellectual capital disclosures and corporate governance attributes in Malaysia*. <https://doi.org/10.1108/13217341311316931>
- ICAEW. (2010). *Business Models in Accounting: The Theory of the Firm and Financial Reporting*.
- Ireland, D., Hitt, M. A., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2003). *Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth*. 15.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). *Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth*.
- Johnson, M. W., & Christensen, C. M., Kagermann, H. (2008). *Reinventing your business model*. *Harvard Business Review*, .
- Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2013). *Clarifying the domains of corporate entrepreneurship*.
- Markides, C. C. (2008). *Game-changing Strategies: How to create new market space in established industries by breaking the rules*.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2011). *Corporate entrepreneurship and innovation: Entrepreneurial development within organizations*.
- OECD. (2012). *Corporate Reporting of Intangible Assets: A Progress Report*. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Retrieved from [http://www.oecd.org/daf/ca/Intangible Assets.pdf](http://www.oecd.org/daf/ca/Intangible%20Assets.pdf)

- Petty, R. (2000). *Intellectual capital literature review and management*. 1(2), 155–176.
- Petty, R. (2005). *Voluntary Disclosure of Intellectual Capital By Hong Kong Companies*.
- PSAK No 19. (2009). *PSAK No 19*. 19(19).
- Schacht, K., Mcenally, R., White, G. I., Morgan, R. F., Mcconnell, P., Adams, J., ... Good, A. (2007). *Business Reporting Model Members of the Comprehensive Business Reporting Model Subcommittee and the Corporate Disclosure Policy Council*.
- Schneider, S., & Spieth, P. (2013). *BUSINESS MODEL INNOVATION : TOWARDS*. 17(1). <https://doi.org/10.1142/S136391961340001X>
- Schuster, P., & O'Connell, V. (2006). *The Trend Toward Corporate Vuntary Disclosure*. 7(2), 1–9.
- Sosna, M., & Trevinyo-Rodri`guez, R. N., Velamuri, S. R. (2010). *Business model innovation through trial-and-error learning: The Naturhouse case*. *Long Range Planning*.
- Teece, D. J. (2010). Business Models , Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). *The Business Model : Recent Developments and Future Research*. 37(4), 1019–1042. <https://doi.org/10.1177/0149206311406265>