

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia**

###### **1) PT. FKS Food Sejahtera, Tbk**

Didirikan pada tahun 1990, PT FKS Food Sejahtera, Tbk adalah perusahaan manufaktur makanan yang berbasis di Jakarta, Indonesia, yang produk utamanya meliputi berbagai makanan olahan. Beberapa perubahan nama telah dilakukan oleh perusahaan. Awalnya didirikan sebagai Asia Intiselera, perusahaan ini berganti nama menjadi Tiga Pilar Sejahtera Food pada tahun 2003 dan dikenal sebagai FKS Food Sejahtera sejak Maret 2021.

Dua perusahaan mie dan bihun adalah nenek moyang PT FKS Food Sejahtera Tbk. Joko Mogoginta, Budhi Istanto, dan Priyo Hadisusanto mendirikan PT Tiga Pilar Sejahtera pada tahun 1992 dengan tim kecil beranggotakan 25 orang.

## **2) PT. Tri Banyan Tirta, Tbk**

Pada tanggal 3 Juni 1997, di tahun yang sama dengan berdirinya Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO), ALTO memulai kegiatan komersialnya. Kantor pusat ALTO terletak di Kp. Pasir Dalem RT.02 RW.09 Desa Babakan Pari, Kabupaten Sukabumi, Kecamatan Cidahu, Jawa Barat 43158, Indonesia. Beberapa pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Tri Banyan Tirta adalah PT Fikasa Bintang Cemerlang (pengendali), PT Tirtamas Anggada (pengendali), TRIM (13,44%), dan PT Danareksa (Persero) S/A PSC (6,28%).

Dalam hal Tri Banyan Tirta Tbk, Agung Salim adalah pihak yang paling diuntungkan dengan kepemilikan sahamnya. Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ALTO dapat melakukan kegiatan usaha sebagai berikut: Menjalankan usaha-usaha dalam bidang produksi air mineral, makanan, minuman, bahan pengemas, dan wadah plastik. Saat ini, ALTO terutama memproduksi air minum dalam kemasan dengan merek ALTO dan TOTAL, serta produk air alkali dengan merek Total 8+. Dan bukan hanya itu saja! ALTO adalah OEM untuk merek-merek ini: Air minum dalam kemasan VIT oleh PT Tirta Investama (Danone)-Aqua, minuman energi Pristine oleh PT

Super Wahana Tehno (grup Sinarmas), dan minuman energi Panther oleh Kino Indonesia Tbk (KINO).

### **3) PT. Campina Ice Cream Industry, Tbk**

Bapak Darmo Hadipranoto dan istrinya memulai produksi es krim Campina di garasi kediamannya di Jalan Gembong Sawah, Surabaya, pada tanggal 22 Juli 1972, dan pada saat itu juga didirikan CV Pranoto, yang kemudian menjadi perusahaan yang terkenal dan menjadi pilihan utama di masyarakat.

Pada tahun 1994, keluarga Bapak Sabana Prawirawidjaja (PT Ultrajaya Milk Industry) mengakuisisi saham perusahaan, sehingga terjadi perubahan nama menjadi PT Campina Ice Cream Industry, dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Untuk meningkatkan variasi produknya, Campina merelokasi pabriknya ke Rungkut, Surabaya, pada tahun 1984; lokasi baru tersebut masih beroperasi hingga saat ini.

### **4) PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk**

Pada tahun 1968, perusahaan mulai beroperasi di Pontianak sebagai CV Tjahaja Kalbar, yang mengkhususkan diri dalam penyulingan minyak kelapa dari kopra. Transformasi minyak kelapa menjadi minyak goreng dimulai oleh perusahaan pada tahun 1972. Pabrik pengolahan minyak kelapa sawit pertama perusahaan yang berlokasi di Pluit, Penjaringan, Jakarta Utara,

diresmikan pada tahun 1982. Pabrik ini mengolah minyak kelapa sawit menjadi shortening, minyak goreng, dan margarin. Setelah melakukan rebranding pada tahun 1988, perusahaan ini dikenal dengan nama PT Cahaya Kalbar..

#### **5) PT. Sariguna Primatirta, Tbk**

Nama perusahaan saat ini diubah dari "PT Sari Guna" setahun setelah mulai beroperasi pada tahun 1988. "Tanobel" merupakan gabungan dari kata "tan" dan "nobel", yang kemudian menjadi nama dagang perusahaan. Nama keluarga pendiri perusahaan ini adalah Tanoko, yang merupakan asal kata "Tan". Istilah bahasa Inggris "noble" adalah asal kata "nobel".

Setelah mengakuisisi produsen air minum dalam kemasan "Anda" pada tahun 2003, perusahaan ini mulai memproses air dari mata air di Gunung Arjuna dan mulai beroperasi secara penuh pada tahun 2004. Fasilitas pertama untuk air minum dalam kemasan "Cleo" didirikan pada tahun 2004 di dekat Pandaaan dan Pasuaran. Barang-barang perusahaan pertama kali dijual hanya di Jawa Timur, tetapi seiring dengan pertumbuhannya, perusahaan mendirikan lebih banyak pabrik di daerah lain di Indonesia.

#### **6) PT. Wahana Interfood Nusantara, Tbk**

Wahana Interfood Nusantara Tbk (COCO) memulai kegiatannya pada tahun 2006 setelah didirikan pada tanggal 15 Februari 2006. Kantor pusat Wahana Interfood Nusantara Tbk dapat ditemukan di Jalan Dadali No. 16, RT. 001 RW 003, Kel. Garuda, Kec. Andir, Kota Bandung 40184 - Indonesia.

Dua perusahaan, PT Inter Jaya Corpora (49,53%) dan PT Granali Budi Berjaya (17,40%), menguasai lima persen atau lebih saham Wahana Interfood Nusantara Tbk. Induk perusahaan Wahana Interfood Nusantara Tbk, PT Inter Jaya Corpora, dimiliki oleh Reinald Siswanto, yang merupakan pemegang saham pengendali perusahaan.

Pada tanggal 6 Maret 2019, COCO mendapat izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 168.000.000 saham baru dengan nilai nominal Rp100 dengan harga penawaran Rp198 dan 56.000.000 Waran Seri I dengan harga pelaksanaan Rp400 per waran. Pencatatan waran dan saham dilakukan pada tanggal 20 Maret 2019.

#### **7) PT. Sentra Food Indonesia Tbk**

Setelah mengakuisisi PT Sapbeverages Indonesia dan PT Kemang Food Industries, PT Sentra Food Indonesia, yang didirikan pada 28 Juni

2004, menjadi perusahaan spesialis makanan dan minuman. Dalam hal daging olahan di Indonesia, PT Kemang Food Industries (PT KEMFOOD) adalah pelopor awal. Bapak Bambang Mustari Sadiq (Bob Sadino) adalah perintis awal industri daging olahan di Indonesia, yang mendirikan perusahaannya pada tahun 1970-an. Pada tahun 1978, Bob Sadino mendirikan fasilitas canggih di Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta, seiring dengan ekspansinya. Perusahaan induk PT Sentra Food Indonesia Tbk, PT Super Capital Indonesia, mengakuisisi PT Kemang Food Industries (PT KEMFOOD) pada tahun 2008. **PT. Mulia Boga Raya, Tbk**

Bisnis ini pertama kali dibuka untuk umum pada tanggal 25 Agustus 2006. Setahun kemudian, pada tahun 2007, perusahaan mulai mempersiapkan lokasi di Cikarang untuk fasilitas pabrik, dan pada tahun 2008, operasi penuh dimulai. Salah satu komoditas yang dikontrak untuk diproduksi pada tahun 2009 oleh PT Fonterra Brands Indonesia adalah keju olahan merek Anchor. Dikenal dengan nama Prochiz, perusahaan ini memulai debutnya dengan meluncurkan keju cheddar olahan dalam kemasan 2 kilogram dan 180 gram pada tahun 2010. Kesuksesan Prochiz pada tahun 2011 mendorong perusahaan untuk memperluas fasilitas dan produksinya pada tahun 2012. Setelah itu, mereka mulai memproduksi berbagai macam keju, termasuk Prochiz Slice, keju cheddar yang diiris.

#### **8) PT Mayora Indah, Tbk**

Didirikan pada tahun 1977, PT Mayora Indah Tbk (Perusahaan) pertama kali melayani wilayah Jakarta dan sekitarnya dari fasilitasnya di Tangerang. Pada tahun 1990, setelah berhasil menembus pasar Indonesia, Perusahaan melakukan Penawaran Umum Saham Perdana (IPO) dengan tujuan untuk menjangkau konsumen di Asean. Setelah itu, pangsa pasar perusahaan tumbuh di negara-negara Asia lainnya. Barang-barang Perusahaan sekarang tersedia di lima benua.

"Lima Perusahaan dengan Pengelolaan Terbaik di Indonesia" dari Asia Money, "100 Perusahaan Eksportir Terbaik di Indonesia" dari majalah Swa, "100 Perusahaan Publik Terbaik" dari majalah Investor Indonesia, "Produsen Produk Halal Terbaik" dari Majelis Ulama Indonesia, "Perusahaan Tercatat Terbaik" dari Berita Satu, "Indonesia's Corporate Secretary Award",

#### **9) PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk**

Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) yang didirikan pada tanggal 2 November 1971, mulai beroperasi pada awal tahun 1974. Kantor pusat dan kegiatan Ultrajaya berlokasi di Jalan Raya Cimareme 131 Padalarang, Bandung, 40552. Bapak Sabana Prawirawidjaja (44,20%) dan PT Prawirawidjaja Prakarsa (21,40%) memiliki 5% atau lebih saham Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

Berdasarkan anggaran dasarnya, Ultrajaya bergerak di bidang makanan dan minuman. Ultrajaya memproses dan mengemas susu cair, sari buah, teh, minuman tradisional, dan minuman kesehatan dalam kemasan karton aseptik dengan menggunakan teknologi UHT. Perusahaan makanan Ultrajaya menawarkan konsentrat buah tropis, susu bubuk, dan susu kental manis. Perusahaan ini mengiklankan produknya melalui pasar langsung, tidak langsung, dan pasar saat ini.

Ultrajaya membuat dan menjual beberapa merek minuman. Susu bubuk (Morinaga), teh (Teh Kotak dan Teh Bunga), susu kental manis (Cap Sapi), minuman kesehatan dan minuman lainnya (Sari Asam dan Sari Kacang Ijo), dan susu cair. Ultrajaya juga memproduksi dan mengemas minuman UHT Buavita dan Go-Go bersama Unilever Indonesia Tbk (UNVR).

## **4.2. Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Analisis Deskriptif dan Pembahasan**

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisa data untuk menjelaskan data secara umum, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (Sugiyono, 2017:147). Dalam penelitian ini digunakan PLS. 4 untuk menentukan nilai statistik deskriptif dari variabel-variabel yang diteliti yaitu sebagai berikut:



**Tabel 4.1**  
**Statistik Deskriptif**

Name	Mean	Median	Scale min	Scale max	Standard deviation
<b>EVA (X1)</b>	85.065	15.660	-6763.690	4947.920	1073.559
<b>MVA (X2)</b>	5019505160 2666.440	1675144526 236.280	73191729 9.380	735571395 076113.00 0	1446399746 61114.100
<b>Ukuran Perusahaan (Z)</b>	28.377	28.170	20.460	32.830	2.094
<b>GCG (X3.1)</b>	0.391	0.33	0.33	0.6	0.081
<b>GCG (X3.2)</b>	0.748	0.75	0.000	1.500	0.458
<b>GCG (X3.3)</b>	0.231	0.020	0.000	0.315	0.48
<b>GCG (X3.4)</b>	0.599	0.67	0.000	2.480	0.357
<b>PBV (Y1)</b>	3.059	1.870	0.31	49.220	5.959

Sumber : data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui nilai mean dari Variabel EVA Tahun 2020-2022 sebesar 85,065 nilai tersebut menunjukkan rata-rata EVA perusahaan *food and baverage* Tahun 2020-2022. Nilai max dari EVA sebesar 4.947,92 nilai tersebut menunjukkan nilai EVA tertinggi perusahaan *food and baverage* Tahun 2020-2022 yang dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk (ICBP) di Tahun 2022. Nilai min dari EVA sebesar -6.763,690 nilai tersebut menunjukkan nilai EVA terendah perusahaan *food and baverage* Tahun 2020-2022 yang dimiliki oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk (ICBP) di Tahun 2020.

Nilai mean untuk variabel MVA adalah 501.950 nilai tersebut menunjukkan rata-rata nilai MVA perusahaan *food and baverage* Tahun 2020-2022. Nilai Max dari MVA adalah 735.571.395.076 nilai tersebut menunjukkan nilai MVA tertinggi Tahun

2020-2022, Perusahaan dengan nilai MVA tertinggi adalah PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) sebesar 735.571.395.076 di Tahun 2021. Nilai Min dari MVA adalah 731.917.299.380 nilai tersebut menunjukkan nilai terendah MVA di Tahun 2020-2022 dan perusahaan yang memiliki nilai MVA terendah yaitu PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk (INDF) di Tahun 2020.

Variabel Ukuran perusahaan memiliki nilai mean sebesar 28,3 hal tersebut menunjukkan nilai rata-rata ukuran perusahaan *food and baverage* Tahun 2020-2022. Nilai Max ukuran perusahaan sebesar 32.830 nilai tersebut menunjukkan nilai tertinggi ukuran perusahaan Tahun 2020-2022 dan perusahaan dengan ukuran perusahaan tertinggi adalah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) Tahun 2021 sebesar 32,830. Nilai min ukuran perusahaan sebesar 20.460 hal tersebut menunjukkan nilai terendah perusahaan *food and baverage* dari ukuran perusahaan di Tahun 2020-2022 dan perusahaan yang memiliki nilai terendah adalah PT. Mulia Boga Raya Tbk ( KEJU) di Tahun 2021.

Variabel *Good Coporate Governance* (GCG) dalam penelitian ini diwakili oleh Presentasi Dewan Komisaris Independen (X3.1), Komite Audit (X3.2), Kepemilikan Manajerial (X3.3) dan Kepemilikan Institusional (X4.3). Berdasarkan analisis deskriptif pada tabel 4.1, perusahaan dengan presentasi dewan komisaris independen tertinggi adalah PT. Diamond Food Indonesia, Tbk (DMND) sebesar 60% dari Tahun 2020-2022. Perusahaan dengan indikator komite audit (X3.2) tertinggi sebesar 1,5% yaitu PT. Tri Banyan Tirta, Tbk (ALTO) dan PT. Era Mandiri

Cemerlang, Tbk (IKAN). Perusahaan dengan presentasi kepemilikan manajerial tertinggi (X3.3) sebesar 3,150% yaitu PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) dan perusahaan yang memiliki nilai tertinggi untuk indikator presentasi kepemilikan institusional sebesar 2,480 adalah PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, PT (GOOD).

Variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai mean sebesar 0.31 nilai tersebut menunjukkan rata-rata Nilai Perusahaan *food and baverage* Tahun 2020-2022. Nilai Max Nilai Perusahaan sebesar 49.220 nilai tersebut menunjukkan nilai tertinggi dari Nilai Perusahaan *food and baverage* Tahun 2020-2022. Nilai tertinggi sebesar 49,220 yaitu PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk, (PANI) di Tahun 2021.

#### 1. *Economic Value Added (EVA)*

*Economic Value Added (EVA)* merupakan alat untuk mengukur laba ekonomi suatu perusahaan yang menyatakan bahwa kesejahteraan hanya dapat tercapai apabila perusahaan mampu memenuhi semua biaya operasi dan biaya modal, Mikrad (2019). Berikut merupakan Nilai *Economic Value Added (EVA)* dan rata-rata EVA dari 22 perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

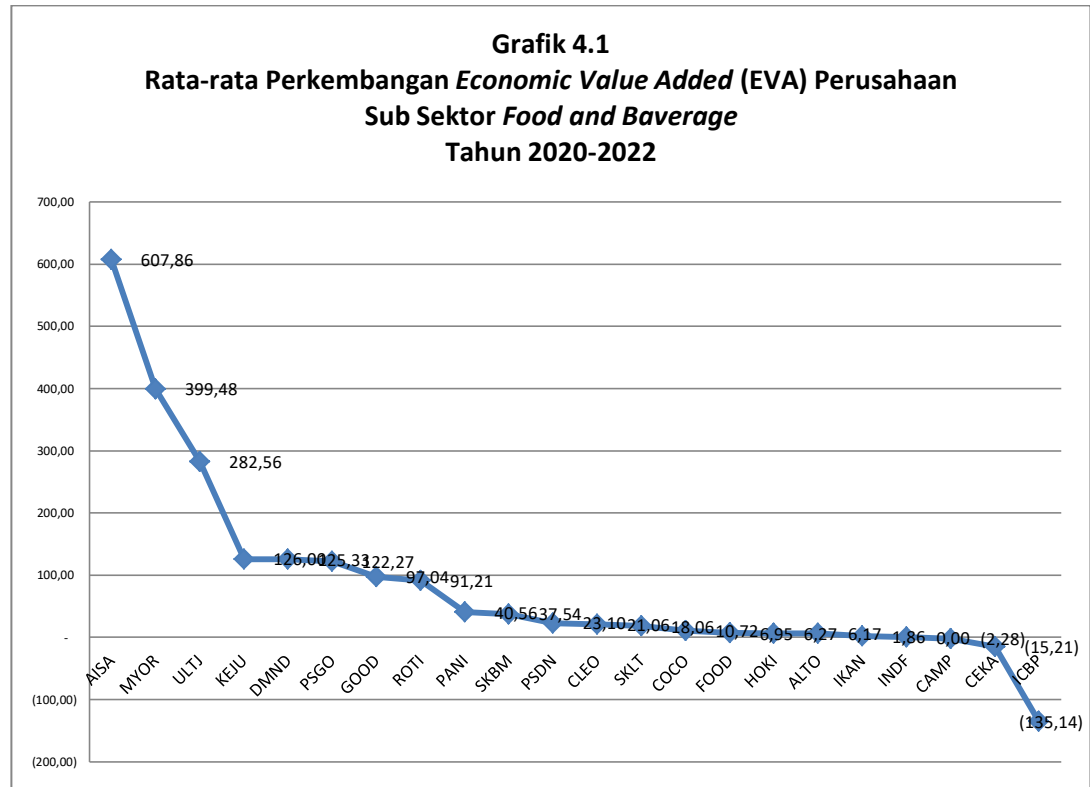
**Tabel 4.2**  
**Hasil Perhitungan *Economic Value Added (EVA)* 22 Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020 - 2022**

No	Kode Saham Perusahaan	<i>Economic Value Added (EVA)</i> Dalam Miliar Rupiah			Rata-rata	Standar EVA > 0
		2020	2021	2022		
1	AISA	1,806,82	13,04	3,72	<b>607,86</b>	<b>1</b>
2	ALTO	2,19	3,28	13,05	<b>6,17</b>	<b>17</b>

3	CAMP	- 6,78	- 2,94	2,88	- 2,28	<b>3</b>
4	CEKA	11,74	- 17,11	- 40,25	- 15,21	<b>2</b>
5	CLEO	14,49	24,09	24,60	<b>21,06</b>	<b>12</b>
6	COCO	10,51	13,05	8,59	<b>10,72</b>	<b>14</b>
7	DMND	- 1,62	44,95	332,67	<b>125,33</b>	<b>5</b>
8	FOOD	20,47	0,31	0,06	<b>6,95</b>	<b>15</b>
9	GOOD	38,92	121,54	130,66	<b>97,04</b>	<b>7</b>
10	HOKI	10,28	5,73	2,81	<b>6,27</b>	<b>16</b>
11	ICBP	- 6,763,69	1,410,36	4,947,92	- 135,14	<b>1</b>
12	IKAN	0,71	2,23	2,64	<b>1,86</b>	<b>18</b>
13	INDF	0,00	0,00	0,01	<b>0,00</b>	<b>19</b>
14	KEJU	116,36	144,53	117,12	<b>126,00</b>	<b>4</b>
15	MYOR	265,73	491,57	441,15	<b>399,48</b>	<b>2</b>
16	PANI	- 0,19	0,11	121,76	<b>40,56</b>	<b>9</b>
17	PSDN	- 30,26	1,05	98,50	<b>23,10</b>	<b>11</b>
18	PSGO	104,94	107,19	154,68	<b>122,27</b>	<b>6</b>
19	ROTI	102,23	57,86	113,53	<b>91,21</b>	<b>8</b>
20	SKBM	6,85	40,67	65,10	<b>37,54</b>	<b>10</b>
21	SKLT	18,41	20,11	15,66	<b>18,06</b>	<b>13</b>
22	ULTJ	307,07	339,55	201,07	<b>282,56</b>	<b>3</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>- 180,22</b>	<b>128,24</b>	<b>307,18</b>	<b>85,06</b>	

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat dilihat rata-rata nilai EVA sub sektor *Food and Beverage* Tahun 2020-2022 sebesar 85,06. Beberapa perusahaan yang memiliki nilai EVA terendah yaitu PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk dengan nilai EVA sebesar -135,13, PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk dengan nilai EVA sebesar -15,21 dan PT. Campina Ice Cream Industry, Tbk memiliki nilai EVA sebesar -2,28 hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai EVA negatif dan belum mampu memberikan nilai tambah ekonomi bagi para pemegang saham.



*Sumber : data diolah 2023*

Menurut Sobahi et al. (2019) *Economic Value Added* (EVA) adalah salah satu alat pengukuran kinerja keuangan. *Economic Value Added* (EVA) juga mampu mengukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai tambah perusahaan, karena dalam pengukurannya *Economic Value Added* (EVA) memperhatikan biaya modal dan kemakmuran pemegang saham perusahaan.

Rata-rata nilai EVA perusahaan sub sektor *Food and Beverage* Tahun 2020-2022 berdasarkan grafik 4.1 diatas menunjukkan perusahaan dengan nilai EVA tertinggi yaitu PT. FKS Food Sejahtera, Tbk sebesar 607,86 hal ini

menunjukkan pihak manajemen perusahaan mampu menciptakan nilai ekonomi bagi para pemegang saham. Perusahaan dengan nilai EVA terendah adalah PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk sebesar -135,14 hal ini menunjukkan pihak manajemen perusahaan belum mampu menciptakan nilai ekonomi bagi para pemegang saham.

Perusahaan *food and baverage* yang memiliki nilai EVA yang tinggi karena nilai NOPAT lebih besar dari nilai CC. Perusahaan mampu menghasilkan NOPAT yang besar dengan menghasilkan laba operasi bersih diatas nilai utang, beban bunga dan beban pajak. Sehingga memberikan gambaran bahwa pihak manajemen mampu meningkatkan kinerja keuangan dan memberikan peningkatan nilai perusahaan bagi pemegang saham.

Perusahaan yang memiliki EVA negatif karena memiliki nilai CC atau biaya modal lebih besar dari pada NOPAT atau laba operasi bersih setelah pajak sehingga memberikan gambaran bahwa pihak manajemen belum mampu meningkatkan kinerja keuangan dan belum mampu memberikan nilai perusahaan yang baik bagi pemegang saham.

## **2. *Market Value Added (MVA)***

*Market Value Added (MVA)* merupakan alat ukur kinerja keuangan dan pasar untuk mengatasi kelemahan metode akuntansi tradisional dan rasio keuangan. Menurut Putri (2021:324) Jika MVA positif berarti manajer berhasil menciptakan nilai tambah bagi perusahaan sebaliknya jika MVA negatif maka perusahaan gagal menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.

Penciptaan suatu nilai bagi pemegang saham sesuai dengan konsep *Market Value Added* (MVA) yaitu memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham yang dilakukan dengan memaksimalkan selisih antara *market value of equity* dengan jumlah yang ditanamkan investor ke dalam perusahaan. Selisih tersebut dikenal dengan istilah *Market Value Added* (MVA).

*Market Value Added* (MVA) dipilih karena konsep ini merupakan ukuran kinerja keuangan secara eksternal, jadi bukan dari nilai pasar perusahaan yang merupakan hasil kali antara jumlah harga saham yang beredar dengan harga pasarnya. Berikut merupakan tabel perhitungan *market value added* perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2022:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Perhitungan *Market Value Added* (MVA) 22 Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)**  
**Tahun 2020 – 2022**

No	Kode Perusahaan	Market Value Added (MVA) Dalam Miliar Rupiah			Rata-rata	Standar MVA > 1
		2020	2021	2022		
1	AISA	10,817,406,317,270,70	8,640,205,046,838,37	9,763,319,869,201,56	<b>9,740,310,411,103,55</b>	8
2	ALTO	1,606,622,125,207,32	133,122,235,376,82	103,196,198,448,27	<b>614,313,519,677,47</b>	15
3	CAMP	736,576,820,861,69	704,942,954,514,32	784,608,380,998,98	<b>742,042,718,791,66</b>	14
4	CEKA	182,045,504,461,35	184,462,037,443,25	100,105,525,797,82	<b>155,537,689,234,14</b>	19
5	CLEO	4,994,328,130,140,60	4,159,220,202,106,70	6,100,472,976,040,30	<b>5,084,673,769,429,20</b>	10
6	COCO	134,979,402,145,76	135,127,780,135,45	249,839,389,523,40	<b>173,315,523,934,87</b>	18
7	DMND	9,705,465,641,219,86	12,099,672,771,063,20	13,890,414,045,404,90	<b>11,898,517,485,896,00</b>	7
8	FOOD	37,017,967,883,44	1,771,396,964,91	1,127,681,678,08	<b>13,305,682,175,48</b>	21
9	GOOD	27,322,192,247,372,00	27,484,257,015,401,80	29,340,675,710,923,40	<b>28,049,041,657,899,10</b>	5
10	HOKI	2,326,202,261,483,94	3,032,883,749,014,01	1,381,442,222,734,72	<b>2,246,842,744,410,89</b>	11
11	ICBP	616,247,673,715,637,00	735,571,395,076,113,00	674,437,632,500,060,00	<b>675,418,900,430,604,00</b>	1
12	IKAN	52,837,414,494,22	48,630,919,221,94	44,065,623,502,29	<b>48,511,319,072,82</b>	20
13	INDF	731,917,299,38	810,304,565,73	762,231,124,79	<b>768,150,996,63</b>	22
14	KEJU	350,858,918,401,06	272,851,132,098,05	234,891,808,771,79	<b>286,200,619,756,97</b>	16
15	MYOR	190,183,825,710,696,00	191,337,297,723,504,00	211,098,916,765,845,00	<b>197,540,013,400,015,00</b>	2
16	PANI	23,872,792,381,16	173,482,177,183,680,00	115,819,904,153,168,00	<b>96,441,984,709,743,10</b>	3
17	PSDN	929,122,557,999,42	938,397,826,702,73	959,759,208,834,68	<b>942,426,531,178,94</b>	13
18	PSGO	41,309,688,959,945,90	43,488,752,459,736,80	46,272,319,261,352,50	<b>43,690,253,560,345,10</b>	4
19	ROTI	7,575,328,568,804,44	8,176,640,414,616,27	8,965,231,271,215,97	<b>8,239,066,751,545,56</b>	9
20	SKBM	1,392,330,353,703,54	1,691,941,684,006,49	1,675,144,526,236,28	<b>1,586,472,187,982,10</b>	12
21	SKLT	253,438,540,678,51	239,885,901,011,67	305,677,500,880,96	<b>266,333,980,857,05</b>	17
22	ULTJ	23,590,652,016,772,90	23,590,652,015,645,70	16,155,603,209,619,70	<b>21,112,302,414,012,80</b>	6
<b>Rata-rata</b>		<b>42,716,963,540,220,90</b>	<b>56,155,231,719,534,60</b>	<b>51,712,959,548,243,80</b>	<b>50,195,051,602,666,50</b>	

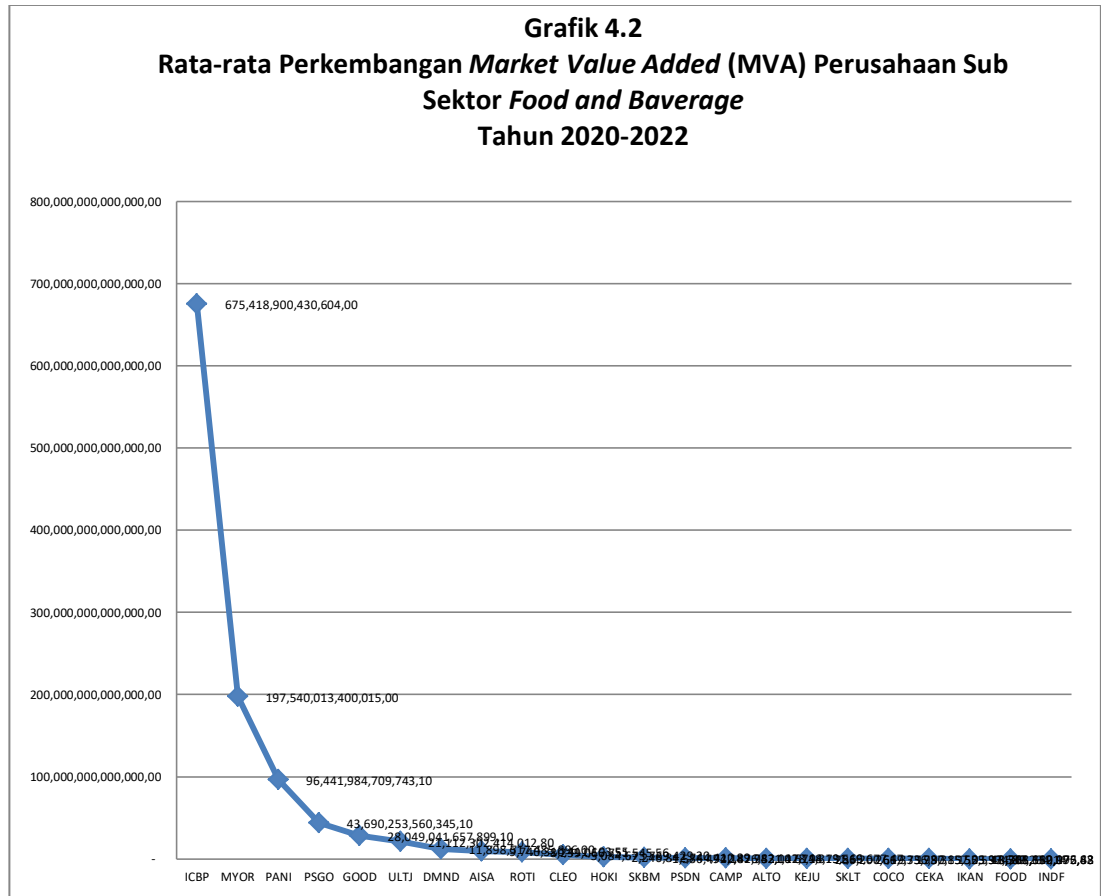
*Sumber : data diolah Tahun 2023*

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat nilai MVA perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022 bernilai positif dan rata-rata *Market Value Added* (MVA) dari 22 perusahaan *sub sektor food and beverage* adalah Rp 50.195.051.606.666,50. Jika dibandingkan dengan rata-rata nilai MVA industri *food and beverage* Tahun 2021-2022 maka PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk (INDF) memiliki nilai MVA terendah sebesar Rp 768.150.996,63 dibanding perusahaan sejenis yang



lain. Perusahaan dengan nilai MVA tertinggi adalah PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk (ICBP) sebesar Rp 675.418.900.430.604.

Tabel 4.3 menunjukkan rata-rata nilai MVA untuk 22 perusahaan sub sektor *food and baverage* memiliki nilai MVA positif berarti para manejer perusahaan berhasil menciptakan nilai tambah perusahaan dan menunjukkan kinerja yang baik bagi para pemegang saham.



Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan grafik 4.2 diatas menunjukkan perusahaan dengan nilai MVA tetinggi adalah PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk (ICBP) sebesar Rp

675.418.900.430.604 hal ini menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan perusahaan dengan nilai MVA terendah yaitu PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk (INDF) memiliki nilai MVA terendah sebesar Rp 768.150.996,63 hal ini menunjukkan perusahaan dinilai belum memiliki kinerja yang baik menurut pandangan external atau pasar.

Perusahaan *food and baverage* yang memiliki MVA positif karena unsur nilai perusahaan lebih besar dari modal yang di investasikan. Unsur pembentuk *Invested Capital* atau modal yang di investasikan adalah total hutang dan ekuitas artinya perusahaan mampu memanfaatkan modal yang diinvestasikan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai MVA rendah atau negatif karena memiliki *invested capital* diatas nilai perusahaan sehingga perusahaan dianggap tidak mampu memanfaatkan modal yang diinvestasikan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

### **3. *Good Corporate Governance* (GCG)**

Sukrisno & Ardana (2006) berpendapat tata kelola perusahaan yang baik atau *good corporate governance* (GCG) yaitu sistem yang mengatur hubungan peran dewan komisaris, peran direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan sebagai proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan.

Menurut Sari (2023) *good corporate governance* (GCG) adalah suatu peraturan yang mengatur, mengelola, menghubungkan antara pihak internal

perusahaan dengan pihak eksternal perusahaan yang berfungsi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Adanya *good corporate governance* (GCG) juga dapat menciptakan situasi yang kondusif didalam perusahaan. Dalam penelitian ini GCG di jabarkan dalam presentasi dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional. Berikut merupakan hasil perhitungan masing-masing indikator GCG yang menjadi penjabaran dari variabel GCG dalam penelitian ini:

**a. Dewan Komisaris Independen**

Berikut merupakan tabel hasil perhitungan Dewan Komisaris Independen 22 Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020 – 2022.

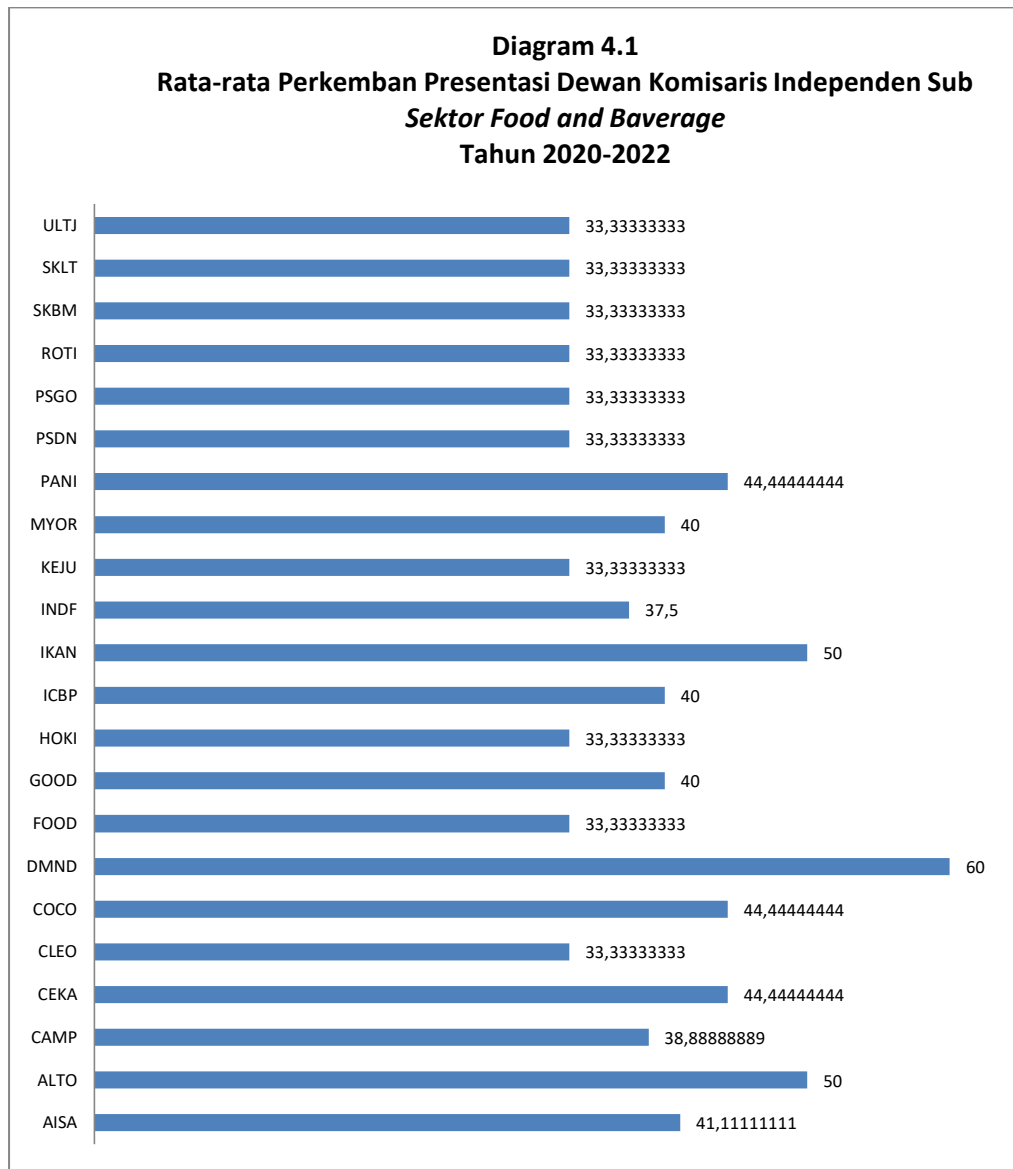
**Tabel 4.4**  
**Hasil Perhitungan Dewan Komisaris Independen 22 Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 - 2022**

No	Kode Perusahaan	Dewan Komisaris Independen (%)			Rata-rata
		2020	2021	2022	
1	AISA	50	33,33	40	41,11
2	ALTO	50	50	50	50
3	CAMP	33,33	33,33	50	38,88
4	CEKA	50	50	33,33	44,44
5	CLEO	33,33	33,33	33,33	33,33
6	COCO	50	50	33,33	44,44
7	DMND	60	60	60	60
8	FOOD	33,33	33,33	33,33	33,33
9	GOOD	40	40	40	40
10	HOKI	33,33	33,33	33,33	33,33
11	ICBP	40	40	40	40
12	IKAN	50	50	50	50

13	INDF	37,5	37,5	37,5	37,5
14	KEJU	33,33	33,33	33,33	33,33
15	MYOR	40	40	40	40
16	PANI	50	50	33,33	44,44
17	PSDN	33,33	33,33	33,33	33,33
18	PSGO	33,33	33,33	33,33	33,33
19	ROTI	33,33	33,33	33,33	33,33
20	SKBM	33,33	33,33	33,33	33,33
21	SKLT	33,33	33,33	33,33	33,33
22	ULTJ	33,33	33,33	33,33	33,33

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat rata-rata presentasi tertinggi dewan komisaris independen yang dimiliki perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022 adalah PT. Diamond Food Indonesia, Tbk (DMD) dengan rata-rata presentasi selama tiga tahun sebesar 60%.



*Sumber : data diolah 2023*

Berdasarkan Diagram 4.1, dapat diketahui perusahaan dengan presentasi rata-rata dewan komisaris independen selama Tahun 2020-2022 tertinggi yaitu PT. Diamond Food Indonesia, Tbk (DMD) dengan rata-rata presentasi selama tiga tahun sebesar 60%. Wibowo et al. (2016) berpendapat Dewan komisaris merupakan salah satu sistem manajemen yang memungkinkan untuk mengoptimalkan peran komisaris

dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik. *Good Corporate Governance (GCG)* adalah seluruh dewan komisaris dari seluruh perusahaan, baik komisaris internal ataupun eksternal atau komisaris independen. Peningkatan jumlah anggota dewan komisaris mempengaruhi peningkatan efektivitas pengawasan serta meningkatkan keberhasilan nilai perusahaan.

Menurut Karunia & Rusyifan, p. (2021, p. 80) banyaknya anggota dewan komisaris independen paling sedikit 3 orang dan paling banyak sama dengan jumlah anggota direksi, dalam penelitian ini perusahaan *food and baverage* yang memiliki jumlah anggota dewan independen diatas 3 orang yaitu PT. Diamond Food Indonesia Tbk (DMND) dan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, (INDF).

#### **b. Komite Audit**

Berikut merupakan tabel perhitungan Komite Audit Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020 – 2022.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Perhitungan Presentasi Komite Audit 22 Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 - 2022**

No	Kode Perusahaan	Komite Audit (%)			Rata-rata
		2020	2021	2022	
1	AISA	75	50	60	61,66
2	ALTO	150	150	150	150
3	CAMP	0	100	150	83,33
4	CEKA	75	75	100	83,33
5	CLEO	100	100	100	100
6	COCO	150	150	100	133,33

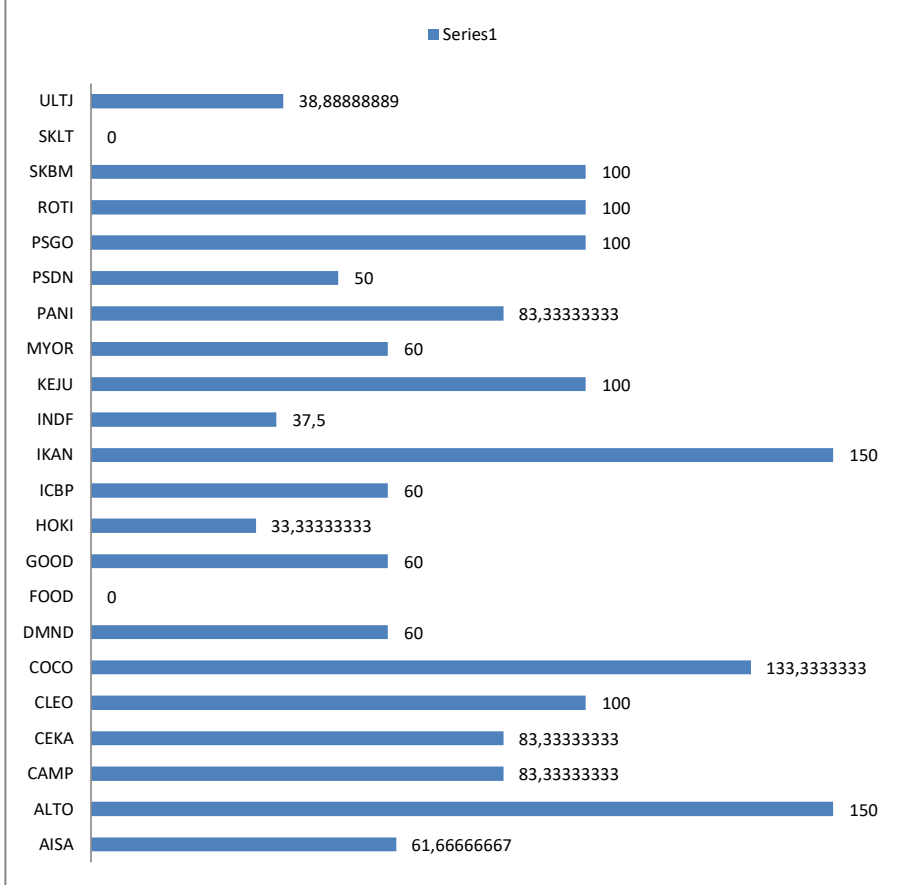
7	DMND	60	60	60	60
8	FOOD	0	0	0	0
9	GOOD	60	60	60	60
10	HOKI	0	0	100	33,33
11	ICBP	60	60	60	60
12	IKAN	150	150	150	150
13	INDF	37,5	37,5	37,5	37,5
14	KEJU	100	100	100	100
15	MYOR	60	60	60	60
16	PANI	0	150	100	83,33
17	PSDN	50	50	50	50
18	PSGO	100	100	100	100
19	ROTI	100	100	100	100
20	SKBM	100	100	100	100
21	SKLT	0	0	0	0
22	ULTJ	50	33,33	33,33	38,88

*Sumber : data diolah 2023*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, terdapat dua perusahaan *food and baverage* di Tahun 2020-2022 yang tidak memiliki komite Audit diantaranya PT. Sentra Food Indonesia, Tbk (FOOD) dan PT. Sekar Laut, Tbk (SKLT).

Komite audit menurut Tugiman (2014) adalah kelompok yang dipilih oleh kelompok yang lebih besar atau anggota dewan komisaris perusahaan klien untuk melaksanakan pekerjaan dan tugas tertentu untuk menjaga independensi dari dukungan manajemen dan bertanggung jawab untuk membantu auditor. Hal ini harus didasarkan pada kenyataan bahwa komite audit merupakan jembatan antara auditor eksternal dan perusahaan serta fungsi pengawasan dewan komisaris dengan auditor internal (Thesarani, 2016).

**Diagram 4.2**  
**Rata-rata Persentasi Komite Audit Perusahaan Sub Sektor**  
***Food and Beverage***  
**Tahun 2020-2022**



*Sumber : data diolah 2023*

Berdasarkan Diagram 4.2 diatas, dapat diketahui rata-rata Persentasi Komite Audit Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* Tahun 2020-2022. Perusahaan dengan rata-rata komite audit tertinggi yaitu PT. Era Mandiri Cemerlang,Tbk (IKAN) dan perusahaan yang tidak memiliki komite audit selama tiga tahun berturut-turut yaitu PT. Sentra Food Indonesia, Tbk (FOOD) dan PT. Sekar Laut, Tbk (SKLT).



Menurut Karunia & Rusyifan, p. (2021, p. 122) komite audit paling sedikit terdiri dari 3 orang anggota yang berasal dari komisaris independen dan pihak diluar emiten atau perusahaan publik dalam penelitian ini perusahaan *food and baverage* yang memiliki rata-rata jumlah komite audit dibawah 3 yaitu PT. Sentra Food Indonesia, Tbk (FOOD), PT. Buyung Poetra Sembada, Tbk (HOKI), PT. Pratama Abadi Nusa Industri, Tbk (PANI), PT. Sekar Laut, Tbk (SKLT) dan PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk (ULTJ).

### c. Kepemilikan Manajerial

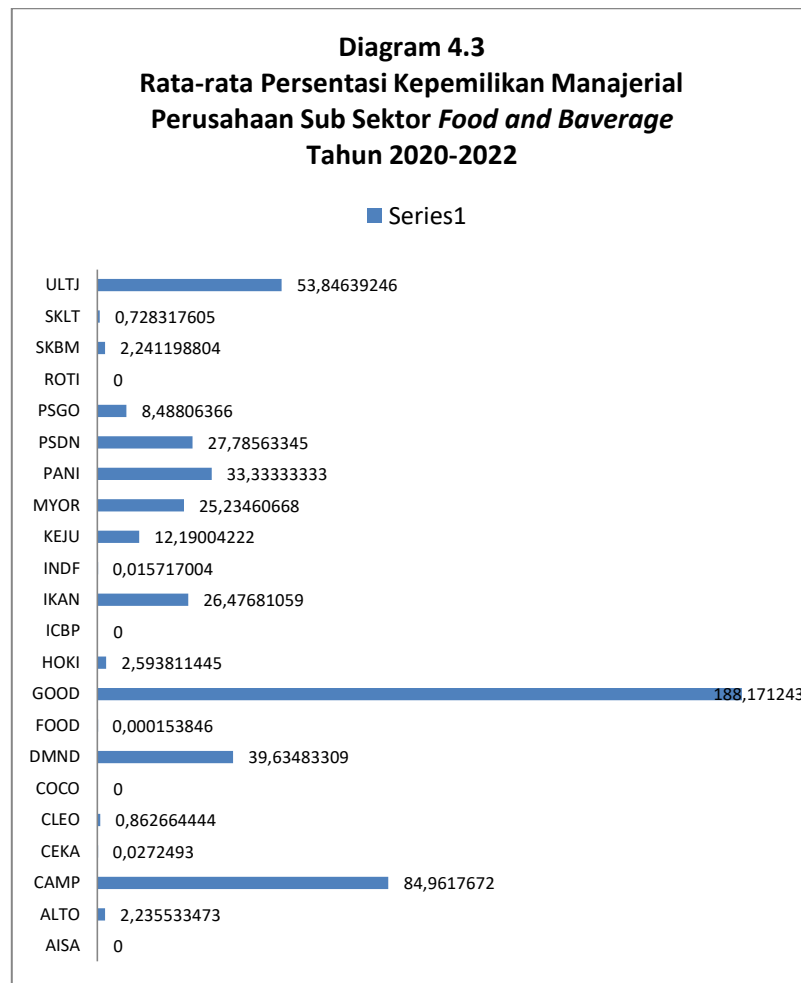
Berikut merupakan tabel presentasi kepemilikan manajerial Perusahaan Sub *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2022.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Perhitungan Presentasi Kepemilikan Manajerial 22**  
**Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di**  
**Bursa Efek Indonesia (BEI)**  
**Tahun 2020 - 2022**

No	Kode Perusahaan	Kepemilikan Manajerial (%)			Rata-rata
		2020	2021	2022	
1	AISA	0	0	0	0
2	ALTO	2,23	2,23	2,23	2,23
3	CAMP	84,96	84,96	84,96	84,96
4	CEKA	0,01	0,01	0,04	0,02
5	CLEO	0,83	0,87	0,87	0,86
6	COCO	0	0	0	0
7	DMND	39,63	39,63	39,63	39,63
8	FOOD	0,00	0,00	0,00	0,00
9	GOOD	76,75	314,82	172,93	188,17
10	HOKI	0,85	3,44	3,47	2,59
11	ICBP	0	0	0	0

12	IKAN	26,47	26,47	26,47	26,47
13	INDF	0,01	0,01	0,01	0,01
14	KEJU	18,12	18,12	0,32	12,19
15	MYOR	25,21	25,24	25,24	25,23
16	PANI	100	0	0	33,33
17	PSDN	28,07	28,07	27,20	27,78
18	PSGO	8,48	8,48	8,48	8,48
19	ROTI	0	0	0	0
20	SKBM	2,21	2,21	2,29	2,24
21	SKLT	0,82	0,84	0,51	0,72
22	ULTJ	53,52	53,84	54,16	53,84

Sumber : data diolah 2023



Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dan diagram 4.3 diatas, dapat diketahui perusahaan dengan rata-rata presentasi kepemilikan manajerial tertinggi yaitu PT. Garuda food Putra Putri Jaya, Tbk (GOOD) sebesar 188,17 dan perusahaan yang tidak memiliki presentase kepemilikan manajerial adalah PT. Nippon Indosari Corporindo, Tbk (ROTI), PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk (ICBP), PT. Wahana Interfood Nusantara, Tbk (COCO) dan PT. FKS Food Sejahtera, Tbk (AISA).

Suastini et al. (2016) berpendapat kepemilikan manajerial yaitu sejumlah saham yang dimiliki oleh internal perusahaan. Kepemilikan manajerial terdiri atas pemegang saham yang memiliki kedudukan dalam perusahaan sebagai kreditur maupun sebagai dewan komisaris, atau bisa juga dikatakan kepemilikan manajerial merupakan saham yang dimiliki manajer dan direktur perusahaan. Kepemilikan ini akan menyejajarkan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebab dengan besarnya saham yang dimiliki, pihak manajemen diharapkan akan bertindak lebih hati-hati dalam mengambil keputusan.

Menurut Wibowo et al. (2016) kepemilikan manajerial menunjukkan bahwa adanya peran ganda seorang manajer, yakni manajer bertindak juga sebagai pemegang saham. Sebagai seorang manajer dan sekaligus pemegang saham, ia tidak ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesulitan keuangan atau kebangkrutan usaha akan merugikan ia baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham.

#### d. Kepemilikan Institusional

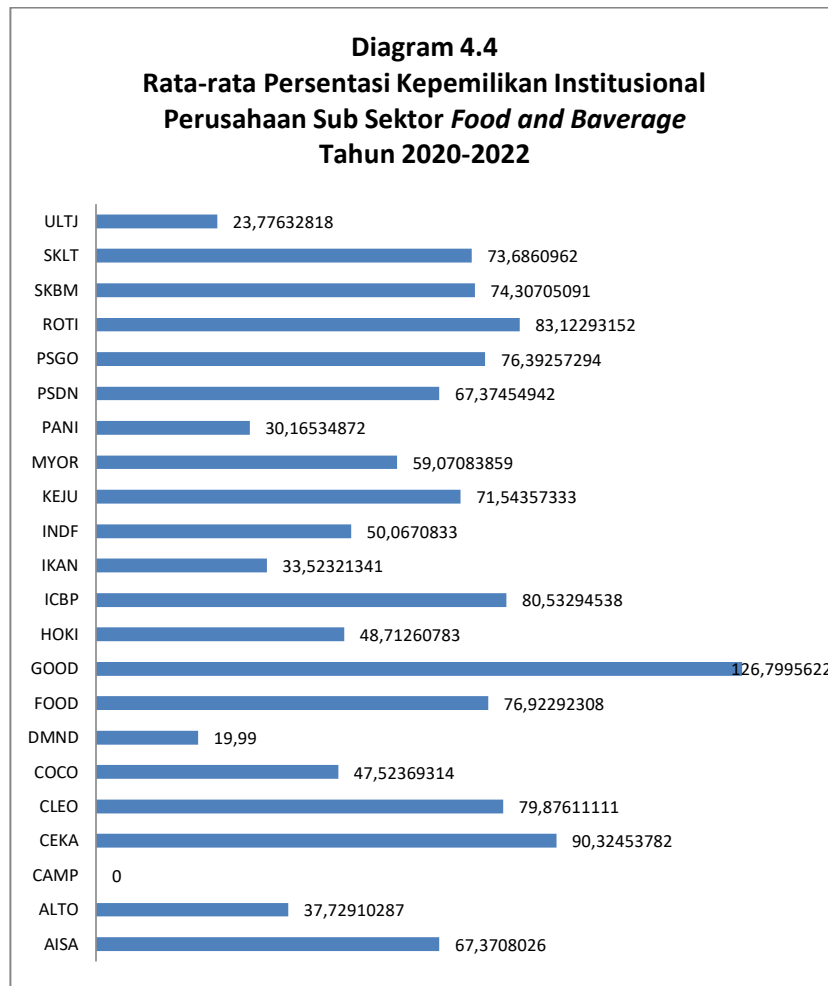
Berikut merupakan tabel hasil perhitungan kepemilikan institusional 22 Perusahaan Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI Tahun 2020 – 2022.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Perhitungan Kepemilikan Institusional 22 Perusahaan Sub Sektor**  
***Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)**  
**Tahun 2020 - 2022**

No	Kode Saham	Kepemilikan Institusional (%)			Rata-rata
		2020	2021	2022	
1	AISA	65,43	63,61	73,06	67,37
2	ALTO	40,33	36,41	36,43	37,72
3	CAMP	0	0	0	0
4	CEKA	91,97	91,97	87,02	90,32
5	CLEO	81,37	81,37	76,88	79,87
6	COCO	33,44	42,58	66,53	47,52
7	DMND	19,99	19,99	19,99	19,99
8	FOOD	76,92	76,92	76,92	76,92
9	GOOD	21,86	110,49	248,02	126,79
10	HOKI	16,23	64,95	64,95	48,71
11	ICBP	80,53	80,53	80,53	80,53
12	IKAN	33,52	33,52	33,52	33,52
13	INDF	50,06	50,06	50,06	50,06
14	KEJU	71,07	71,07	72,48	71,54
15	MYOR	59,07	59,07	59,07	59,07
16	PANI	0	2,42	88,07	30,16
17	PSDN	68,09	67,82	66,20	67,37
18	PSGO	76,39	76,39	76,39	76,39
19	ROTI	82,80	83,28	83,28	83,12
20	SKBM	82,79	67,12	73,00	74,30
21	SKLT	84,05	68,50	68,50	73,68
22	ULTJ	23,77	23,77	23,77	23,77

Sumber : data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat rata-rata presentasi kepemilikan institusional dari Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020 – 2022. Perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan institusional adalah PT. Campina Ice Cream Industry, Tbk (CAMP) dan perusahaan yang mamiliki rata-rata kepemilikan institusional tertinggi selama 3 Tahun terakhir adalah PT. Garudafood Putra Putri Jaya, Tbk (GOOD) dengan presentasi kepemilikan institusional sebesar 90,32 %.



*Sumber : data diolah 2023*

Pada diagram 4.4 diatas menunjukkan Rata-rata Persentasi Kepemilikan Institusional Perusahaan *Food and Beverage* Tahun 2020-2022, dapat diketahui perusahaan dengan presentasi Kepemilikan Institusional terbesar adalah PT. Garuda food Putra Putri Jaya, Tbk dengan jumlah 126,79 %.

Menurut Suastini et al. (2016) kepemilikan institusional adalah keadaan dimana institusi memiliki saham dalam suatu perusahaan. Institusi tersebut dapat berupa institusi pemerintah, institusi swasta, domestik maupun asing. Widiastuti (2013) berpendapat kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh lembaga dari eksternal. Struktur kepemilikan institusional merupakan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh pihak institusional dariseluruh jumlah saham perusahaan yang beredar. Pihak institusional diantaranya perusahaan asuransi, bank, perusahaan-perusahaan investasi dan kepemilikan oleh institusi-institusi lain.

#### **4. Ukuran Perusahaan**

Jogianto, p. (2013, p. 254) menyebutkan ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Sedangkan menurut Mislinawati et al. (2021) ukuran perusahaan merupakan suatu klasifikasi besarnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aset perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan ukuran perusahaan dapat diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan, perusahaan dikatakan besar apabila total aset yang dimiliki lebih tinggi berada diatas perusahaan lain. Tabel 4.8 berikut memberikan gambaran hasil perhitungan ukuran perusahaan sub sektor *food and baverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2022.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan 22 Perusahaan Sub Sektor *Food and Baverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020 – 2022**

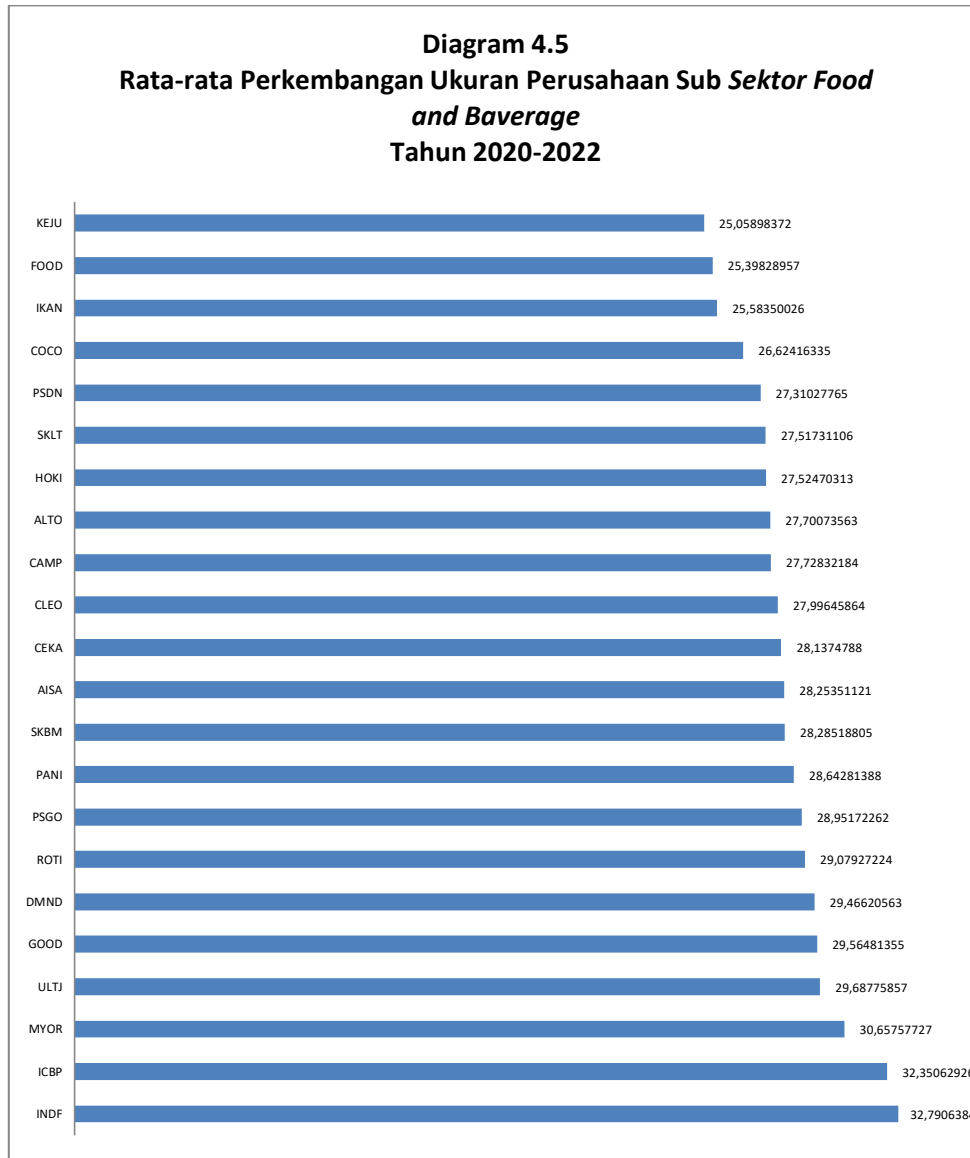
No	Kode Perusahaan	Ukuran Perusahaan			Rata-rata
		2020	2021	2022	
1	AISA	28,32	28,19	28,23	28,25
2	ALTO	27,73	27,71	27,65	27,70
3	CAMP	27,71	27,76	27,70	27,72
4	CEKA	28,07	28,16	28,17	28,13
5	CLEO	27,90	27,92	28,15	27,99
6	COCO	26,29	26,63	26,93	26,62
7	DMND	29,36	29,47	29,55	29,46
8	FOOD	25,45	25,39	25,35	25,39
9	GOOD	29,52	29,54	29,62	29,56
10	HOKI	27,53	27,61	27,42	27,52
11	ICBP	32,27	32,40	32,37	32,35
12	IKAN	25,61	25,58	25,55	25,58
13	INDF	32,72	32,81	32,82	32,79
14	KEJU	27,23	20,45	27,48	25,05
15	MYOR	30,61	30,62	30,73	30,65
16	PANI	25,31	30,21	30,39	28,64
17	PSDN	27,36	27,28	27,28	27,31
18	PSGO	28,85	28,94	29,05	28,95
19	ROTI	29,12	29,06	29,04	29,07
20	SKBM	28,20	28,30	28,34	28,28

21	SKLT	27,37	27,51	27,66	27,51
22	ULTJ	29,80	29,63	29,62	29,68
<b>Rata-rata</b>		<b>28,29</b>	<b>28,24</b>	<b>28,60</b>	<b>28,37</b>

*Sumber : data diolah 2023*

Aset merupakan kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan dan menarik investor untuk menanamkan modalnya didalam perusahaan. Berdasarkan tabel 4.8 dapat dijelaskan rata-rata ukuran perusahaan sub sektor *food and baverage* Tahun 2020-2022 ditinjau dari total aset sebesar 28,37. Diketahui perusahaan dengan rata-rata total aset tertinggi adalah PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk (INDF) sebesar 32,79 dan perusahaan dengan rata-rata total aset terendah dalam sub sektor *food and baverage* Tahun 2020-2022 yaitu PT. Sentra Food Indonesia, Tbk (FOOD) sebesar 25,35.





*Sumber : data diolah 2023*

Diagram 4.5 diatas menunjukkan rata-rata perkembangan ukuran perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2022. Tabel tersebut menunjukkan urutan ukuran perusahaan dari 22 perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2022 dengan ukuran perusahaan

tertinggi adalah PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk (INDF) sebesar 32,7906384 dan perusahaan dengan rata-rata total aset terendah dalam sub sektor *food and baverage* Tahun 2020-2022 yaitu PT. Sentra Food Indonesia, Tbk (FOOD) sebesar 25,3511481. Dapat disimpulkan bahwa adalah PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk (INDF) sebesar 32,7906384 dan perusahaan dengan rata-rata total aset terendah dalam sub sektor *food and baverage* Tahun 2020-2022 yaitu PT. Sentra Food Indonesia, Tbk (FOOD) sebesar 25,3511481 mempunyai peluang besar untuk para investor menanamkan saham atau membeli saham perusahaan tersebut karena memiliki total aset yang besar.

## **5. Nilai Perusahaan (PBV)**

Riadi (2022:38) berpendapat Komponen yang digunakan untuk mengukur *price to book value* terdiri dari harga pasar saham dan nilai buku per lembar saham. Harga pasar saham merupakan harga dari suatu saham dari pasar saat ini atau pasar yang sedang berlangsung. Adapun ketika pasar telah ditutup maka harga pasar saham yaitu harga penutupannya (*closing price*). Sedangkan, nilai buku per lembar saham adalah aktiva bersih (*net assets*) yang dimiliki oleh pemegang saham dengan memiliki satu lembar saham. Pada tabel 4.9 berikut menunjukkan hasil perhitungan nilai perusahaan dan rata-rata nilai perusahaan sub sektor *food and baverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2022 ditinjau dari nilai *Price to Book Value* (PBV).

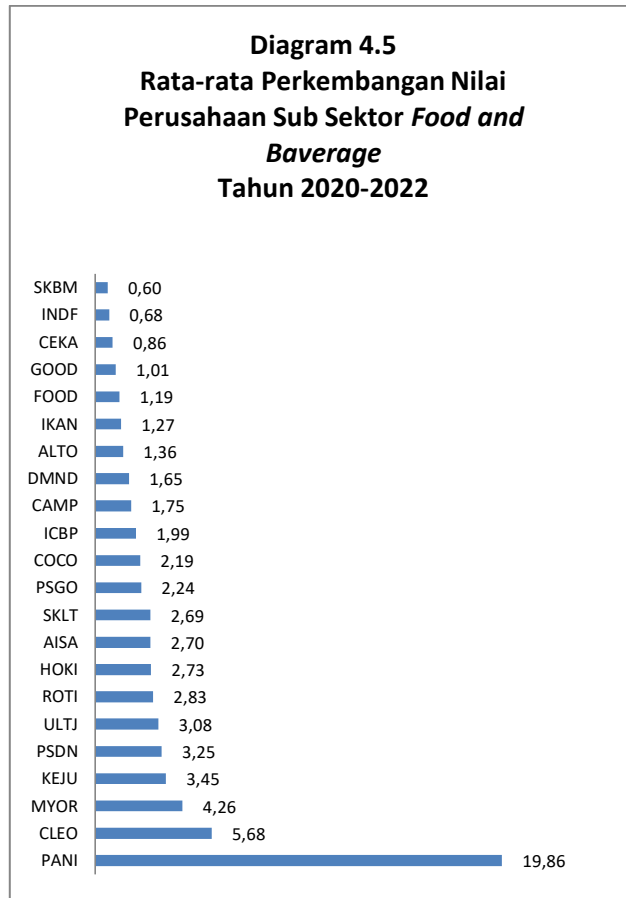
**Tabel 4.9**  
**Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan 22 Perusahaan Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)**  
**Tahun 2020 – 2022**

No	Kode Perusahaan	Nilai Perusahaan			Rata-rata	Kriteria PBV > 1
		2020	2021	2022		
1	AISA	4,27	2,14	1,68	2,70	<b>9</b>
2	ALTO	1,81	1,31	0,96	1,36	<b>16</b>
3	CAMP	1,85	1,66	1,73	1,75	<b>14</b>
4	CEKA	0,84	0,81	0,92	0,86	<b>1</b>
5	CLEO	6,71	5,63	4,70	5,68	<b>2</b>
6	COCO	5,56	0,69	0,31	2,19	<b>12</b>
7	DMND	1,87	1,65	1,43	1,65	<b>15</b>
8	FOOD	1,19	1,34	1,03	1,19	<b>18</b>
9	GOOD	0,63	1,27	1,12	1,01	<b>19</b>
10	HOKI	3,67	2,60	1,92	2,73	<b>8</b>
11	ICBP	2,22	1,85	1,90	1,99	<b>13</b>
12	IKAN	1,77	1,14	0,88	1,27	<b>17</b>
13	INDF	0,76	0,64	0,66	0,68	<b>2</b>
14	KEJU	4,61	3,03	2,71	3,45	<b>4</b>
15	MYOR	5,38	4,02	3,39	4,26	<b>3</b>
16	PANI	1,19	49,22	9,17	19,86	<b>1</b>
17	PSDN	1,56	3,95	4,23	3,25	<b>5</b>
18	PSGO	1,85	2,86	2,00	2,24	<b>11</b>
19	ROTI	2,61	2,93	2,95	2,83	<b>7</b>
20	SKBM	0,58	0,63	0,60	0,60	<b>3</b>
21	SKLT	2,66	3,09	2,33	2,69	<b>10</b>
22	ULTJ	3,48	3,18	2,59	3,08	<b>6</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>2,59</b>	<b>4,35</b>	<b>2,24</b>	<b>3,06</b>	

*Sumber : data diolah 2023*

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat dilihat rata-rata nilai PBV perusahaan *food and beverage* Tahun 2020-2022 sebesar 3,06. Perusahaan yang memiliki nilai PBV tertinggi yaitu PT. Pratama Abadi Nusa Industri, Tbk (PANI) dengan nilai PBV

sebesar 19,86 dan terdapat 3 perusahaan dengan nilai PBV dibawah 1 yaitu PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk dan PT. Sekar Bumi, Tbk. Nilai PBV yang rendah menunjukkan nilai pasar saham yang rendah atau berada dibawah nilai buku saham perusahaan, kondisi ini menunjukkan perusahaan mengalami kerugian atau *loss*. Dalam tabel 4.9 PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk dan PT. Sekar Bumi, Tbk memiliki nilai PBV negatif yang menunjukkan nilai saham perusahaan dipasar lebih rendah di banding harga buku saham nya.



Sumber : data diolah 2023

Diagram 4.5 diatas menggambarkan rata-rata perkembangan nilai perusahaan *food and baverage* Tahun 2020-2022. Perusahaan dengan nilai PBV terendah adalah PT. Sekar Bumi, Tbk (SKBM) dengan nilai 0,60 hal tersebut menggambarkan perusahaan dipandang memiliki nilai perusahaan yang buruk berdasarkan harga pasar saham yang dimiliki dan perusahaan nilai yang memiliki nilai PBV tertinggi adalah PT. Pratama Abadi Nusa Industri, Tbk (PANI) 19,86 hal ini menggambarkan perusahaan memiliki nilai yang baik dipandang dari harga pasar saham yang berada diatas harga buku saham perusahaan.

#### **4.2.2. Analisis Inferensial**

##### **4.2.2.1 Model Pengukuran (*Outher Model*)**

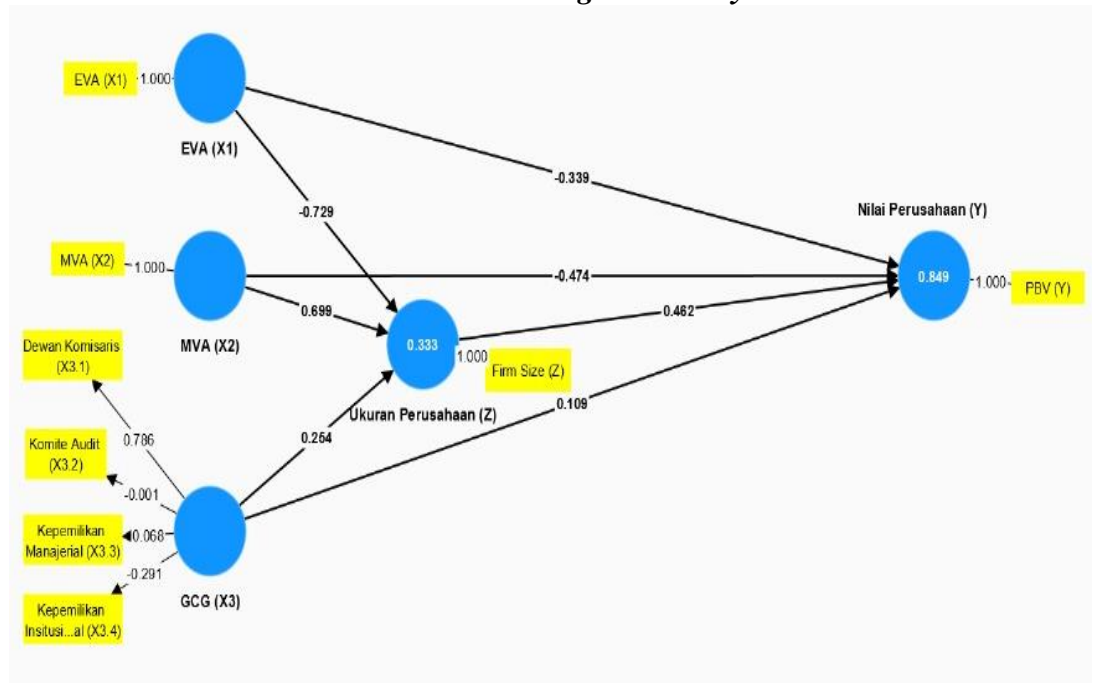
Pengujian outer dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana hubungan setiap indikator dengan Variabel Latennya. Ada tiga kriteria untuk menilai Outer Model (model pengukuran bagian luar) yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability* serta *Average Variance Extracted* (AVE), uji yang dilakukan pada Outer Model antara lain:

##### **1. *Convergent Validity***

*Convergent Validity* dinilai berdasarkan pada korelasi antara *intem Score/Component Score* yang di estimasikan dengan software Smart PLS 4.0. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi iika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan konstruk yang diukur. Untuk penelitian tahap awal, dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0.6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini, batas loading factor yang digunakan adalah sebesar 0.70.

Validitas konvergen bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan variable latennya. Validitas konvergen dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antar skor item atau *component score* dengan skor variable laten atau *construct score* yang dietimasi dengan program SmartPLS 4.0. Hasil analisis jalur dari SmartPLS 4.0 terlihat pada gambar sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Gambar Jalur *Convergent Validity***



*Sumber : data diolah 2023*

*Output Outer loadings (measurement model) terlihat sebagai berikut :*

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis *Outer Loadings (Measurement Model)***

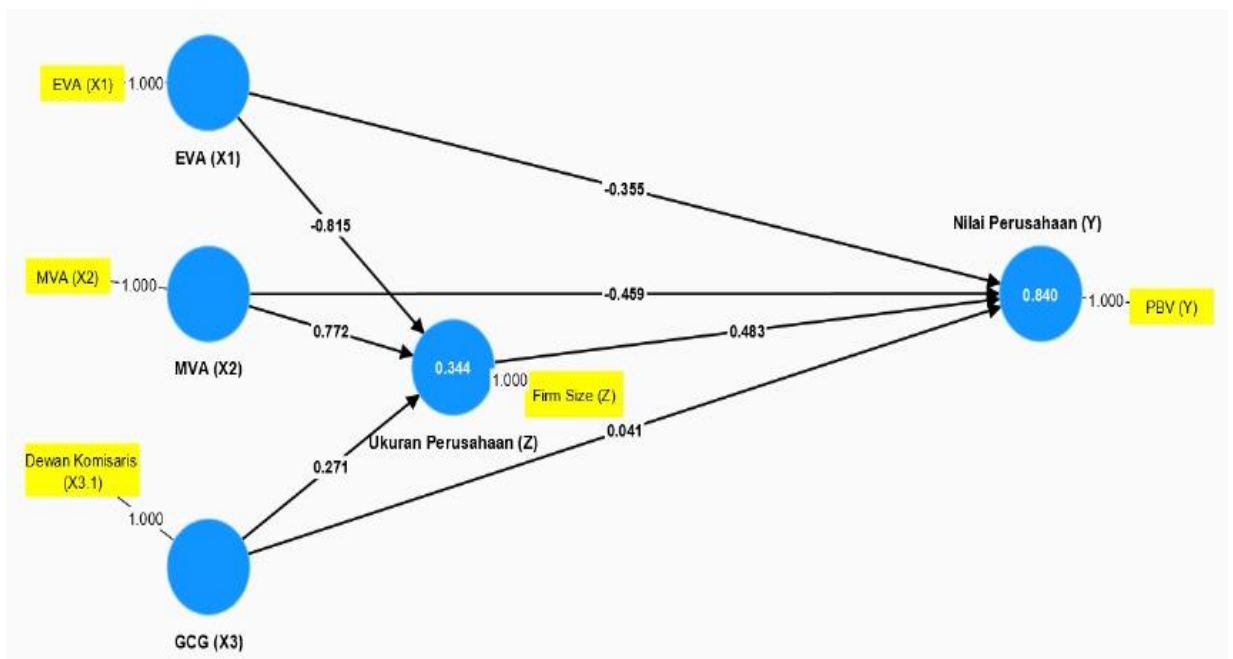
	<b>EVA (X1)</b>	<b>GCG (X3)</b>	<b>MVA (X2)</b>	<b>Nilai Perusahaan (Y)</b>	<b>Ukuran Perusahaan (Z)</b>
<b>Dewan Komisaris Independen (X3.1)</b>		<b>0.789</b>			
<b>EVA (X1)</b>	<b>1.000</b>				
<b>Firm Size (Z)</b>					<b>1.000</b>
<b>Kepemilikan Institusional (X3.4)</b>		<b>-0.291</b>			
<b>Kepemilikan Manajerial (X3.3)</b>		<b>0.068</b>			
<b>Komite Audit (X3.2)</b>		<b>-0.001</b>			
<b>MVA (X2)</b>			<b>1.000</b>		
<b>PBV (Y)</b>				<b>1.000</b>	

*Sumber : data diolah 2023*

Berdasarkan hasil analisis *outer loadings (measurement model)* pada tabel 4.10 diatas terlihat bahwa terdapat beberapa indikator variabel yang memiliki nilai loading faktor dibawah 0,70 sehingga perlu dilakukan eliminasi terhadap indikator-indikator variabel yang memiliki nilai loading faktor dibawah 0,70 diantara indikator Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Komite Audit. Eliminasi dilakukan agar pengujian dapat dilanjutkan dan menghilangkan indokator yang tidak Valid.

Berikut merupakan Gambar Jalur *Convergent Validity* dan Analisis *Outer Loadings* (*Measurement Model*) setelah mengeliminasi indikator-indikator yang tidak valid:

**Gambar 4.2**  
**Gambar Jalur *Convergent Validity***  
**Setelah Menghilangkan Indikator yang tidak Valid**



Sumber : data diolah 2023



*Output outer loadings (measurement model)* setelah menghilangkan indikator yang tidak valid terlihat sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis *Outer Loadings (Measurement Model)***  
**Setelah Menghilangkan Indikator yang tidak Valid**

	EVA (X1)	GCG (X3)	MVA (X2)	Nilai Perusahaan (Y)	Ukuran Perusahaan (Z)
<b>Dewan Komisaris (X3.1)</b>		1.000			
<b>EVA (X1)</b>	1.000				
<b>Firm Size (Z)</b>					1.000
<b>MVA (X2)</b>			1.000		
<b>PBV (Y)</b>				1.000	

*Sumber : data diolah 2023*

Berdasarkan hasil analisis *outer loadings (measurement model)* pada tabel diatas terlihat bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading faktor diatas 0,70 atau dikatakan Valid sehingga dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

## 2. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* untuk indikator reflektif dapat dilihat pada *Cross Loading* antara indikator dengan konstruknya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai loading dari setiap indikator sebuah variabel laten memiliki nilai loading yang paling besar dari nilai loading lain terhadap variabel laten lainnya. Nilai ini merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan jika dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain.

cara membandingkan nilai loading pada pada konstruk yang dituju harus lebih besar. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
*Discriminant Validity Cross Loading*

	EVA (X1)	GCG (X3)	MVA (X2)	Nilai Perusahaan (Y)	Ukuran Perusahaan (Z)
EVA (X1)	1.000				
GCG (X3)	0.162	1.000			
MVA (X2)	0.737	0.142	1.000		
Nilai Perusahaan (Y)	-0.480	0.140	-0.342	1.000	
Ukuran Perusahaan (Z)	0.059	0.262	0.416	0.499	1.000

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas nilai *cross loading* (korelasi) untuk setiap variabel laten (konstruk) dengan indikator dari masing masing variabel laten, memiliki nilai *cross loading* lebih tinggi dibandingkan dengan *cross loading* (korelasi) dari konstruk lain dengan indikator-indikatornya dalam blok yang sama. Hal ini memiliki artinya variabel laten (Konstruk) memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator pada blok lainnya, atau dengan kata lain bahwa setiap variabel laten memiliki *discriminant validity* yang baik dalam mengukur konstraknya.

### 3. *Average Variance Extracted (AVE)*

Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average variance extracted* untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Model mempunyai *discriminant validity* yang cukup, jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya. Model yang baik jika nilai AVE masing-masing konstruk harus lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa variabel laten (konstruk) memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator pada blok lainnya, atau dengan kata lain bahwa setiap variabel laten memiliki validitas yang baik dalam mengukur konstruk atau variabel latennya. Hasil analisis terlihat dalam output pada table berikut ini :

**Tabel 4.13**  
*Average Variance Extracted (AVE)*

	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
<b>EVA (X1)</b>	<b>1.000</b>
<b>GCG (X3)</b>	<b>1.000</b>
<b>MVA (X2)</b>	<b>1.000</b>
<b>Nilai Perusahaan (Y)</b>	<b>1.000</b>
<b>Ukuran Perusahaan (Z)</b>	<b>1.000</b>

*Sumber : data diolah 2023*

Tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa nilai AVE setiap variabel lebih besar (>) daripada 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan pada penelitian ini valid. Selanjutnya, semua variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki *composite reliability* dan *Cronbachs Alpha* lebih besar (>) dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian

ini memiliki reliabilitas yang baik, (Ghozali, 2008). Sehingga data penelitian diatas dapat dipakai dalam penelitian ini.

#### 4. *Composite Reliability*

Kriteria validity dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk yang diukur dengan 2 kriteria yaitu: *Composite reliability* dan *Cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0,70. Tabel berikut disajikan nilai *Composite Reliability* untuk seluruh variabel. Berdasarkan tabel 4.14 dibawah ini dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria *composite reliability*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan nilai AVE diatas 0,50 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan.

**Tabel 4.14**  
***Composite Reliability***

	<b>Reliabilitas Komposit</b>
<b>EVA (X1)</b>	<b>1.000</b>
<b>GCG (X3)</b>	<b>1.000</b>
<b>MVA (X2)</b>	<b>1.000</b>
<b>Nilai Perusahaan (Y)</b>	<b>1.000</b>
<b>Ukuran Perusahaan (Z)</b>	<b>1.000</b>

Sumber : data diolah 2023

#### 5. *Cronbach Alpha*

Uji reliabilitas diperkuat dengan *Cronbach Alpha*. Nilai ini diharapkan melebihi dari angka 0,6 untuk semua konstruk. *Outer model* selian diukur dengan

menilai validitas konvergen dan validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas konstruk atau variabel laten yang diukur dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

**Tabel 4.15**  
**Nilai Nilai *Cronbach's Alpha***

	<b>Cronbach's Alpha</b>
<b>EVA (X1)</b>	<b>1.000</b>
<b>GCG (X3)</b>	<b>1.000</b>
<b>MVA (X2)</b>	<b>1.000</b>
<b>Nilai Perusahaan (Y)</b>	<b>1.000</b>
<b>Ukuran Perusahaan (Z)</b>	<b>1.000</b>

*Sumber : data diolah 2023*

#### **4.2.2.2. Pengujian *Inner Model***

Pengujian inner model atau *model structural* (model pengukuran bagian dalam) dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai koefisien parameter, dan R-square dari model penelitian. Model structural dievaluasi dengan melihat R-square untuk konstruk dependen, uji t, serta signifikansi dari koefisien parameter jalur structural. Dalam penelitian ini model hubungan yang dianalisis adalah hubungan yang bersifat reflektif dan gambar berikut merupakan hasil pengujian model struktural dengan hubungan reflektif. Model Struktural dievaluasi dengan melihat R-square untuk konstruk dependen, uji t, serta signifikansi dari koefisien parameter jalur structural.

## 1. R-square

R-square sering disebut juga dengan koefisien determinan, yaitu mengukur kebaikan sesuai (*goodness of fit*) dari persamaan regresi yakni memberikan proporsi atau persentasi variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R<sup>2</sup> terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik kalau R<sup>2</sup> semakin mendekati 1. Adapun nilai R<sup>2</sup> dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 4.16**  
**Nilai R-Square**

	<b>R-square</b>	<b>R-square adjusted</b>
<b>Nilai Perusahaan</b>	<b>0.840</b>	<b>0.830</b>

*Sumber : data diolah 2023*

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) dari Nilai Perusahaan (beserta indikator indikatornya) sebesar 0.830 menjelaskan bahwa variasi naik-turunnya nilai perusahaan disebabkan oleh variasi naik-turunnya variabel *Economic Value Added*, *Market Value Added*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan. Dapat dijelaskan pula bahwa koefisien tersebut mempunyai makna besarnya pengaruh keempat variabel laten exogenous bersama indikator indikatornya sebesar 0.830 atau sebesar 83% sedangkan sisanya 17% dijelaskan oleh variabel lain.

## 2. Goodness of Fit Model (GoF)

*Goodsness of Fit Model* bertujuan untuk menguji tingkat kessesuain dan kelayakan pada suatu model penelitian. Nilai GoF juga dibagi menjadi tiga kategori yaitu, jika nilainya 0,1 maka GoF dinyatakan kecil, jika nilainya 0,25 maka GoF dinyatakan medium, dan jika nilainya 0,38 maka GoF dinyatakan besar.

Diketahui bahwa nilai rata-rata AVE sebesar 1 dan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata R-Square adalah sebesar 0,571 maka nilai GoF adalah sebesar 0,755 yang berarti tingkat kesesuaian dan kelayakan model penelitian ini dinyatakan besar.

#### 4.2.2.3. Pengujian Hipotesis dengan *Boostrapping*

Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output *result for inner weight*, Hasil analisis data penelitian dengan SEM-Smart PLS 4.0 yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut ini:

**Tabel 4.17**  
***Path Coefficients***

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (o)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values
<b>EVA (X1) -&gt; Nilai Perusahaan (Y)</b>	-0,355	-0,341	0,133	2,675	<b>0,008</b>
<b>MVA (X2) -&gt; Nilai Perusahaan (Y)</b>	-0,459	-0,466	0,155	2,967	<b>0,003</b>
<b>GCG (X3) -&gt; Nilai Perusahaan (Y)</b>	0,041	0,043	0,063	0,652	<b>0,514</b>
<b>Ukuran Perusahaan (Z) -&gt; Nilai Perusahaan (Y)</b>	0,483	0,506	0,149	3,234	<b>0,001</b>

*Sumber : data diolah 2023*

Pada tabel 4.17 diatas, *Path Coefficients* (Mean. STDEV, T Statistics, P Values) menunjukkan hasil perhitungan Smart PLS 4.0 yang menyatakan pengaruh langsung antar variabel. Dikatakan ada pengaruh langsung jika nilai T Statistics > T table (1,96) dan bernilai Signifikan apabila nilai P-Value < 0,05. Sedangkan untuk menilai Pengaruh Variabel Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Mediasi dilakukan

dengan melihat nilai *T-Statistics* dan *P-Value* dari tabel *Specific indirect effects* berikut:

**Tabel 4.18**  
*Specific indirect effects*

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (o)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values
<b>EVA (X1) -&gt; Ukuran Perusahaan -&gt; Nilai Perusahaan (Y)</b>	-0,394	-0,372	0,139	2,839	<b>0,005</b>
<b>MVA (X2) -&gt; Ukuran Perusahaan -&gt; Nilai Perusahaan (Y)</b>	0,373	0,399	0,134	2,779	<b>0,005</b>
<b>GCG (X3) -&gt; Ukuran Perusahaan -&gt; Nilai Perusahaan (Y)</b>	0,131	0,128	0,057	2,302	<b>0,021</b>

*Sumber : data diolah 2023*

Berdasarkan hasil uji pengaruh pada tabel 4.17 dan 4.18 diatas, *path coefficient* dan *Specific indirect effects* di atas, maka dapat dilakukan analisis untuk menilai hipotesis sebagai berikut :

### **1. Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan tabel *Path Coefficients* diketahui nilai original sampel sebesar -0,355, nilai *T-Statistics* sebesar 2,675 dan *P-Value* sebesar 0,008.

Karena Original sampel bernilai negatif, nilai *T Statistics* > *T table* (1,96) dan



nilai P-Value  $< 0,05$  dapat dikatakan EVA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan demikian maka hipotesis kedua yaitu EVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.

## **2. Pengaruh *Market Value Added* (MVA) Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan tabel *Path Coefficients* diketahui nilai original sampel sebesar  $-0,459$ , nilai T-Statistics sebesar  $2,967$  dan P-Value sebesar  $0,003$ . Karena Original sampel bernilai negatif, nilai T Statistics  $> T$  table ( $1,96$ ) dan nilai P-Value  $< 0,05$  dapat dikatakan MVA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan demikian maka hipotesis ketiga yaitu MVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.

## **3. Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan tabel *Path Coefficients* diketahui nilai original sampel sebesar  $0,041$ , nilai T-Statistics sebesar  $0,652$  dan P-Value sebesar  $0,514$ . Karena Original sampel bernilai positif, nilai T Statistics  $< T$  table ( $1,96$ ) dan nilai P-Value  $> 0,05$  maka dapat dikatakan GCG berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan demikian maka hipotesis keempat yaitu GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak.

## **4. Pengaruh *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan tabel *Path Coefficients* diketahui nilai original sampel sebesar  $0,483$ , nilai T-Statistics sebesar  $3,234$  dan P-Value sebesar  $0,001$ . Karena Original sampel bernilai positif, nilai T Statistics  $> T$  table ( $1,96$ ) dan nilai P-Value  $< 0,05$  maka dapat dikatakan *Firm Size* berpengaruh positif dan signifikan dengan

demikian maka hipotesis kelima yaitu *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.

**5. Mediasi *Firm Size* pada pengaruh *Economic Value Added* (EVA) Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan tabel *Specific Indirect Effects* diketahui nilai original sampel sebesar -0,394, nilai T-Statistics sebesar 2,839 dan P-Value sebesar 0,005. Karena Original sampel bernilai negatif, nilai T Statistics > T table (1,96) dan nilai P-Value < 0,05 dengan demikian maka hipotesis keenam yaitu *Firm Size* dapat memediasi pengaruh EVA terhadap nilai perusahaan diterima.

**6. Mediasi *Firm Size* pada pengaruh *Market Value Added* (MVA) Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan tabel *Specific Indirect Effects* diketahui nilai original sampel sebesar 0,373, nilai T-Statistics sebesar 2,779 dan P-Value sebesar 0,005. Karena Original sampel bernilai positif, nilai T Statistics > T table (1,96) dan nilai P-Value < 0,05 dengan demikian maka hipotesis ketujuh yaitu *Firm Size* dapat memediasi pengaruh MVA terhadap nilai perusahaan diterima.

**7. Mediasi *Firm Size* pada pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan tabel *Specific Indirect Effects* diketahui nilai original sampel sebesar 0,131, nilai T-Statistics sebesar 2,302 dan P-Value sebesar 0,021. Karena Original sampel bernilai positif, nilai T Statistics > T table (1,96) dan nilai P-

Value < 0,05 dengan demikian maka hipotesis kedelapan yaitu Firm Size dapat memediasi GCG terhadap nilai perusahaan diterima.

#### **4.3. Pembahasan**

Berikut merupakan pembahasan hasil pengujian statistik inferensial dari masing-masing variabel yang diteliti:

##### **1. *Economic Value Added (EVA) Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan***

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar -0,355, nilai T-Statistic sebesar 2,675 dan P-Value sebesar 0,008. Nilai T Statistics > T table (1,96) dan nilai P-Value < 0,05 dengan demikian maka hipotesis kedua yaitu EVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Artinya jika EVA perusahaan *food and baverage* mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan turun begitu juga sebaliknya.

Perusahaan *food and baverage* yang memiliki nilai EVA positif mengindikasikan pihak internal perusahaan dalam hal ini para manajer mampu memberikan nilai tambah ekonomi bagi para pemegang saham. Perusahaan *food and baverage* yang memiliki nilai EVA yang rendah disebabkan karena nilai laba operasi bersih setelah pajak yang terlalu rendah atau berada dibawah biaya rata-rata tertimbang dalam satu siklus akuntansi sebuah perusahaan. Secara eksplisit nilai tambah ekonomi dalam EVA adalah selisih lebih laba operasi setelah pajak dikurangi WACC.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hanna (2022) dengan judul Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Hutang Terhadap

Nilai Perusahaan Dengan *Economic Value Added* (EVA) Sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian Hanna menunjukkan *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sejenis yang dilakukan Hoban & Oktris (2022) dengan judul Pengaruh *Economic Value Added* Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi hasil penelitian menunjukkan bahwa *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, EVA perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dapat disebabkan karena biaya bunga yang tinggi dan hutang yang meningkat tiap Tahunnya selama Tahun 2020-2022. Walaupun perhitungan 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.

Menurut Jaunanda et al. (2021) Penggunaan pendekatan EVA juga memiliki kekurangan diantaranya adalah cukup sulit dalam menentukan biaya modal yang sangat akurat dan analisis EVA hanya digunakan untuk mengukur faktor kuantitatif saja. Sementara dalam pengukuran kinerja

perusahaan, dibutuhkan suatu pendekatan yang dapat mengukur secara keseluruhan yaitu berdasarkan faktor kualitatif dan faktor kuantitatifnya sehingga memberikan hasil yang lebih optimum dalam pengambilan keputusan investasi. Nilai EVA yang bertolak belakang dengan nilai perusahaan bisa terjadi karena beberapa faktor, nilai laba perusahaan yang tinggi sekalipun belum dapat menunjukkan bahwa perusahaan telah dapat menghasilkan nilai tingkat pengembalian modal yang baik sehingga dapat menutup resiko dan biaya investasi yang telah ditanamkan oleh pemilik modal.

Menurut Abshor, p. (2012, p. 8) Para pemilik saham (*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, 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 bawah 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.

## **2. *Market Value Added (MVA)* Berpengaruh 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 Statistics > T table (1,96) dan nilai P-Value < 0,05 dengan demikian maka hipotesis ketiga yaitu MVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima. Artinya jika MVA mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan turun begitu juga sebaliknya.

Perusahaan *food and baverage* yang memiliki nilai MVA 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) dengan judul Pengaruh *Economic Value Added* Dan *Market Value Added* Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia hasil penelitian

menunjukkan *Market Value Added* (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 Bursa Efek Indonesia selama Tahun 2020-2022 mengalami peningkatan. Menurut Novandi & Puspita, p. (2020, p. 101) Total Hutang merupakan salah satu komponen yang diperhitungkan dalam penilaian MVA, apabila total hutang semakin meningkat maka total *Invested Capital* yang bersumber dari hutang semakin tinggi dan menyebabkan nilai MVA semakin rendah karena unsur pembentuk MVA adalah selisih antara nilai perusahaan dengan *Invested Capital*.

### **3. Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar 0,041, nilai T-Statistic sebesar 0,652 dan P-Value sebesar 0,514. Nilai T Statistics < T table (1,96) dan nilai P-Value > 0,05 hal ini berarti GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif namun tidak signifikan. Dengan demikian maka hipotesis keempat yaitu GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rahmawati (2021) dengan judul Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai

Perusahaan Sub Sektor Perkebunan Yang Terdaftar Di BEI hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh dewan komisaris independent terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga di dukung oleh teori yang dikemukakan oleh Karunia & Rusyifan, p. (2021, p. 81) 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 Bursa Efek Indonesia 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.

#### **4. Pengaruh *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 Statistics > T table (1,96) dan nilai P-Value < 0,05 maka hipotesis kelima yaitu ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.



Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Claudia Meygriza Dolontelide dan Anneke Wangkar (2019) dengan judul Pengaruh *Sales Growth* Dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia menunjukkan hasil 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 Brigam dan Houston (2001) 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.

#### **5. Mediasi *Firm Size* pada pengaruh *Economic Value Added* Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar -0,394, nilai T-Statistik sebesar 2,839 dan P-Value sebesar 0,005. Nilai T Statistics > T table (1,96) dan nilai P-Value < 0,05 maka hipotesis keenam yaitu *Firm Size* dapat memediasi pengaruh EVA terhadap nilai 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 & Oktris (2022) dengan judul Pengaruh *Economic Value Added* Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi hasil penelitian menunjukkan bahwa *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Abshor, p. (2012, p. 8) Para pemilik saham (*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, 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.

#### **6. Mediasi *Firm Size* pada pengaruh *Market Value Added* Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar 0,373, nilai T-Statistik sebesar 2,779 dan P-Value sebesar 0,005. Nilai T Statistics > T table (1,96) dan nilai P-Value < 0,05 maka hipotesis ketujuh yaitu *Firm Size* dapat memediasi pengaruh MVA 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, Asmeri & Anggraeni (2022) yang memberikan hasil 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.

## **7. Mediasi *Firm Size* pada Pengaruh *Good Corporate Governance* Berpengaruh (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan uji statistik nilai original sampel sebesar 0,131, nilai T-Statistik sebesar 2,302 dan P-Value sebesar 0,021. Nilai T Statistics > T table (1,96) dan nilai P-Value < 0,05 maka hipotesis kedelapan yaitu GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai 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, p. (2021, p. 82) 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.

### **4.4. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan pengujian dan pembahasan hasil penelitian maka implikasi dalam penelitian ini yaitu berupa masukan kepada pihak internal yaitu manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini juga bermanfaat bagi para investor sebagai bahan pertimbangan dalam penilaian investasi dan pertimbangan faktor-faktor yang

mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya dengan topik sejenis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.