

PENGARUH DEWAN DIREKSI WANITA, DEWAN DIREKSI ASING DAN PENDIDIKAN DEWAN DIREKSI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN AGENCY COST OF DEBT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019- 2023)

Dara Oktovia Puspita¹, Elfiswandi², Hanna Pratiwi³
daraoktoviapuspita@gmail.com¹, elfiswandi@upiypk.ac.id²,
hanna_pratiwi@upiypk.ac.id³
Universitas Putra Indonesia YPTK

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh dewan direksi wanita dan pendidikan dewan direksi terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Dengan menggunakan beberapa kriteria yang telah ditentukan maka penelitian ini menggunakan 57 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2019 – 2023. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dewan Direksi Wanita dan Pendidikan Dewan Direksi memiliki pengaruh signifikan terhadap Agency Cost Of Debt, sedangkan Dewan Direksi Asing tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Agency Cost Of Debt. Dewan Direksi Wanita dan Dewan Direksi Asing berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pendidikan Dewan Direksi dan Agency Cost Of Debt tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dewan Direksi Wanita tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai variabel intervening. Dewan Direksi Wanita tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai variabel intervening. Dan Pendidikan Dewan Direksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Dewan Direksi Wanita, Dewan Direksi Asing, Pendidikan Dewan Direksi, Agency Cost Of Debt.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine how tw influence of female board of directors and board of directors education on firm value with profitability as a intervening variable in Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock exchange period. The sample in this study was taken by purposive sampling method on manufakturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange as many as 57 companies with a research period of 5 years from 2019 – 2023. The results of this research indicate that the female board of directors and the education of the board of directors have a significant influence on the agency cost of debt, while the foreign board of directors does not have a significant influence on the agency cost of debt. Female Board of Directors and Foreign Board of Directors have a significant effect on company value. Board of Directors Education and Agency Cost of Debt do not have a significant influence on Company Value. Female Board of Directors does not have a significant influence on Company Value with Agency Cost of Debt as an intervening variable. Female Board of Directors does not have a significant influence on Company Value with Agency Cost of Debt as an intervening variable. And the education of the board of directors does not have a significant influence on company value with agency cost of debt as an intervening variable.

Keywords: Firm Value, Female Board of Directors. Board of Directors Education, Agency Cost Of Debt.

1. PENDAHULUAN

Internet merupakan salah satu istilah yang diberikan untuk menggambarkan adanya hubungan yang saling berkaitan antara jaringan, sehingga mampu melakukan komunikasi yang baik. Menurut (Comer, 2018) . Internet adalah system komunikasi komputer global yang telah memungkinkan semua layanan. Singkatnya, internet telah memungkinkan revolusi yang telah mengubah cara kita hidup, bekerja, dan bermain. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan e-commerce. Semakin banyaknya pengguna internet saat ini menjadikan peluang pasar yang sangat menguntungkan untuk pelaku ndustri e-commerce. Adanya internet pada saat ini sangat memudahkan siapapun untuk mendapat informasi tanpa batasan ruang dan waktu (Siagian et al, 2020).

Salah satu bagian dari e-commerce yang paling banyak digunakan oleh bagian pemasaran secara online pada saat ini yaitu Marketplace. Marketplace ini sendiri dapat dikatakan sebagai salah satu tempat untuk melakukan proses jual beli dari sebuah produk dalam mendapatkan jangkauan pemasaran yang lebih luas melalui berbagai fasilitas yang telah tersedia. Menurut (Akbar, Mohammad Aldrin et al, 2020). E-commerce: Dasar Teori dalam Bisnis Digital. E-commerce merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistema elektronik. Maka tidak heran jika saat ini begitu banyak bermunculan e-commerce dan marketplace, dengan adanya marketplace, e-commerce dan online shop masyarakat tidak perlu meluangkan banyak waktu untuk berbelanja kebutuhan rumah maupun kebutuhan pribadi keluar rumah karena kebutuhan tersebut dapat di pesan melalui marketplace, e-commerce dan online shop dengan hanya menggunakan internet.

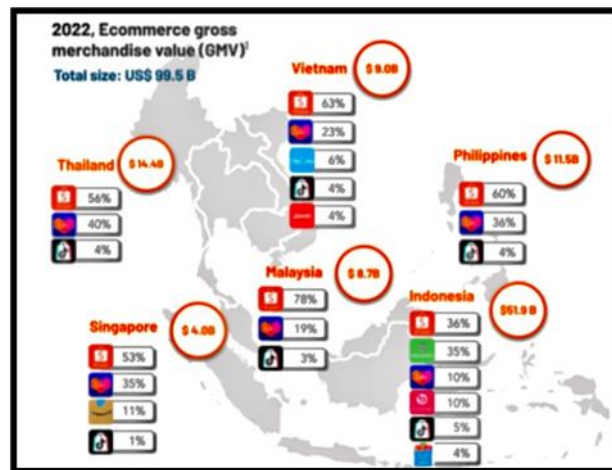
Dari banyaknya aplikasi online shop yang sangat berkembang di indonesia saat ini, aplikasi Tiktok (Tiktok shop) mulai banyak dikenal masyarakat luas saat ini. TikTok Shop merupakan platform social commerce yang bertujuan untuk memfasilitasi pedagang menawarkan produk kepada pengguna TikTok. Aplikasi TikTok menjadi marketplace yang menjanjikan karena memiliki jangkauan yang luas dan penggunanya yang sangat banyak serta terus bertambah. Tiktok shop juga menawarkan banyak barang yang dapat di beli mulai dari Pakaian, Kosmetik, Makanan, Elektronik, Buku, sampai kebutuhan rumah tangga lainnya. Aplikasi Tiktok tersebut banyak memberikan penawaran menarik mulai dari voucher diskon produk, voucher diskon ongkos kirim, cashback 100%, flash sale, sampai gratis ongkir Rp 0, tiktok shop juga memberikan kemudahan bertransaksi dalam melakukan pembayaran tunai melalui Alfamart, Indomaret dan juga bisa melalui aplikai Dana, Gopay, Virtual Transfer Bank dan layanan Cash On Delivery (COD).

Pada awalnya TikTok diluncurkan bukan dengan nama TikTok. Pada bulan September tahun 2016, ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di China, meluncurkan sebuah aplikasi video pendek yang memiliki nama Douyin. Douyin dapat memiliki pengguna sebanyak 100 juta pengguna dan tayangan video sebanyak 1 miliar tayangan setiap harinya hanya dalam jangka waktu 1 tahun. Oleh karena kepopularitasnya yang meningkat dengan pesat, ByteDance memutuskan untuk memperluas jangkauan Douyin hingga ke luar China dengan nama baru, yaitu TikTok

(Berita Hari Ini, 2020). Pada awal juli tahun 2018 kominfo memblokir aplikasi tiktok di Indonesia dengan beberapa alasan konten yang mengandung negtif dan pengaturan umur pengguna untuk di gunakan di Indonesia. Dan pemblokir dibuka dengan syarat batasan umur dan pemantauan pengguna oleh pihak Tiktok tersebut dan kominfo di Indonesia. Tiktok tersebut kemudian mengadaptasi fitur Tiktok shop kedalam aplikasinya. Fitur berbelanja ini dapat di gunakan pengguna aplikasi sejak bulan September tahun 2021. Fitur ini dikenal melalui acara live shopping, iklan, konten promosi produk.

Menurut laporan Momentum berjudul "E-commerce in Southeast Asia 2023", total Gross Merchandise Values (GMV) atau akumulasi nilai penjualan TikTok Shop pada 2022 rupanya bukanlah yang tertinggi di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, GMV di Indonesia yang terdiri dari enam e-commerce mencapai USD 51,9 miliar atau Rp 803,7 triliun. Penjualan di TikTok Shop, menurut laporan tersebut, hanya mencapai 5 % atau sekitar Rp 40,1 triliun di 2022.

Gambar 1 Ecommerce Gross Merchandise Value (GMV)

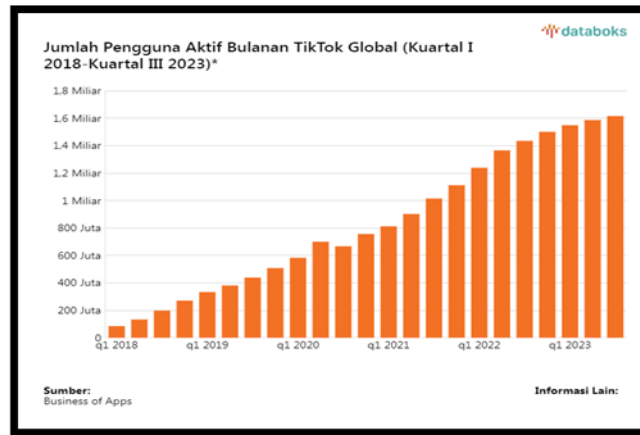


Sumber : Momentum Works

Dari gambar 1.1 di atas, dapat kita lihat posisi Tiktok bukan berada di posisi teratas. Meski bukan di posisi teratas, penjualan di TikTok kini terus meningkat. Berdasarkan laporan data Shoplus, sebuah tool analisis untuk aplikasi TikTok, sepanjang kuartar 4 tahun 2022, penawaran dan permintaan di e-commerce TikTok mengalami peningkatan.

Sejak April 2021, pengguna di Indonesia telah memiliki akses ke fungsi pembelian online TikTok Shop melalui aplikasi TikTok. Pengguna dapat berbelanja langsung di dalam TikTok tanpa harus beralih ke aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk pilihan konsumen. Adanyapeningkatan belanja online yang drastis membuat TikTok merambah dunia bisnis e-commerce bernama Tiktok Shop pada 17 April 2021 lalu.

Gambar 2 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global (Kuartal I 2018-Kuartal III 2023)



Sumber : databoks.katadata.co.id

Dari gambar 1.3 dapat kita lihat bahwa Tiktok telah menggaet 1,61 miliar pengguna aktif bulanan (monthly active users/MAU) di seluruh dunia sampai kuartal III-2023. Jumlah tersebut naik 1,9% dari kuartal sebelumnya (quarter-to-quarter/qtq). Pada kuartal II-2023, pengguna aktif mereka berjumlah 1,58 miliar.

Dikutip dari databoks.katadata.co.id menjelaskan bahwa TikTok semakin digandrungi oleh konsumen online tentunya di Indonesia, sebanyak 76,75% konsumen mengatakan alasan memilih belanja di TikTok karena harga di TikTok Shop relatif lebih murah dan banyak diskon, promo dan voucher yang menarik di TikTok Shop menjadi alasan berikutnya konsumen memilih belanja online di fitur tersebut yakni sebanyak 65%. Kemudian, sebanyak 52% responden mengatakan bahwa penjelasan dari host yang menarik menjadi alasan mereka berbelanja di TikTok Shop (Annur, 2023).

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Menurut (Kotler & Armstrong, 2019) harga ialah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Jika harga terlalu tinggi dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, konsumen mungkin akan mencari pilihan lain yang lebih sesuai. Konsumen secara umum sensitif terhadap harga dan akan melakukan perbandingan antara harga dari berbagai penjual atau platform sebelum membuat keputusan akhir.

Tidak hanya harga, namun ada beberapa hal yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian dalam belanja online, misalnya promosi dan program gratis ongkir. Menurut (Syahputra,2019) menyatakan bahwa promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.

Selanjutnya yang menjadi faktor pengaruh keputusan pembelian konsumen saat berbelanja online di platform e-commerce yaitu Gratis ongkir. Gratis ongkos kirim adalah biaya pengiriman barang atau jasa secara gratis yang biasanya ditarik oleh penjual dari pelanggan selama proses jual beli, Ongkos kirim gratis ini dapat

diartikan bahwa biaya pengiriman yang dibebaskan dari pembeli tanpa ditarik biaya pengiriman. Hal ini bertujuan untuk menarik para konsumen untuk membeli produk pada TikTok shop dengan adanya gratis ongkir. Menurut (Tjiptono, 2022) gratis ongkos kirim merupakan bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang bisa diatur untuk merangsang pembelian produk dan menambah jumlah barang yang akan dibeli pelanggan.

Keputusan pembelian adalah tahap akhir dalam proses pembelian dimana konsumen atau kelompok konsumen membuat keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa. Keputusan ini diambil dengan tujuan memenuhi kebutuhan atau keinginan hidup mereka, baik untuk digunakan secara pribadi maupun bersama-sama. Proses ini melibatkan pertimbangan yang matang dari berbagai faktor, seperti harga, kualitas produk, manfaat yang diharapkan, serta preferensi personal atau kelompok. Adapun faktor-faktor dari keputusan pembelian yaitu suatu keputusan konsumen yang dapat dipengaruhi oleh faktor harga, lokasi, promosi, kualitas produk orang lain, teknologi, budaya, dan faktor ekonomi keuangan (Buchari, 2016).

Kemudian yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah harga, promosi dan program gratis ongkir. Peneliti akan merumuskan faktor faktor tersebut karena pemasaran produk dalam media sosial tiktok ini berbeda dengan E-commerce Shoppe dan Lazada dimana Tiktok Shop lebih berfokus kepada konten-konten video yang harus di unggah supaya bisa di lihat oleh para calon konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Keputusan Pembelian melalui Platform E-Commerce Tiktok shop apakah di pengaruhi oleh Harga, Promosi dan Gratis Ongkir. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis mengangkat judul "Pengaruh Harga, Promosi dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop".

2. METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 – 2023.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif
Statistics

		DDW	DDA	PDD	PBV	ACD
N	Valid	285	285	285	285	285
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		127,0316	111,9123	569,7614	2545,0912	2993,1158
Std. Deviation		176,00053	209,79273	238,68671	5815,26736	21833,83509
Minimum		,00	,00	,00	47,00	,00
Maximum		750,00	750,00	1000,00	56792,00	214291,00

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan table 4.2 diatas menjelaskan secara deskriptif variabel-variabel dalam penelitian ini.

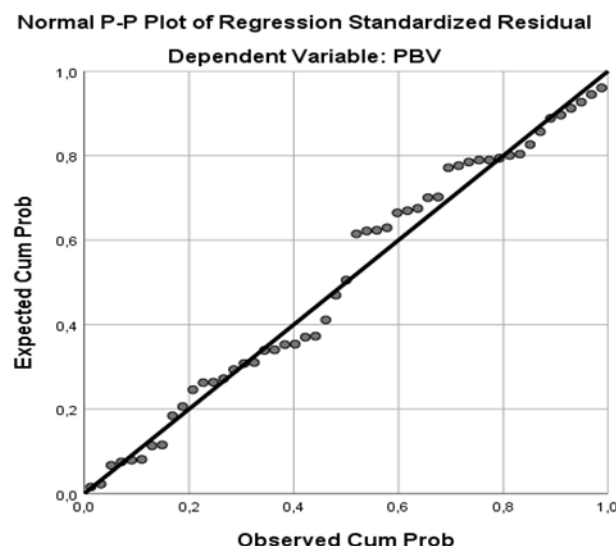
- a. Variabel Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai rata-rata sebesar 2545,0912 dengan standar deviasi 5815,26736 Nilai maksimum sebesar 56792,00 dan nilai minimum sebesar 47,00
- b. Variabel Dewan Direksi Wanita (DDW) memiliki nilai rata-rata sebesar 127,0316 dengan standar deviasi 176,00053. Nilai maksimum sebesar 750,00 dan nilai minimum sebesar 0,00
- c. Variabel Dewan Direksi Asing (DDA) memiliki nilai rata-rata sebesar 111,9123 dengan standar deviasi 209,79273. Nilai maksimum sebesar 750,00 dan nilai minimum sebesar 0,00
- d. Variabel Pendidikan Dewan Direksi (PDD) memiliki nilai rata-rata sebesar 569,7614 dengan standar deviasi 238,68671. Nilai maksimum sebesar 1000,00 dan nilai minimum sebesar 0,00
- e. Variabel Agency Cost Of Debt (ACD) memiliki nilai rata-rata sebesar 2993,1158 dengan standar deviasi 21833,83509. Nilai maksimum sebesar 214291,00 dan nilai minimum sebesar 0,00

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan normal jika residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Model regresi yang baik adalah distribusi data yang mendekati normal. Berdasarkan hasil data yang diperoleh dan diolah menggunakan SPSS for windows versi 26, maka hasil normalitasnya dapat dilihat pada gambar 4.2 dibawah ini.

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Dari gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa uji normalitas pada gambar plot terdapat titik-titik yang mengikuti dan mendekati garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas juga didukung dengan uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	,177 ^c
------------------------	-------------------

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Pada hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov terlihat pada tabel 4. 2 bahwa nilai signifikansi uji tersebut lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,177 > 0.05. Hal ini menandakan bahwa data yang digunakan dalam regresi berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam penelitian perlu dilakukan pengujian data bahwa data harus terbebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas terjadi ketika variabel bebasnya saling berkorelasi satu sama lain. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat tabel coefficient pada kolom tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) yang mana Tolerance > 0,1 dan VIF < 10 yang akan dijelaskan pada Tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
DDW	,872	1,146
DDA	,922	1,085
PDD	,880	1,137
ACD	,943	1,061

a. Dependent Variable: PBV

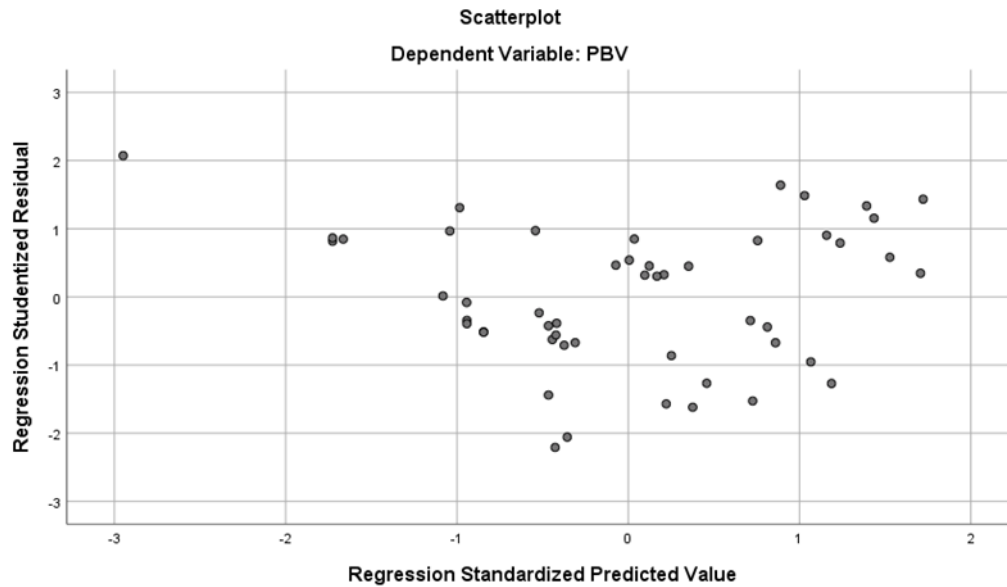
Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Pada tabel 4.3 terlihat bahwa masing-masing variabel independen dan variabel Intervening yang digunakan telah memiliki nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen dan variabel intervening yang digunakan terbebas dari gejala multikolinieritas

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui pola sebaran data yang mendukung masing-masing variabel penelitian. Data yang baik adalah data yang memiliki kesamaan varian data atau yang disebut homokedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas antar variabel independen dapat dilihat dari grafik plot antar nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Adapun grafik hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 26 dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa sebaran sampel (titik-titik) di gambar scatterplot telah menyebar ke arah posisi negatif maupun positif. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian baik variabel independen maupun variabel dependen yang akan dibentuk kedalam model regresi data panel telah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan-kesalahan yang muncul pada data yang diurutkan berdasarkan waktu (time series). Uji untuk mendeteksi adanya gejala autokorelasi adalah uji yang dikembangkan oleh Durbin dan Watson, yang dikenal dengan statistik Durbin-Watson (DW). Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut : Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah $-2 < DW < -2$, Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan $+2$ atau $-2 < DW < +2$, Terjadi autokorelasi negatif jika DW di atas $+2$ atau $DW > +2$.

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,390 ^a	,152	,140	5393,89611	,658

a. Predictors: (Constant), ACD, DDA, PDD, DDW

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, dapat dilihat nilai statistik Durbin-Watson adalah sebesar 0.492. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan Durbin-Watson terletak di antara $-2 < 0,658 < 2$, maka asumsi non-autokorelasi terpenuhi. Dengan kata lain, tidak terjadi gejala autokorelasi pada residual, atau dapat dikatakan data terbebas dari gejala autokorelasi.

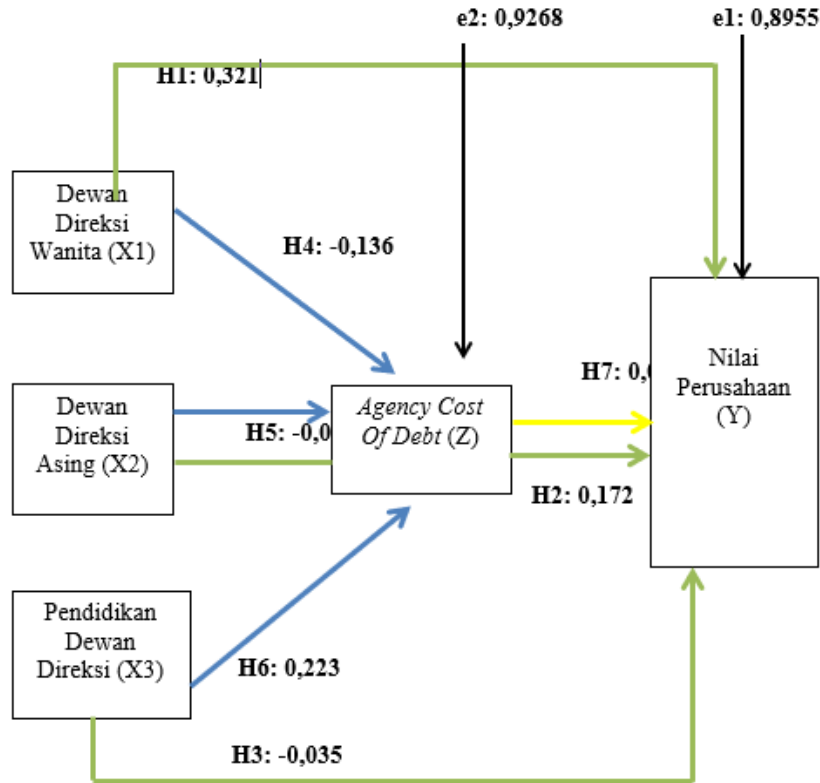
Hasil Uji Hipotesis

Tabel 5 Hasil Pengujian Hipotesa Penelitian

Hipotesa	Pernyataan	Sig	Perbandingan	Keputusan
H1	Dewan Direksi Wanita berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	0,000	0,05	Diterima
H2	Dewan Direksi Asing berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	0,003	0,05	Diterima
H3	Pendidikan Dewan Direksi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	0,553	0,05	Ditolak
H4	Dewan Direksi Wanita berpengaruh terhadap <i>Agency Cost Of Debt</i> pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	0,028	0,05	Diterima
H5	Dewan Direksi Asing berpengaruh terhadap <i>Agency Cost Of Debt</i> pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	0,227	0,05	Ditolak
H6	Pendidikan Dewaan Direksi berpengaruh terhadap <i>Agency Cost Of Debt</i> pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	0,0000	0,05	Diterima
H7	<i>Agency Cost Of Debt</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	0,708	0,05	Ditolak

Hasil Uji Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi data panel, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi data panel untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Dari output tersebut dapat dilihat diagram jalur sebagai berikut:



Gambar 4 Hasil Uji Analisis Jalur

Persamaan I : $ACD = -0,136X1 - 0,073X2 + 0,223X3$

Persamaan II : $PBV = 0,321X1 + 0,172X2 - 0,035X3 + 0,021Z$

Dari gambar persamaan diatas maka dapat diketahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen, yang akan disajikan dalam bentuk tabel, sebagai berikut :

Tabel 6 Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Hipotesa	Pernyataan	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh	Keputusan
H8	Dewaan Direksi Wanita berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Agency Cost Of Debt</i> sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar	0,321	(-0,136 * 0,021) = -0,0029	0,3181	ACD (Z) tidak memediasi hubungan pengaruh antara DDW (X1) terhadap PBV (Y)

pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023					
H9	Dewan Direksi Asing berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Agency Cost Of Debt</i> sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	0,172	(-0,073 * 0,021)	0,099	ACD (Z) tidak memediasi hubungan pengaruh antara DDA (X2) terhadap PBV (Y)
H10	Pendidikan Dewan Direksi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Agency Cost Of Debt</i> sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023	-0,035	(0,223 * 0,021)	-0,0303	ACD (Z) memediasi hubungan pengaruh antara PDDW (X2) terhadap PBV (Y)

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Dewan Direksi Wanita Terhadap Agency Cost Of Debt

Dari tabel 4.8 maka hasil analisis menunjukkan variabel Dewan Direksi Wanita memiliki nilai sig. sebesar 0,028 lebih kecil dari 0,05 atau ($0,028 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Dewan Direksi Wanita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agency cost of debt. Hasil penelitian ini konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel dewan direksi wanita berpengaruh terhadap agency cost of debt.

Pengaruh Dewan Direksi Asing Terhadap Agency Cost Of Debt

Dari tabel 4.8 maka hasil analisis menunjukkan variabel Dewan Direksi Asing memiliki nilai sig. sebesar 0,227 lebih besar dari 0,05 atau ($0,227 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Dewan Direksi Asing tidak memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap agency cost of debt. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel dewan direksi asing berpengaruh terhadap Agency Cost Of debt, sedangkan hasil yang diperoleh dewan direksi asing tidak berpengaruh terhadap agency cost of debt.

Pengaruh Pendidikan Dewan Direksi Terhadap Agency Cost Of Debt

Dari tabel 4.8 maka hasil analisis menunjukkan variabel Dewan Direksi Wanita memiliki nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Pendidikan Dewan Direksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agency cost of debt. Hasil penelitian ini konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel pendidikan dewan direksi berpengaruh terhadap agency cost of debt.

Pengaruh Dewan Direksi Wanita Terhadap Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.9 maka hasil analisis menunjukkan variabel Dewan Direksi Wanita memiliki nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Dewan Direksi Wanita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel dewan direksi wanita berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Subhani et al., 2024) yang menyatakan bahwa keberagaman gender mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan, menjadikannya instrumen yang berguna dalam tata kelola perusahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Leosaputra, 2020) yang menyatakan bahwa direktur wanita (FDirectors) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu juga dengan CEO wanita (FCEO). Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachman et al., 2024) yang menyatakan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil menunjukkan Board Gender Diversity berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan dengan nilai PBV

Pengaruh Dewan Direksi Asing Terhadap Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.9 maka hasil analisis menunjukkan variabel Dewan Direksi Asing memiliki nilai sig. sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 atau ($0,003 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Dewan Direksi Asing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel dewan direksi wanita berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Pramesti & Nita, 2022) yang menyatakan bahwa diveritas usia dan diversitas kebangsaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2022), menunjukkan direksi asing menunjukkan adanya hubungan positif terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Pendidikan Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.9 maka hasil analisis menunjukkan variabel Pendidikan Dewan Direksi memiliki nilai sig. sebesar 0,553 lebih besar dari 0,05 atau ($0,553 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Pendidikan Dewan Direksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel pendidikan dewan direksi berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil yang diperoleh pendidikan dewan direksi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh (Alaudin, 2020) yang menyatakan bahwa latar belakang pendidikan direksi terindikasikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Vatur, 2023) yang menyatakan bahwa umur berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan gender dan latar belakang pendidikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pramessti & Nita, 2022) bahwa diversitas gender, diversitas pendidikan dan diversitas masa jabatann berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Agency Cost Of Debt Terhadap Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.9 maka hasil analisis menunjukkan variabel Dewan Direksi Wanita memiliki nilai sig. sebesar 0,708 lebih besar dari 0,05 atau ($0,708 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa agency cost of debt tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel agency cost of debt berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil yang diperoleh agency cost of debt tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Dewan Direksi Wanita Terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai Variabel Intervening

Dari tabel 4.15 menunjukkan nilai pengaruh langsung lebih besar dari hubungan tidak langsung atau $0,321 > -0,0029$. Yang berarti agency cost of debt tidak mampu memediasi hubungan antara Dewan Direksi Wanita terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Dewan Direksi Wanita tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan agency cost of debt sebagai Variabel Intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2023.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel dewan direksi wanita berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan agency cost of debt sebagai Variabel Intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2023.

Pengaruh Dewan Direksi Asing Terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai Variabel Intervening

Dari tabel 4.15 menunjukkan nilai pengaruh langsung lebih besar dari hubungan tidak langsung atau $0,172 > -0,0015$. Yang berarti agency cost of debt tidak mampu memediasi hubungan antara Dewan Direksi Asing terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Dewan Direksi Asing tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan agency cost of debt sebagai Variabel Intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2023.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel dewan direksi asing berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan agency cost of debt sebagai Variabel Intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2023.

Pengaruh Pendidikan Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai Variabel Intervening

Dari tabel 4.15 menunjukkan nilai pengaruh langsung lebih kecil dari hubungan tidak langsung atau $-0,035 < 0,0047$. Yang berarti agency cost of debt mampu memediasi hubungan antara Pendidikan Dewan Direksi terhadap agency cost of debt. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pendidikan Dewan Direksi memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan agency cost of debt sebagai

Variabel Intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2023.

Hasil penelitian ini konsisten dengan uraian teori dan hipotesa yang diajukan sebelumnya. Dimana variabel pendidikan dewan direksi berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan agency cost of debt sebagai Variabel Intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2023

4. KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian sederhana terhadap 57 perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 - 2023 maka hasil uraian tentang pengaruh dewan direksi wanita, dewan direksi asing dan pendidikan dewan direksi terhadap nilai perusahaan dengan agency cost of debt sebagai variabel intervening pada perusahaan yang terdaftar pada bursa efek indonesia tahun 2019 - 2023, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dewan Direksi Wanita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Agency Cost Of Debt pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.5
2. Dewan Direksi Asing tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Agency Cost Of Debt pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.5
3. Pendidikan Dewan Direksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Agency Cost Of Debt pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.5
4. Dewan Direksi Wanita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.5
5. Dewan Direksi Asing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.5
6. Pendidikan Dewan Direksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.5
7. Agency Cost Of Debt tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.5
8. Dewan Direksi Wanita tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.6
9. Dewan Direksi Asing tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.6
10. Pendidikan Dewan Direksi berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Of Debt sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2019 - 2023 terlihat pada Tabel 4.6
11. Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa variabel Independen mampu memberikan kontribusi dalam mempengaruhi PBV adalah sebesar 15,2 %

DAFTAR PUSTAKA

- Alaudin, I. R. (2020). Analisa Mekanisme Corporate Governance dan Board Diversity terhadap Nilai Perusahaan yang Listed dalam Indeks LQ45.
- ALFIANITA, N. F. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Keberadaan Wanita dalam Dewan Direksi, Usia Dewan Direksi, Latar Belakang Pendidikan Dewan Direksi dan Masa Jabatan Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan. STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Alghifari, E. S., Hermawan, A., Gunardi, A., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2022). Corporate Financial Strategy in an Emerging Market: Evidence from Indonesia. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(8), 100–110. <https://doi.org/10.3390/jrfm15080362>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Jurnal Pilar*, 14(1), 1–10.
- Andrianov, & Santosa, A. (2023). Jumlah Keragaman Gender, dan Kebangsaan Dewan Direksi sebagai Determinan Kinerja Perusahaan. *Journal on Education*, 1(2), 10–21.
- Astuti, R., Budi, Enok, & Joselina. (2022). MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN. Widina.
- Fransiska, Y., & Tupti, Z. (2020). Pengaruh Komunikasi, Beban Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 135–140.
- Gonçalves, T. C., Gaio, C., & Rodrigues, M. (2022). The Impact of Women Power on Firm Value. *Adm Sci*, 12(3), 93–100. <https://doi.org/10.3390/admsci12030093>
- Harrathi, H., & Boumediene, E. (2024). Corporate Social Responsibility, Firm Value And Board Cultural Diversity: An Empirical Approach In The European Context. *Migrationletters.Com*.
- Hsu, Y.-L., & Liao, L.-K. (Connie). (2022). Corporate governance and stock performance: The case of COVID-19 crisis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 41(4), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2021.106920>
- Joevanty, H., & Suzan, L. (2022). Jurnal Mirai Management Pengaruh Intellectual Capital, Board Diversity, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021). *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 247–255. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2384>
- Kartika, R., Miftah, A. A., & Khairiyani. (2022). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN FINANCIAL DISTRESS TERHADAP MANAJEMEN LABA. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(2), 10–19. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i2.710>
- Kusuma, L., Wijaya, H., & Kristina, N. (2024). PERAN INVESTASI TEKNOLOGI INFORMASI, EFEKTIVITAS RAPAT DEWAN KOMISARIS, KEBERAGAMAN USIA DAN LATAR BELAKANG PENDIDIKAN DEWAN DIREKSI DALAM MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AkuntansiSI*, 12(2), 112–123. <https://doi.org/10.33508/JIMA.V12I2.5352>
- Kyere, M., & Ausloos, M. (2021). Corporate governance and firms financial performance in the United Kingdom. *International Journal of Finance & Economics*, 26(2), 1871–1885. <https://doi.org/10.1002/ijfe.1883>
- Leosaputra, L. C. (2020). PENGARUH BOARD DIVERSITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN AGENCY COST OF DEBT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.
- Makaryanawati, M., Azzardina, A., & Haslinda, H. (2024). Related Board Diversity and Firm Value. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 323–332. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.385>
- Melendez C, Rodrigues E, Thielbar K, Patton, J. (2017). Movement therapy without moving - First results on isometric movement training for post-stroke rehabilitation of arm function. *Neurorehabilitation and Neural Repair Journal*, 31(8), 2–5. <https://doi.org/10.1109/ICORR.2017.8009230>
- Nugroho, I. R., Hernawati, E., & Sari, R. (2020). PENGARUH DIVERSITAS DEWAN DIREKSI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *KORELASI*, 2(1), 1–10.
- Pramesti, A. A., & Nita, R. A. (2022). PENGARUH DIVERSITAS DEWAN DIREKSI TERHADAP

- NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i2.5369>
- Precia, Y., & Setyawan, I. R. (2023). Pengaruh Keberadaan Direksi Wanita, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 814–822. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25451>
- Putri, S. Y. (2022). PENGARUH DIREKSI ASING, KERAGAMAN GENDER, LATAR BELAKANG PENDIDIKAN DAN USIA ANGGOTA DEWAN DIREKSI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS LAMPUNG.
- Rachman, F., Ahmad, G. N., & Kurnianti, D. (2024). Pengaruh Board Gender Diversity, Board Independence, Ceo Duality, dan Ceo Tenure Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI pada Masa Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 126–132. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i6.2540>
- Rahma, S. A., & Sukarmanto, E. (2023). Pengaruh Latar Belakang Pendidikan Dewan Direksi dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v3i1.5711>
- Reny, T. O., & Wendy. (2023). PENGARUH BOARD DIVERSITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF CORPORATE GOVERNANCE PADA SUB SEKTOR PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA. *MANAGEMENT BUSINESS INNOVATION CONFERENCE*, 2(1), 21–26.
- Reny, Tikawati Okavia, & Wendy. (2021). PENGARUH BOARD DIVERSITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF CORPORATE GOVERNANCE PADA SUB SEKTOR PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA. *Management Business Innovation Conference*, 2(1), 10–16.
- Saputra, R. R., Ahmad, G. N., & Kurnianti, D. (2023). PENGARUH BOARD GENDER DIVERSITY, BOARD INDEPENDENCE, CEO DUALITY DAN CEO TENURE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(1), 1–10.
- Setiawan, T., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Millennial Leadership, Gender Diversity terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(3), 3261–3269. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1014>
- Siswanto, E. (2021). *Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar*. Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Subhani, W., Amin, A., Naz, M. A., Sultan, N., & Aslam, S. (2024). Board Gender Diversity and Firm Value: A Case of PSX. *Bulletin of Business and Economics (BBE)*, 13(1), 1–12. <https://doi.org/10.61506/01.00197>
- SUMARDI, R., & SUHARYONO. (2020). *DASAR-DASAR MANAJEMEN KEUANGAN*. LPU-UNAS.
- Vatur, A. A. (2023). Peran Kualitas Laporan Keuangan dalam Memediasi Pengaruh Board Diversity dengan Nilai Perusahaan.
- Vatur, A. A., & Hidayah, R. (2022). Peran Kualitas Laporan Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Board Diversity Terhadap Nilai Perusahaan. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.2943>
- Widiana, M. E. (2020). *BUKU AJAR PENGANTAR MANAJEMEN*.
- Wulandari, A., & Fauzan. (2022). PENGARUH GENDER DIVERSITY DEWAN DIREKSI, DEWAN KOMISARIS DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yulia, P., Hendrawaty, E., A., R., & Huzaimah, F. (2022). PENGARUH GENDER DAN STATUS KEWARGANEGARAAN DEWAN DIREKSI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 27(2), 1–10. <https://doi.org/10.23960/jak.v27i2.575>