

**Public Policy:
Jurnal Aplikasi
Kebijakan Publik dan Bisnis**



LPPM STIA Said Perintah

Volume 5, No. 1, Maret 2024

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

Received; 2024 - 01 - 08

Accepted; 2024 - 01 - 26

Published; 2024 - 02 - 16



The editorial board holds publication rights for articles under a CC BY SA license, allowing distribution without separate permission if credited. Published articles are openly accessible for research, with no liability for other copyright violations (<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj/kebijakanhakcipta>).



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

**Dampak Economic Value Added,
Market Value Added dan Good
Corporate Governance
Terhadap Nilai Perusahaan
Melalui Mediasi Ukuran
Perusahaan**

Mario Randi Banusu¹⁾

Henny A. Manafe²⁾

Yolinda Yanti Sonbay³⁾

Stanis Man⁴⁾

**1,2,3,4 Universitas Katolik
Widya Mandira Kupang,
Nusa Tenggara Timur, Indonesia
randymario27@gmail.com**

Abstract

This research aims to analyze the influence of Economic Value Added (EVA), Market Value Added (MVA), Good Corporate Governance (GCG) on Company Value by Mediating Company Size in Food and Beverage Companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study were 22 companies which were then used as samples. The analysis technique uses descriptive and inferential statistics. The research results show that EVA and MVA have a negative and significant effect on company value, GCG does not have a significant effect on company value and company size has a positive and significant effect on company value. Company size is able to mediate the influence of MVA and GCG on company value so that it has a positive and significant effect, but it is not able to mediate the influence of EVA on company value.

Keywords : *Economic Value Added, Market Value Added, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan*

Pendahuluan

Perusahaan yang sudah *go-public* mempunyai tujuan untuk memberikan kemakmuran pemegang saham (*principle*) dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan hal terpenting bagi pemilik, karena merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan yang dikelola manajer secara keseluruhan (Utami & Prastiti, 2011). Menurut Rahayu, (2010) nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan. Manajer selaku *agent*, dapat mengambil keputusan-keputusan operasional perusahaan. Maka dari itu, nilai dari perusahaan sangat ditentukan oleh manajer. Manajer dan pemegang saham membutuhkan suatu metode pengukuran untuk mengukur seberapa besar usaha atau aktivitas dan strategi manajemen dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Rinaldo & Puspita, (2020) *Economic Value Added* (EVA) merupakan salah satu metode untuk mengukur kemampuan perusahaan menciptakan nilai bagi investor melalui laba yang dihasilkan. Perusahaan dalam menciptakan nilai bagi investor harus mampu beroperasi secara efektif dan efisien, perusahaan harus mampu menempatkan dana baik yang diperoleh dari internal maupun eksternal pada investasi yang dapat menghasilkan *return* bagi perusahaan dan investor. Selain metode EVA, metode lain yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah *Market Value Added* (MVA). Rinaldo & Puspita, (2020) berpendapat terdapat metode lain selain EVA yaitu MVA. Metode ini hampir sama dengan EVA yang menunjukkan seberapa besar nilai yang diciptakan bagi investor, hanya saja perbedaan MVA lebih berorientasi pada pasar, karena menggunakan nilai pasar saham yang dapat terbentuk oleh berbagai faktor baik fundamental ataupun nonfundamental.

Beberapa penelitian yang meneliti pengaruh EVA dan MVA dalam pengukuran kinerja dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan antara lain Septiyani et al. (2015) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial *Economic Value Added* dan *Market Value Added* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Mikrad & Syukur, (2019) menunjukkan bahwa secara parsial *Economic Value Added* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan *Market Value Added* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda ditemukan oleh Sobahi et al. (2019) bahwa secara simultan dan parsial tidak ada pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh Gustisari, (2019) yang

juga menunjukkan bahwa secara parsial *Economic Value Added* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan namun secara parsial *Market Value Added* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Salah satu faktor yang dinilai penting dalam peningkatan nilai dan juga kinerja keuangan adalah tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance* (GCG). Menurut Forum for *Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), *corporate governance* merupakan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak – hak dan kewajiban atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Tujuan *corporarate governance* ialah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

Terdapat beberapa penelitian yang menilai pengaruh GCG terhadap Nilai Perusahaan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Poppy Ayu Sari, (2021) yang menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang menguji pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan tetapi memiliki hasil yang berbeda adalah penelitian yang dilakukan Nugroho & Rahardjo, (2014) yang justru berhasil membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.

Besar kecilnya ukuran perusahaan juga turut mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang semakin besar, akan semakin mudah perusahaan mendapat pendanaan untuk operasionalnya (Pantow et al., 2015). Semakin banyak dana yang diperoleh perusahaan akan membantu perusahaan dalam menjalankan operasional dalam perusahaan. Suwardika & Mustanda, (2017) berpendapat bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset perusahaan, ekuitas dan penjualan untuk menentukan besar maupun kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar total aset perusahaan, menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tingkat kedewasaannya. Perusahaan dalam tahap kedewasaan memiliki arus kas yang positif dan diharapkan memperoleh keuntungan dalam jangka waktu yang relatif lama. Prastuti & Sudiarta, (2016) mengemukakan bahwa besar kecilnya total aset yang digunakan perusahaan mencerminkan ukuran perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dinilai dengan logaritma natural dari nilai asset. Menurut Hartono, (2014). Ukuran Perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan

yang dapat diukur dengan total aset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset.

Beberapa penelitian yang menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Pinem, (2015) menunjukkan berdasarkan pada uji simultan yang dilakukan, ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian dengan variabel sejenis yang memiliki hasil berbeda juga dilakukan oleh Sari & Ayu, (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat hasil penelitian yang bertolak belakang sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat celah penelitian (*research gap*) yang dapat diteliti kembali.

Penentuan nilai perusahaan dalam sebuah perusahaan dapat hitung dengan menggunakan rumus *Price Book Value*. Menurut Sugiono & Untung, (2016) perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*) dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Buddy Setianto, (2016) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan.

Salah satu jenis perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah perusahaan yang bergerak disektor *food and baverage*, jenis perusahaan ini dinilai memiliki prospek yang bagus dalam dunia bisnis karena menyediakan produk-produk kebutuhan pokok masyarakat yaitu makanan dan minuman. Berikut merupakan data nilai perusahaan *food and baverage* berdasarkan PBV yang menggambarkan nilai perusahaan *food and baverage* di Indonesia pada tahun 2020-2022.

**Nilai *Price Book Value* (PBV) Perusahaan *Food and Beverage*
yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022**

No	Nama Perusahaan	2020	2021	2022
1	PT. FKS Food Sejahtera, Tbk	4,27	2,14	1,68
2	PT. Tri Banyan Tirta, Tbk	1,81	1,31	0,96
3	PT. Campina Ice Cream Industry, Tbk	1,85	1,66	1,73
4	PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk	0,84	0,81	0,92
5	PT. Sariguna Primatirta, Tbk	6,71	5,63	4,70
6	PT. Wahana Interfood Nusantara, Tbk	5,56	0,69	0,31
7	PT. Diamond Food Indonesia, Tbk	1,87	1,65	1,43
8	PT. Sentra Food Indonesia, Tbk	1,19	1,34	1,03
9	PT. Garudafood Putra Putri Jaya, Tbk	0,63	1,27	1,12
10	PT. Buyung Poetra Sembada, Tbk	3,67	2,60	1,92
11	PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk	2,22	1,85	1,90
12	PT. Era Mandiri Cemerlang, Tbk	1,77	1,14	0,88
13	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk	0,76	0,64	0,66
14	PT. Mulia Boga Raya, Tbk	4,61	3,03	2,71
15	PT. Mayora Indah, Tbk	5,38	4,02	3,39
16	PT. Pratama Abadi Nusa Industri, Tbk	1,19	49,22	9,17
17	PT. Prashida Aneka Niaga, Tbk	1,56	3,95	4,23
18	PT. Palma Serasih, Tbk	1,85	2,86	2,00
19	PT. Nippon Indosari Corporindo, Tbk	2,61	2,93	2,95
20	PT. Sekar Bumi, Tbk	0,58	0,63	0,60
21	PT. Sekar Laut, Tbk	2,66	3,09	2,33
22	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk	3,48	3,18	2,59

Sumber; <https://www.idx.co.id/id>, (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang baik ketika nilai PBV diatas satu yaitu nilai pasar lebih besar dari pada nilai buku perusahaan Brigham & Houston (2010) berdasarkan data sebelumnya nilai PBV perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI terdapat tiga perusahaan yang menunjukkan nilai PBV terendah dibawah satu di tahun 2020-2022 yaitu PT. Wilmar Cahaya Indonesia, PT. Indofood Sukses Makmur, dan PT. Sekar Bumi Tbk. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang buruk ditinjau dari nilai *Price Book Value*.

Bertolak dari masalah dan *research gab* pada pembahasan sebelumnya maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui dampak *economic value added*,

market value added dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan mediasi ukuran perusahaan perusahaan sub *sektor food and baverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesa Penelitian

Nilai Perusahaan

Menurut Harmono, (2011) nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian publik terhadap kinerja perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Price Book Value*. Murhadi, (2009) mengatakan bahwa *price book value* menggambarkan harga pasar dari nilai buku saham suatu perusahaan.

Menurut Sugiono & Untung, (2016) perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Buddy Setianto, (2016) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan. Rasio ini dihitung dengan formula sebagai berikut;

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Per Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

Economic Value Added

Menurut Rinaldo & Puspita, (2020) EVA merupakan salah satu alat untuk mengukur kemampuan perusahaan menciptakan nilai bagi investor melalui laba yang dihasilkan. Perusahaan dalam menciptakan nilai bagi investor harus mampu beroperasi secara efektif dan efisien. Perusahaan harus mampu menempatkan dana baik yang diperoleh dari internal ataupun dari eksternal pada investasi yang dapat menghasilkan return bagi perusahaan dan investor. Untuk mengukur kemampuan perusahaan akan hal tersebut dapat menggunakan EVA sebagai alat pengukuran. Nilai EVA yang positif menunjukkan kinerja keuangan perusahaan dalam menciptakan nilai dapat dikatakan baik begitu juga sebaliknya. Berikut merupakan rumus untuk menghitung EVA;

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - \text{Capital Charges}$$

Penelitian terdahulu yang meneliti pengaruh *Economic Value Added* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Septiyani et al. (2015) yang menunjukkan bahwa *Economic Value Added* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu mengenai *Economic Value Added* maka hipotesis yang diajukan untuk dianalisis lebih lanjut yaitu;

H₁ ; *Economic Value Added* berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI.

Market Value Added

Menurut Rinaldo & Puspita, (2020) *Market Value Added* (MVA) hampir sama dengan EVA menunjukkan seberapa besar nilai yang diciptakan bagi investor hanya saja perbedaannya MVA lebih berorientasi pada pasar, karena menggunakan nilai pasar saham yang dapat terbentuk oleh berbagai faktor baik fundamental ataupun non fundamental. Apabila MVA bernilai positif artinya perusahaan mampu menciptakan kekayaan bagi pemegang saham dan juga sebaliknya. Berikut merupakan rumus untuk menghitung MVA;

$$\text{MVA} = \text{Nilai Perusahaan} - \text{IC}$$

Salah satu penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh Market Value Added terhadap Nilai Perusahaan adalah penelitian yang dilakukan Septiyani et al. (2015) yang menunjukkan bahwa secara parsial *Market Value Added* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan untuk dianalisis lebih lanjut yaitu;

H₂ ; *Market Value Added* berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI.

Good Corporate Governance

Manossoh, (2016) mengatakan bahwa *good corporate governance* merupakan suatu sistem, proses, struktur dan mekanisme yang mengatur pola hubungan harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingannya untuk mencapai kinerja perusahaan semaksimal mungkin dengan cara-cara yang tidak merugikan pemangku kepentingannya. *Good corporate governance* merupakan upaya yang dilakukan oleh semua pihak yang berkepentingan dengan perusahaan untuk menjalankan usahanya secara baik sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing. Menurut Tjager, (2013) dewan komisaris

independen adalah Inti dari *corporate governance* (tata kelola perusahaan) yang ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas. Dewan komisaris dalam penelitian ini diukur dengan rumus;

$$\text{Dewan Komisaris Independen} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Dewan Komisaris}}$$

Penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh GCG terhadap Nilai Perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Poppy Ayu Sari, (2021) yang menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan untuk dianalisis lebih lanjut yaitu;

H₃ ; *Good Corporate Governance* berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI.

Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto, (2011) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan. Pendapat lain oleh Sujianto, (2001) mengatakan bahwa ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari aset total, rata-rata total asset dan jumlah penjualan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus logaritma natural total aset sebagai berikut;

$$\text{Firm Size} = \text{Ln Total Assets}$$

Salah satu penelitian yang menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Pinem, (2015) yang menunjukkan bahwa berdasarkan pada uji simultan yang dilakukan, maka ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₄ ; *Firm size* berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI.

H₅ ; *Firm size* mampu memediasi dampak *economic value added* terhadap nilai perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI.

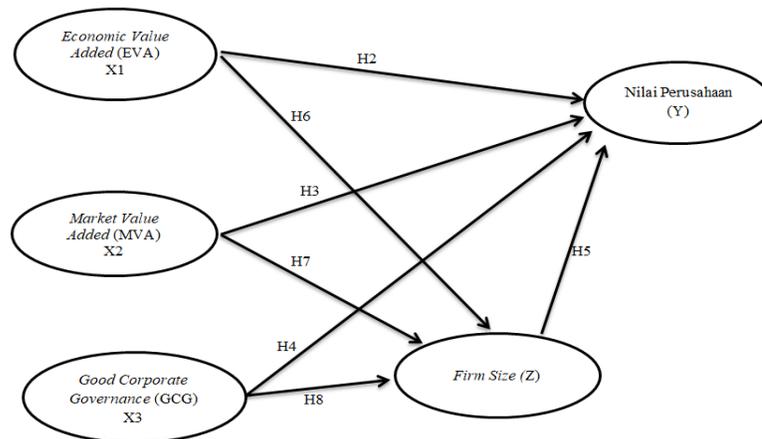
H₆ ; *Firm size* mampu memediasi dampak *market value added* terhadap nilai perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI.

H₇ ; *Firm size* mampu memediasi dampak *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dampak *Economic Value Added*, *Market Value Added* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan *firm size* sebagai variabel mediasi pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022. Penelitian diawali dengan menentukan nilai *Economic Value Added* dan *Market Value Added* untuk menilai kinerja perusahaan. Setelah menilai kinerja perusahaan peneliti menentukan *Good Corporate Governance* dengan menentukan presentase dewan komisaris independen. Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Kerangka Pemikiran



Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan variabel EVA, MVA, GCG, nilai perusahaan dan *firm size* dengan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI sebagai obyek kajian. Data penelitian diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI. Populasi didalam penelitian ini berjumlah 22 perusahaan yang mempublikasi laporan keuangan tahunan di BEI dan memiliki data-data berkaitan dengan variabel-variabel yang di teliti dan seluruh perusahaan dijadikan sebagai sampel atau teknik sensus (Sugiyono, 2016). Teknik analisis

data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif dan inferensial dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Ada dua bagian utama dalam pengukuran PLS yaitu model pengukuran (*outer model analysis*) dan model struktural (*structural model*). Peneliti menggunakan alat *SmartPLS4.0* untuk membantu mengolah data kuantitatif dan statistik untuk analisis ini.

Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai EVA tertinggi sebesar Rp 4.947 dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (ICBP) di tahun 2022. Variabel MVA tertinggi di tahun 2021 sebesar Rp 735.571.395.076 dimiliki oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP). Presentasi tertinggi untuk variabel GCG dimiliki oleh PT. Diamond Food Indonesia Tbk (DMND) sebesar 60% di tahun 2020-2022. Ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) sebesar 32,83 pada tahun 2021 dan variabel nilai perusahaan diukur tertinggi di tahun 2021 dengan nilai PBV sebesar 49,220 yang dimiliki oleh PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk (PANI).

Analisis Inferensial

Analisis inferensial dalam penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Analisis *Structural Equation Model* (SEM) dibagi kedalam dua bagian yakni *measurement model* (analisis model pengukuran/outer model). Model ini menentukan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikatornya, mendefinisikan bagaimana setiap indikator terkait dengan variabel latennya dan *structural model* (analisis model struktural/inner model) merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

Pengukuran Instrumen

Pengukuran terhadap setiap variabel dilakukan dengan mengacu pada nilai validitas dan reliabilitas setiap konstruk serta nilai *alpha cronbach* dan *composite reliability* (Fornell & Larcker, 1981) yang memiliki nilai > 0.70 , seperti yang dikemukakan oleh (Field, 2013). Hasil penelitian tersaji pada tabel berikut.

Model Pengukuran Instrumen

Variabel	Loading	α	CR	AVE
<i>Economic Value Added</i>	1.000	1.000	1.000	1.000
<i>Market Value Added</i>	1.000	1.000	1.000	1.000
<i>Good Corporate Governance</i>	0.789	1.000	1.000	1.000
Ukuran Perusahaan	1.000	1.000	1.000	1.000
Nilai Perusahaan	1.000	1.000	1.000	1.000

Sumber; Hasil pengolahan data, (2023)

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Pengaruh Langsung dan Pengaruh Moderasi

Hasil pengujian pengaruh langsung tersaji dalam tabel *path coefficients* berikut:

Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
EVA (X1) → Nilai Perusahaan (Y)	-0.355	-0.341	0.133	2.675	0.008
EVA (X1) → Ukuran Perusahaan (Z)	-0.815	-0.780	0.322	2.536	0.011
GCG (X3) → Nilai Perusahaan (Y)	0.041	0.043	0.063	0.652	0.514
GCG (X3) → Ukuran Perusahaan (Z)	0.271	0.253	0.095	2.842	0.004
MVA (X2) → Nilai Perusahaan (Y)	-0.459	-0.466	0.155	2.967	0.003
MVA (X2) → Ukuran Perusahaan (Z)	0.772	0.796	0.166	4.646	0.000
Ukuran Perusahaan (Z) → Nilai Perusahaan (Y)	0.483	0.506	0.149	3.234	0.001

Sumber; Hasil pengolahan data, (2023)

Hasil pengujian pengaruh variabel moderasi tersaji dalam tabel berikut:

Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Moderasi

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
EVA (X1) → Ukuran Perusahaan (Z) → Nilai Perusahaan (Y)	-0.394	-0.372	0.139	2.839	0.005
GCG (X3) → Ukuran Perusahaan (Z) → Nilai Perusahaan (Y)	0.131	0.128	0.057	2.302	0.021
MVA (X2) → Ukuran Perusahaan (Z) → Nilai Perusahaan (Y)	0.373	0.399	0.134	2.779	0.005

Sumber; Hasil pengolahan data, (2023)

Pembahasan Hasil Penelitian

Economic Value Added Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar -0,355, nilai t-statistik sebesar 2,675 dan *P-Value* sebesar 0,008. Nilai $t_{\text{statistics}} > t_{\text{table}}$ (1,96) dan nilai *P-Value* < 0,05 dengan demikian maka hipotesis pertama yaitu EVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dapat diterima, akan tetapi EVA memiliki pengaruh negatif terhadap nilai

perusahaan karena nilai original sampel bernilai negatif. Artinya jika EVA perusahaan *food and baverage* mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan turun begitu juga sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hanna Wijaya, (2022) dan dilakukan Hoban, (2023) yang menunjukkan bahwa EVA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, EVA perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dapat disebabkan karena biaya bunga yang tinggi dan hutang yang meningkat selama tahun 2020-2022. Walaupun EVA bernilai positif namun perusahaan mempunyai kewajiban yang besar berupa hutang dan biaya bunga. Karena EVA dapat diperoleh dari selisih antara nilai laba operasi bersih setelah pajak dan *capital charge*, dimana unsur pembentuk *capital charge* adalah biaya bunga dan hutang.

Marantika, (2012) berpendapat bahwa *shareholders* melakukan *overview* suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan dapat mencerminkan *asymmetric information* terhadap tinggi rendahnya nilai perusahaan. Jika *shareholders* ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan return atas investasi yang akan mereka tanamkan, yang akan dilihat pertama kali adalah rasio profitabilitas terutama ROI. Hal ini karena rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan return bagi para investor. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas ini, maka semakin besar nilai profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya dapat menjadi sinyal informasi positif bagi investor dalam investasi pada perusahaan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan EVA dalam pengukuran kinerja perusahaan-perusahaan *food and baverage* di Indonesia belum diterapkan, perusahaan lebih mengandalkan perhitungan ROI dalam menilai profitabilitas. Selain itu meskipun EVA merupakan pengukuran kinerja yang berfokus pada *value*, EVA hanya digunakan untuk mengukur faktor kuantitatif saja dalam menilai kinerja perusahaan tanpa mempertimbangkan faktor kualitatif sebagai bagian tidak terpisahkan dari penciptaan nilai perusahaan.

Dampak *Market Value Added* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar -0,459, nilai t-statistik sebesar 2,967 dan *P-Value* sebesar 0,003. Nilai $t_{\text{statistics}} > t_{\text{table}} (1,96)$ dan nilai *P-Value* < 0,05 dengan

demikian maka hipotesis kedua yaitu MVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dapat diterima, akan tetapi MVA memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena nilai original sampel bernilai negatif. Artinya jika MVA mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan turun begitu juga sebaliknya.

Perusahaan *food and baverage* yang memiliki nilai MVA diatas satu atau positif mengindikasikan nilai saham perusahaan bernilai tinggi di pasar. Penggunaan MVA untuk menilai kinerja perusahaan dimaksudkan untuk melihat kinerja perusahaan *food and baverage* dari penilaian aspek external atau pasar untuk perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sejenis yang dilakukan oleh Silalahi & Manullang, (2021) bahwa MVA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Return Saham.

Dalam hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan MVA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan disebabkan karena rata-rata nilai hutang perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI selama tahun 2020-2022 mengalami peningkatan. Menurut Rinaldo & Puspita, (2020) total hutang merupakan salah satu komponen yang diperhitungkan dalam penilaian MVA, apabila total hutang semakin meningkat maka total *invested capital* semakin tinggi dan menyebabkan nilai MVA semakin rendah karena unsur pembentuk MVA adalah selisih antara nilai perusahaan dengan *Invested Capital*.

Dampak *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar 0,041, nilai t-statistik sebesar 0,652 dan *P-Value* sebesar 0,514. Nilai $t_{\text{statistics}} > t_{\text{table}}$ (1,96) dan nilai *P-Value* $> 0,05$. Dengan demikian maka hipotesis ketiga yaitu GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan tidak diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rahmawati, (2021) bahwa terdapat pengaruh dewan komisaris independent terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga di dukung oleh teori yang dikemukakan oleh Karunia & Rusyifan, (2021) perihal jalannya manajemen perusahaan dibutuhkan sosok dewan komisaris independen. Nantinya, komisaris independen yang akan menjalankan tugas pengawasan, sehingga keberhasilan proses pengawasan dipengaruhi juga oleh jumlah anggota dewan komisaris independen. Banyak nya anggota dewan komisaris independen paling sedikit 3 orang dan paling banyak sama dengan jumlah anggota direksi. Jika dilihat dalam data 22 perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022. Perusahaan yang memiliki paling sedikit

3 orang dewan komisaris independen yaitu PT. Diamond Food Indonesia Tbk (DMND) dan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF). Hal tersebut bisa berdampak pada pengaruh terhadap nilai perusahaan jika ditinjau dari presentasi dewan komisaris independen.

Dampak *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar 0,483, nilai t-statistik sebesar 3,234 dan *P-Value* sebesar 0,001. Nilai $t_{\text{statistics}} > t_{\text{table}} (1,96)$ dan nilai *P-Value* $< 0,05$ maka hipotesis keempat yaitu ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dolontelide & Wangkar, (2019) yang menunjukkan bahwa secara parsial *sales growth* dan *firm size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2018. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Brigham & Houston, (2006) yang mengatakan bahwa besar kecilnya ukuran dari suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang bersangkutan. Artinya para investor yang ingin membeli saham suatu perusahaan juga memperhatikan ukuran perusahaan yang dimiliki sebagai tolak ukurnya. Perusahaan dengan jumlah aset yang tinggi diharapkan mampu memberikan hasil yang maksimal dalam operasional perusahaan dan memberikan keuntungan bagi pemegang saham. Sehingga nilai perusahaan menjadi tinggi di pasar.

***Economic Value Added* Berdampak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Mediasi Ukuran Perusahaan**

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar -0,394, nilai t-statistik sebesar 2,839 dan *P-Value* sebesar 0,005. Nilai $t_{\text{statistics}} > t_{\text{table}} (1,96)$ dan nilai *P-Value* $< 0,05$ maka hipotesis kelima yaitu EVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan mediasi ukuran perusahaan diterima, akan tetapi EVA memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan jika dimediasi ukuran perusahaan. Artinya, jika EVA meningkat maka nilai perusahaan akan menurun begitu juga sebaliknya walaupun perusahaan memiliki ukuran perusahaan yang besar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sejenis yang dilakukan oleh Hoban, (2023) bahwa *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Market Value Added Berdampak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Mediasi Ukuran Perusahaan

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar 0,373, nilai t-statistik sebesar 2,779 dan *P-Value* sebesar 0,005. Nilai $t_{\text{statistics}} > t_{\text{table}}$ (1,96) dan nilai *P-Value* < 0,05 maka hipotesis keenam yaitu MVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan mediasi ukuran perusahaan diterima. Artinya, jika MVA meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat begitu juga sebaliknya dengan mediasi ukuran perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sejenis yang dilakukan oleh Khamillah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan berpengaruh terhadap harga saham melalui ukuran perusahaan. Diharapkan perusahaan dapat memanfaatkan total asset yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat memenuhi tujuan pemegang saham. Perusahaan dengan harga saham yang tinggi dapat menciptakan nilai perusahaan yang tinggi.

Good Corporate Governance Berdampak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Mediasi Ukuran Perusahaan

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar 0,131, nilai t-statistik sebesar 2,302 dan *P-Value* sebesar 0,021. Nilai $t_{\text{statistics}} > t_{\text{table}}$ (1,96) dan nilai *P-Value* < 0,05 maka hipotesis ketujuh yaitu GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan mediasi ukuran perusahaan diterima. Artinya, jika GCG meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat begitu juga sebaliknya dengan mediasi ukuran perusahaan.

Dengan memanfaatkan total asset yang besar didalam perusahaan diharapkan peran dewan komisaris independen yang menjadi gambaran dari *good corporate governance* dalam penelitian ini dapat memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Menurut Karunia & Rusyifan, (2021) komisaris menjadi bagian elemen perusahaan yang memiliki tugas untuk melaksanakan pengawasan terhadap kinerja direksi saat mengelola perusahaan dan memiliki kewenangan dalam memberikan saran kepada manajemen perusahaan.

Penutup

Kesimpulan

Economic Value Added perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 berdampak negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya apabila EVA

mengalami peningkatan maka Nilai Perusahaan akan mengalami penurunan begitu juga sebaliknya. *Economic Value Added* berdampak negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 dengan ukuran perusahaan sebagai variabel mediasi. Artinya ukuran perusahaan tidak mampu memediasi dampak negatif dan signifikan EVA terhadap nilai perusahaan.

Hasil perhitungan MVA perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 berdampak negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya apabila nilai MVA mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan begitu juga sebaliknya. *Market Value Added* (MVA) berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 dengan ukuran perusahaan sebagai variabel mediasi artinya ukuran perusahaan mampu memediasi dampak MVA terhadap nilai perusahaan.

GCG perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 yang diukur dengan presentasi dewan komisaris independen menunjukkan adanya dampak tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan *food and beverage* memiliki rata-rata dewan komisaris independen dibawah standar ketentuan minimal dewan komisaris yaitu 3 (tiga) orang. GCG berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 dengan ukuran perusahaan sebagai variabel mediasi artinya ukuran perusahaan mampu memediasi dampak GCG terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya ukuran perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 yang diukur dengan *firm size* berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi ukuran perusahaan maka nilai perusahaan juga semakin tinggi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diberikan peneliti dari hasil penelitian ini sebagai berikut bahwa perusahaan perlu menerapkan prinsip-prinsip GCG dalam pengelolaan perusahaan guna memperoleh tujuan dari perusahaan dengan tidak melupakan aturan-aturan yang berlaku untuk pihak manajemen dan pihak investor dalam hal ini pemegang saham. Selain itu, perusahaan juga perlu meningkatkan nilai aset untuk menunjang operasional perusahaan dan meningkatkan pendapatan. Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar akan memberikan keyakinan terhadap

investor dan pemegang saham untuk menanamkan modal dan terus mempertahankan saham-saham yang dimiliki. Selanjutnya, investor perlu memperhatikan seberapa besar pasar memberikan nilai terhadap saham-saham perusahaan yang akan menjadi tempat berinvestasi dengan memanfaatkan perhitungan nilai perusahaan yang tinggi. Bagi peneliti selanjutnya perlu memperluas objek penelitian dan juga sebagai bahan pertimbangan menambahkan variabel independen yang akan mempengaruhi nilai perusahaan, yang belum sempat diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2006). *Fundamental of Financial Management* (10 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (11 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). Pengaruh Sales Growth dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24055>
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Los Angeles: Sage.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gustisari, D. (2019). Pengaruh Eva dan Mva Terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Property and Real Estate. *Science of Management and Students Research Journal*, 1(11), 360–364. <https://doi.org/10.33087/sms.v1i11.52>
- Harmono. (2011). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis* (1 ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Hartono, J. (2014). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (8 ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Hoban, F. B. (2023). *Pengaruh Economic Value Added dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 - 2019)*. Skripsi. Universitas Mercu Buana Bekasi. <https://repository.mercubuana.ac.id/73107/>

- Karunia, L., & Rusyifan, Z. (2021). *Good Corporate Governance (CGC) dan Komite Audit*. Jakarta: Zurra Infigro Media.
- Khamillah, Asmeri, R., & Anggraeni, M. D. (2022). Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Harga Saham Melalui Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2020. *Jurnal Matua*, 4(2), 281–302. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/576>
- Manossoh, H. (2016). *Good Corporate Governance untuk Meningkatkan Kualitas Laporan Keuangan*. Bandung: Norlive Kharisma Indonesia.
- Marantika, A. (2012). *Nilai Perusahaan (Firm Value) Konsep dan Implikasi*. Jakarta: Aura Publishing.
- Mikrad, M., & Syukur, A. (2019). Pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan pada (Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bei Tahun 2014-2018). *Dynamic Management Journal*, 3(2), 14–23. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj/article/view/1956>
- Murhadi, W. R. (2009). *Analisis Saham Pendekatan Fundamental*. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang.
- Nugroho, F. A., & Rahardjo, S. N. (2014). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Karakteristik Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 477–486. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/6120>
- Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 961–971. <https://doi.org/10.35794/emba.3.1.2015.7801>
- Prastuti, N. K. R., & Sudiarta, I. G. M. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1572–1598. <https://media.neliti.com/media/publications/254202-pengaruh-struktur-modal-kebijakan-divide-2ec589d5.pdf>

- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Equity*, 18(1), 1–18. <https://doi.org/10.34209/equ.v18i1.456>
- Rahayu, S. (2010). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*. Skripsi. Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/23232/>
- Rahmawati, I. (2021). Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Perkebunan yang Terdaftar di BEI. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan*, 4(2), 96–106. <https://doi.org/10.47080/progress.v4i2.1311>
- Rinaldo, D., & Puspita, V. A. (2020). *Analisis Kinerja Perusahaan Prinsip-Prinsip dan Aplikasi*. Bandung: Penerbit Manggu.
- Riyanto, B. (2011). *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sari, I. P., & Ayu, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2010–2014. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 5(3), 46–59. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/1582>
- Sari, P. A. (2021). *Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pharmaceuticals (Farmasi) yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019*. Skripsi. Universitas Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/60861/2/3.%20SKRIPSI%20TANPA%20POPPY.pdf>
- Septiyani, M., Tandika, D., & Azib, A. (2015). Pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Menggunakan Metode Tobin's Q (Studi Kasus pada Perusahaan dalam Indeks LQ45 Periode Tahun 2010-2013). *SPesia: Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba*, 1(2), 324–327. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.1977>
- Setianto, B. (2016). *Panduan Investasi 2016 di Bursa Efek Indonesia*. Jakarta: BSK Capital.
- Silalahi, E., & Manullang, M. (2021). Pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added Terhadap Return Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 7(1), 30–41. <https://doi.org/10.54367/jrak.v7i1.1171>

- Sobahi, I. N., Enas, E., & Herlina, E. (2019). Pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan (Suatu Studi pada Bank BCA yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2017). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(2), 120–148. <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/2297>
- Sugiono, A., & Untung, E. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan Edisi Revisi*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto. (2001). *Dasar-Dasar Management Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1248–1277. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/27276>
- Tjager, I. N. (2013). *Corporate Governance: Tantangan dan Kesempatan Bagi Komunitas Bisnis Indonesia*. Jakarta: Prenhallindo.
- Utami, S., & Prastiti, S. D. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Social Disclosure. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(1), 63–69. <https://fe.um.ac.id/wp-content/uploads/2009/10/8-Sri-Utami.pdf>.
- Wijaya, H. (2022). Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan dengan Economic Value Added (EVA) sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Finansial dan Perbankan*, 1(1). <https://ojs.uph.edu/index.php/JFP/article/view/4772/1000>