

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MARKET VALUE ADDED (MVA) PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN

FELIA ERWINDA SARI

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: erwinda13sari@gmail.com

MAISYA PRATIWI

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: maisypратиwi@uinib.ac.id

ROMY YUNIKA PUTRA

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: romy.yunikaputra@uinib.ac.id

Abstrak

Dari tahun 2018-2022, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam hal pertumbuhan penjualan, nilai tambah pasar, nilai tambah ekonomi, laba atas aset, dan profitabilitas secara keseluruhan. Pada penelitian kuantitatif ini dilakukan analisis regresi data panel dengan menggunakan program E-Views 12. Menurut hasil sampel penelitian yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, 32 organisasi peserta memenuhi kriteria ini selama studi lima tahun. Penelitian ini menemukan hubungan positif, meskipun tidak signifikan secara statistik, antara nilai tambah ekonomi dan nilai tambah pasar. Ada hubungan positif dan kuat antara pengembalian aset dan nilai tambah pasar. Faktanya, pertumbuhan penjualan memang menunjukkan keuntungan yang sehat, meskipun tidak mempengaruhi nilai tambah pasar secara signifikan. Faktor-faktor seperti nilai tambah ekonomi, pengembalian aset, dan peningkatan penjualan sekaligus berdampak besar pada nilai tambah pasar.

Kata Kunci: Economic Value Added, Market Value Added, Pertumbuhan Penjualan, Return on Assets

Abstract

From 2018–2022, this research set out to analyse the food and beverage firms listed on the Indonesia Stock Exchange in terms of their sales growth, market value added, economic value added, return on assets, and overall profitability. In this quantitative study, regression analysis of panel data was carried out using the E-Views 12 program. According to the results of the research samples selected using a purposive sampling technique, 32 of the participating organisations fulfilled these criteria during the course of the five-year study. The research found a positive, although not statistically significant, relationship between economic value added and market value added. There is a positive and strong relationship between asset returns and market value added. In fact, sales growth did indicate a healthy profit, even if it did not significantly affect market value added. Factors like as economic value added, return on assets, and increase in lump sum sales have a substantial impact on market value added.

Keywords: Economic Value Added, Market Value Added, Sales Growth, , Return on Assets

PENDAHULUAN

Baik mereka di industri manufaktur atau jasa, tujuan utama setiap bisnis adalah untuk memastikan kesenangan klien. Pencapaian tujuan ini dapat dilakukan dengan mencari kombinasi optimal antara nilai pasar ekuitas dan nilai tambah pasar (MVA) dari investasi saham pemerintah. Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan nilai bagi investornya dapat dievaluasi dengan menggunakan MVA (Madinis et al., 2011). Ketika MVA positif, Dengan kata lain, perusahaan membantu menciptakan nilai ketika tingkat pengembaliannya

lebih tinggi daripada biaya modalnya, yang juga dikenal sebagai pengembalian harga saham. MVA, di sisi lain, bertentangan dengan pertumbuhan nilai bisnis akuntansi pada tingkat yang lebih lambat daripada biaya modal (Hariyani et al., 2020).

Cara lain untuk melihat MVA adalah sebagai ukuran seberapa baik perusahaan telah menghasilkan uang bagi investornya. MVA mengungkapkan tujuan maksimalisasi nilai perusahaan, terutama agar nilai perusahaan yang tinggi dapat menghasilkan kekayaan pemegang saham. Keuntungan perusahaan yang semakin besar akan meningkatkan permintaan saham dan pada akhirnya mendorong kenaikan nilai pasar atau *market value* (Tiara, 2023). Perbandingan antara nilai pasar perusahaan dan modal ekuitas membantu mengevaluasi efisiensi pengelolaan sumber daya oleh manajemen, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan investor dalam memilih perusahaan. Kinerja yang baik menghasilkan MVA tinggi dan dapat menjadi acuan investor dalam melihat potensi peningkatan harga saham, menurut teori sinyal, yang menyatakan bahwa ketika sebuah perusahaan merilis informasi tentang investasinya, investor akan bereaksi dengan baik (Rosenta & Wiwik, 2016).

Tiga variabel mempengaruhi MVA dalam penelitian ini. Untuk memulai, ada Economic Value Added (EVA), metrik untuk kesuksesan finansial yang memperhitungkan seluruh nilai uang yang diciptakan untuk pemegang saham (Hastuti, 2018). Ketika EVA organisasi positif, itu berarti EVA menghasilkan nilai lebih bagi investornya daripada biaya untuk mendanai operasi. Sedangkan EVA negatif mengindikasikan kinerja perusahaan tidak mencukupi untuk menutup biaya modal, sehingga perusahaan gagal memberikan pengembalian optimal kepada pemegang saham (Nicolae & Laura, 2015). Penelitian menyatakan bahwa EVA yang lebih tinggi berkorelasi dengan peningkatan MVA, yang menunjukkan bahwa perusahaan yang mengelola modalnya secara efektif dan menghasilkan laba ekonomi cenderung dinilai lebih tinggi di pasar (Kumar & Sharma, 2011).

Selanjutnya, Salah satu rasio tersebut adalah return on assets (ROA), yang mengukur efisiensi organisasi dalam menghasilkan keuntungan dari aset fisiknya. Sebuah penelitian dilakukan oleh Mazzan pada tahun 2019. Peningkatan MVA adalah hasil dari ROA yang tinggi, yang merupakan tanda manajemen aset yang kompeten dan menginspirasi kepercayaan di antara para investor. ROA negatif, di sisi lain, menunjukkan bahwa kemampuan menghasilkan

keuntungan perusahaan masih kurang. yang berujung pada menurunnya kepercayaan investor dan penurunan MVA (Mamduh & Halim, 2014).

Ini membawa kita ke poin ketiga: pertumbuhan penjualan, terkadang dikenal sebagai peningkatan penjualan dari waktu ke waktu. Peningkatan pendapatan perusahaan, sebagai akibat dari lonjakan penjualan, membuat pemegang saham menjadi lebih kaya dan lebih kaya. Akibatnya, MVA naik akibat permintaan saham perusahaan yang lebih tinggi. Manajemen aset yang efektif mengarah pada peningkatan profitabilitas, yang pada gilirannya mengarah pada nilai pasar yang lebih baik, dan penelitian menunjukkan bahwa organisasi dengan ROA yang lebih tinggi cenderung menampilkan lebih banyak MVA (Hamdan, 2018).

Menurut uraian tersebut, pernyataan isu untuk penelitian ini adalah tentang pengaruh EVA terhadap MVA, ROA terhadap MVA, pertumbuhan penjualan terhadap MVA, dan dampak gabungan dari EVA, ROA, dan pertumbuhan penjualan pada MVA. Para peneliti mulai menentukan seberapa besar dampak masing-masing variabel ini terhadap MVA. baik secara individu maupun bersama-sama.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Kesenjangan informasi antara pemangku kepentingan internal dan eksternal organisasi adalah prinsip utama teori persinyalan. Ketika sampai pada status perusahaan saat ini, manajer, sebagai pihak internal, biasanya memiliki pemahaman yang lebih besar tentang berbagai hal daripada pihak luar, seperti investor. Investor dapat mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan menggunakan laporan keuangan tahunan, yang menunjukkan prospek masa depan perusahaan (Roosiana & Priyadi, 2016). Penurunan ketidakpastian dan peningkatan kepercayaan dari luar dapat dicapai jika perusahaan mampu menyampaikan situasinya kepada investor melalui sinyal tertentu. Indikasi signifikan bagi investor adalah return saham yang tinggi, karena hal ini membangkitkan rasa ingin tahu mereka dalam membeli saham perusahaan, yang mempengaruhi MVA karena meningkatnya permintaan saham. Manajemen keuangan telah berhasil menumbuhkan kekayaan pemegang saham jika MVA positif.

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori Agensi pertama kali diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Sebagai perantara perusahaan, manajer mengetahui lebih banyak tentang sejarah, masa kini, dan masa depan bisnis daripada pemilik atau pemegang saham. Dengan demikian, tanggung jawab manajer adalah memperbarui prinsip atau pemilik pada keadaan perusahaan (Primasari & Mutmainah, 2011). Teori sinyal, terutama dalam konteks MVA, memainkan peran yang penting dalam memahami bagaimana perusahaan mengkomunikasikan nilai mereka kepada investor dan pemangku kepentingan.

Pengaruh *Economic Value Added (EVA)* terhadap *Market Value Added*

Menurut Stahle dkk. (2011), ketika EVA positif dan MVA meningkat, itu berarti perusahaan menghasilkan lebih banyak uang daripada biaya operasinya. Hasilnya, kekayaan para pemegang saham meningkat. Perusahaan dengan EVA tinggi seringkali memiliki MVA yang lebih tinggi, menurut penelitian. yang menunjukkan bahwa pengelolaan modal dan sumber daya yang efektif dapat menyebabkan peningkatan valuasi pasar (Iazzolino & Laise, 2013; Maditinos et al., 2011). Dari penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis 1 yaitu:

H1: *Economic Value Added* berpengaruh signifikan positif terhadap *Market Value Added*

Pengaruh *Return On Assets (ROA)* terhadap *Market Value Added*

Hubungan menguntungkan antara ROA dan MVA telah ditunjukkan dalam beberapa penelitian. Menurut Stahle dkk. ((2011), Pengembalian aset (ROA) yang lebih tinggi dapat menghasilkan nilai pasar (MVA) yang lebih tinggi karena kedua variabel tersebut berkorelasi. Demikian pula, MVA dipengaruhi oleh ROA, menurut Chowdhury dkk. (2019) Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengelola modal intelektualnya secara efektif, sebagaimana tercermin dalam ROA, cenderung memiliki valuasi pasar yang lebih tinggi. Dari penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis 2 yaitu:

H2: *Return on Assets* berpengaruh signifikan positif terhadap *Market Value Added (MVA)*

Pengaruh *Sales Growth* terhadap *Market Value Added*

Menurut Query dkk. (2011), peningkatan penjualan berdampak langsung dan menguntungkan pada keuntungan yang diperoleh pemegang saham dan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan, sehingga meningkatkan MVA. Perusahaan yang berfokus pada peningkatan pertumbuhan penjualan melalui strategi yang efektif tidak hanya meningkatkan

kinerja keuangan tetapi juga secara signifikan meningkatkan nilai pasar, sehingga menciptakan kekayaan tambahan bagi pemegang saham. Dari penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis 3 yaitu:

H3: *Sales Growth* berpengaruh secara simultan terhadap *Market Value Added*

Pengaruh EVA, ROA, *Sales Growth* terhadap *Market Value Added*

Pertumbuhan pendapatan, pengembalian aset, dan nilai tambah ekonomi semuanya berdampak besar pada nilai tambah pasar. Studi Eka Setiawati (2009) mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa MVA dipengaruhi secara signifikan oleh Nilai Tambah Ekonomi, Pengembalian aset, dan Pertumbuhan Penjualan sekaligus. Dari penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis 4 yaitu:

H4: EVA, ROA, dan *Sales Growth* berpengaruh signifikan positif terhadap *Market Value Added* (MVA)

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi kuantitatif berdasarkan analisis data sekunder digunakan dalam karya ini. Data numerik yang dianalisis secara statistik merupakan tulang punggung pendekatan kuantitatif. Dengan melihat bagaimana nilai tambah ekonomi, pengembalian aset, dan pertumbuhan penjualan berhubungan dengan nilai tambah pasar, penelitian ini berharap dapat menjembatani kesenjangan dalam pemahaman kita. Perusahaan yang tercatat di BEI yang memproduksi makanan dan minuman dari tahun 2018 hingga 2022 menjadi bagian dari penelitian ini. Data yang digunakan dalam analisis ini bersumber dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Pengumpulan data, yang melibatkan pengumpulan, klasifikasi, dan analisis data sekunder, dilakukan dengan menggunakan strategi dokumentasi. Data yang digunakan untuk analisis ini meliputi laporan keuangan, laporan dari auditor independen, dan informasi terkait lainnya.

Delapan puluh empat perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI antara tahun 2018 dan 2022 merupakan populasi penelitian. Sampel penelitian dipilih melalui purposive sampling, suatu proses yang mengikuti kriteria yang ditentukan. Sampel terdiri dari (1) perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman dan tercatat di BEI secara berkelanjutan dari tahun 2018 hingga 2022. (2) pelaku usaha yang mengungkapkan semua informasi yang relevan tentang variabel studi selama periode waktu tersebut dan memposting

laporan tahunan dan laporan keuangannya di BEI atau situs web perusahaan. Tabel 1 menampilkan hasil prosedur pemilihan sampel.

Tabel 1. Proses Seleksi Sampel

No	Kriteria	Jumlah
Populasi		84
1.	Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang tidak terdaftar secara berkelanjutan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022.	(33)
2.	Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang tidak mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia maupun di situs resmi perusahaan, serta tidak menyediakan data lengkap yang berkaitan dengan variabel penelitian	(19)
Jumlah perusahaan yang dijadikan Sampel		32

Sumber: data diolah (2024)

Ada 32 bisnis yang memenuhi syarat menurut standar ini. Menggunakan data yang dikumpulkan selama periode 5 tahun, total 160 pengamatan digunakan untuk penyelidikan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Dengan menampilkan informasi seperti mean, deviasi standar, maksimum, dan nilai terendah, statistik deskriptif memberikan gambaran data yang lugas dan mudah dipahami. Nilai Tambah Pasar (Y), Nilai Tambah Ekonomi (X 1), Return on assets (X2), dan Pertumbuhan Menggunakan statistik deskriptif, penelitian ini menjelaskan penjualan (X3). Data dari statistik deskriptif ditunjukkan pada Tabel 2. Berdasarkan hasil dari 12 ulasan tersebut, berikut ini adalah statistik deskriptif untuk masing-masing variabel:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Mean	28.13280	26.28421	0.054412	0.152250
Median	28.29167	26.53386	0.054333	0.076785
Maximum	32.26923	30.04958	1.322152	11.67867
Minimum	20.02829	18.32166	-1.838978	-0.854947
Std. Dev.	2.127302	1.945835	0.215541	0.948941

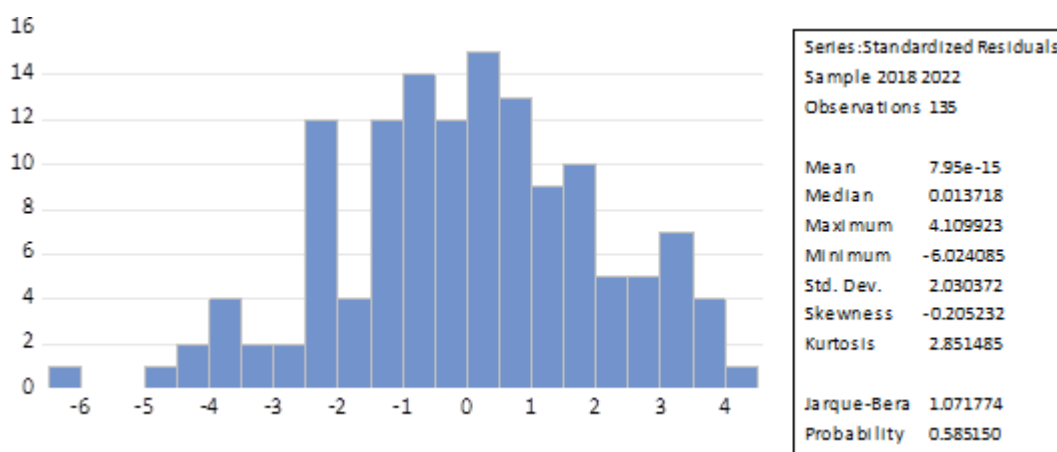
Sumber: Hasil Olah Data Eviews 12 (2024)

Terdapat nilai minimum sebesar 20,02829 untuk Variabel Nilai Tambah Pasar (MVA), maksimum 32.26923, mean 28.13280, dan standar deviasi 2.127302. Setelah penghilangan outlier, nilai minimum MVA menjadi 22.39099, maksimum tetap 32.26923, mean 28.35584, dan standar deviasi 2.063180. Kisaran nilai untuk variabel *Economic Value Added* (EVA) adalah 18,32166 untuk terendah, 30,04958 untuk tertinggi, dan 26,28421 untuk mean, dan standar deviasi 1.945835. Setelah penghilangan outlier, nilai minimum EVA menjadi 21.86154, maksimum tetap 30.04958, mean 26.52147, dan standar deviasi 1.789814.

Nilai berkisar dari -1,838978 hingga 1,322152 untuk variable *Return on Assets* (ROA), dengan rata-rata 0,054412 dan deviasi standar 0,215541. Setelah pencilan dihilangkan, nilai Roa adalah sebagai berikut: -0,582526 untuk yang terendah, 0,607168 untuk maksimum, 0,067638 untuk mean, dan 0,119885 untuk deviasi standar. Kisaran -0,854947 hingga 11,67867 diwakili oleh variabel pertumbuhan penjualan, dengan rata-rata 0,152250 dan deviasi standar 0,948941. Nilai Pertumbuhan Penjualan terendah tetap di -0,854947 setelah pencilan dihilangkan; nilai tertinggi menjadi 1,101892, mean 0,100334, dan deviasi standar 0,100334.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber: Hasil Olah Data Eviews 12 (2024)

Pada saat menggunakan 32 Sampel, didapatkan uji normalitas yang menunjukkan data tidak berdistribusi normal, sehingga dilakukan pengeluaran data *outlier*. Titik data yang sangat berbeda dengan sebagian besar data dalam kumpulan data disebut pencilan. Data dengan nilai lebih besar dari 3 dianggap sebagai outlier, sehingga penelitian ini menggunakan metode

outlier. Setelah di outlier menghapus 5 sampel dari sampel awal, jumlah outlier turun menjadi 32. Data yang sebelumnya tidak terdistribusi normal diubah menjadi data terdistribusi normal dengan mengurangi sampel pencilan. Normalitas data dari 27 sampel dikonfirmasi oleh hasil uji normalitas, yang ditunjukkan pada Gambar 1. Saat menerapkan uji Jarque-Bera, seseorang dapat mencapai nilai probabilitas 0,585150, yang lebih besar dari 0,05. Hasil analisis terhadap 27 sampel menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mengikuti distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	-0.002747	0.004275
X2	-0.002747	1.000000	-0.017899
X3	0.004275	-0.017899	1.000000

Sumber: Hasil output Eviews 12 (2024)

Tabel 3 menampilkan hasil uji multikolinearitas; Data penelitian tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas, karena koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,8.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Uji Hipotesis

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	28.15920	0.421503	66.80656	0.0000
X1	0.004621	0.296991	0.015559	0.9876
X2	1.887164	0.780159	2.418947	0.0169
X3	0.664150	0.352982	1.881539	0.0621

Sumber: Hasil output Eviews 12 (2024)

Hasil uji statistik t menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Nilai-t kritis probabilitasnya adalah 0,9876, dan EVA-nya adalah 0,015559. Nilai probabilitas hubungan antara EVA dan MVA (nilai tambah pasar) lebih dari 0,05, oleh karena itu kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang berarti. Hal ini menyebabkan penolakan hipotesis H1.

2. 0,0169 adalah kemungkinan Pengembalian Variabel atas Aset (ROA), dan 2,418947 adalah nilai statistik-T. Karena fakta bahwa nilai probabilitasnya kurang dari 0,05, dapat dikatakan dengan pasti bahwa ROA sangat meningkatkan MVA. Jadi, kita memiliki hipotesis nol (H2).
3. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki signifikansi statistik, dengan probabilitas 0,0621 dan statistik-T sebesar 1,881539. Dengan nilai kemungkinan lebih besar dari 0,05, jelas bahwa pertumbuhan penjualan tidak berdampak besar pada MVA. Ini mengarah pada kesimpulan bahwa H3 tidak mungkin benar.

Uji F (Simultan)

Tabel 5. Uji F

Root MSE	0.835189	R-squared	0.073314
Mean dependent var	5.390378	Adjusted R-squared	0.052092
S.D. dependent var	0.870829	S.E. of regression	0.847844
Sum squared resid	94.16799	F-statistic	3.454635
Durbin-Watson stat	1.289240	Prob(F-statistic)	0.018464

Sumber: Hasil output Eviews 12 (2024)

Tabel 5 menunjukkan bahwa statistik-F memiliki nilai probabilitas 0,018464. Kami dapat menyimpulkan bahwa EVA, ROA, dan Pertumbuhan Penjualan semuanya berdampak besar pada MVA, variabel dependen, karena angka ini kurang dari 0,05. Dengan kata lain, hipotesis H4 diterima.

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Root MSE	0.835189	R-squared	0.073314
Mean dependent var	5.390378	Adjusted R-squared	0.052092
S.D. dependent var	0.870829	S.E. of regression	0.847844
Sum squared resid	94.16799	F-statistic	3.454635
Durbin-Watson stat	1.289240	Prob(F-statistic)	0.018464

Sumber: Hasil output Eviews 12 (2024)

Menurut temuan pengujian Tabel 6 untuk koefisien determinasi (R^2), nilai kuadrat-R yang dimodifikasi adalah 0,052092. Dengan kata lain, faktor eksternal menyumbang 94,7908% varians pada MVA, sedangkan variabel bebas EVA, ROA, dan Pertumbuhan Penjualan menyumbang 5,2092%.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Economic Value Added (EVA)* terhadap *Market Value Added*

Setelah menjalankan angka-angka tersebut, kami menemukan bahwa nilai probabilitas EVA adalah 0,9876 ($> 0,05$) dan statistik-T adalah 0,015559. Jadi, kita dapat menolak hipotesis pertama (H1) dan mengatakan bahwa EVA memang memiliki pengaruh terhadap Nilai Tambah Pasar (MVA), meskipun sedikit. Demikian pula, Rahmawati dan Yunita (2018) menemukan bahwa EVA berdampak positif terhadap MVA, namun dampak ini tidak signifikan secara statistik. Rasio keuangan yang lebih baik dan EVA yang lebih tinggi dapat membantu investor mengevaluasi keberhasilan perusahaan dengan lebih baik. Akibatnya, Posisi tawar perusahaan akan meningkat, memungkinkannya untuk menuntut premi atas sahamnya. Sebagai akibat dari meningkatnya hutang perusahaan, variasi EVA cenderung berkurang dalam penelitian ini, yang berarti bahwa EVA tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap MVA. Selain itu, tampaknya investor tidak terlalu mengandalkan EVA saat menghitung tingkat pengembalian saham. MVA tidak terpengaruh oleh EVA yang sangat baik karena tidak serta merta meningkatkan kinerja saham perusahaan di pasar modal (Tiara, 2023).

Pengaruh *Return on Asset (ROA)* terhadap *Market Value Added (MVA)*

Karena hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan besar terhadap MVA, maka hipotesis kedua (H2) sudah benar. seperti yang ditunjukkan oleh nilai statistik-T sebesar 2,418947 dan probabilitas 0,0169 ($< 0,05$). Hal ini menegaskan apa yang diprediksi Rahmawati dan Yunita (2018), yaitu ROA yang tinggi menandakan bahwa sebuah perusahaan pandai mengubah asetnya menjadi laba bersih setelah pajak. Sejalan dengan temuan ini, studi Hilwa (2020) menemukan bahwa ROA adalah metrik yang baik untuk mengukur profitabilitas melalui rasio perputaran aset dan margin keuntungan. Return on Assets pengembalian aset (ROA) adalah ukuran efisiensi perusahaan dalam mengubah total asetnya menjadi laba. Peningkatan MVA dikaitkan dengan ROA yang tinggi, yang berarti laba bersih lebih tinggi dari total aset organisasi.

Pengaruh *Sales Growth* terhadap *Market Value Added* (MVA)

Statistik-t sebesar 1,881539 dan probabilitas 0,0621 ($> 0,05$) ditentukan untuk Pertumbuhan Penjualan dalam penyelidikan ini. Ini membantah hipotesis tiga (H3) dan menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan, pada kenyataannya, berpengaruh pada MVA, meskipun sedikit. Salah satu metrik kesehatan keuangan perusahaan adalah tingkat pertumbuhan penjualannya, yang didefinisikan oleh Young dan O'byrne (2001). Mencapai ekspansi pendapatan yang cepat merupakan pertanda baik bagi profitabilitas perusahaan di masa depan, investor tidak selalu menjadikan Sales Growth sebagai indikator utama dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian Ciptawan (2018) juga mendukung hal ini, di mana tingginya tingkat penjualan belum tentu menghasilkan laba tinggi karena diiringi dengan kenaikan biaya seperti transportasi, promosi, dan diskon. Selain itu, investor cenderung lebih tertarik pada keuntungan modal (capital gain), sehingga Sales Growth kurang relevan sebagai acuan utama untuk investasi.

Pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Return on Asset* (ROA), dan *Sales Growth* secara simultan terhadap *Market Value Added* (MVA)

Menurut temuan penelitian, variabel independen simultan (Nilai Tambah Ekonomi, Pengembalian aset, dan Pertumbuhan Penjualan) berdampak besar pada MVA, seperti yang ditunjukkan oleh nilai statistik-F sebesar 3,454635 dengan probabilitas 0,018464 ($< 0,05$). Karena itu, kita dapat menerima premis bahwa ketiga faktor ini berpengaruh pada MVA sekaligus. Hal ini mengindikasikan bahwa fluktuasi MVA sangat dipengaruhi oleh kombinasi dari EVA, ROA, dan *Sales Growth* secara bersamaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2018 hingga 2022, yang mengkaji hubungan antara MVA dan EVA, ROA, dan karakteristik pertumbuhan penjualan. Dampak EVA yang menguntungkan, meskipun tidak signifikan, pada MVA terlihat dalam data. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak menaruh banyak saham di EVA sebagai indikasi utama saat melakukan investasi, meskipun hal tersebut menunjukkan seberapa besar nilai ekonomi yang tercipta. Hubungan positif dan signifikan secara statistik antara ROA dan MVA menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk mengubah asetnya menjadi keuntungan

secara langsung berdampak pada nilai sahamnya. Pertumbuhan penjualan berdampak menguntungkan pada MVA, meskipun tidak signifikan secara statistik. Penilaian pasar terhadap perusahaan tidak banyak dipengaruhi oleh fakta bahwa penjualan telah tumbuh, meskipun hal ini menunjukkan peningkatan pendapatan. Dampak keseluruhan pada MVA dari EVA, ROA, dan pertumbuhan penjualan sangat besar jika dipertimbangkan bersama, yang menunjukkan bahwa kombinasi faktor-faktor tersebut penting dalam menentukan nilai tambah bagi pemegang saham.

Secara teoritis, Penelitian ini memberikan kepercayaan pada hipotesis sinyal, yang menyatakan bahwa investor dapat memperoleh sinyal yang menguntungkan tentang prospek masa depan perusahaan dari kinerja keuangannya. Temuan ini selanjutnya memberikan kepercayaan pada status Road sebagai metrik penting untuk mengukur kemandirian proses operasional bisnis. Perusahaan didorong untuk meningkatkan efisiensi manajemen aset mereka untuk meningkatkan ROA, yang berdampak besar pada MVA; ini adalah salah satu implikasi manajerial dari penelitian ini. Lebih lanjut, investor mungkin memiliki kesan yang lebih baik tentang nilai perusahaan jika mengadopsi rencana untuk meningkatkan pendapatan dengan mengelola modalnya dengan lebih baik. Hasil penelitian ini memberikan panduan bagi investor untuk lebih memperhatikan ROA dalam mengevaluasi potensi investasi, mengingat indikator ini memiliki pengaruh signifikan terhadap MVA.

Temuan ini mungkin tidak berlaku untuk industri lain karena penelitian ini hanya mencakup perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, yang merupakan salah satu dari banyak batasan. Dua, tidak semua aspek yang berdampak pada MVA telah ditangani secara memadai oleh variabel independen yang digunakan, yang meliputi EVA, ROA, dan pertumbuhan penjualan. Ketiga, teknik ini masih terbatas pada analisis regresi linier berganda, yang gagal memperhitungkan hubungan non-linier antara variabel penelitian.

Untuk penelitian mendatang, beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan adalah memperluas cakupan penelitian ke sektor industri lain untuk menguji generalisasi hasil; memasukkan variabel lain seperti struktur modal, kebijakan dividen, inovasi teknologi, atau faktor lingkungan sebagai determinan MVA; menggunakan metode analisis yang lebih kompleks, seperti pendekatan machine learning atau analisis panel dinamis, untuk menangkap hubungan yang lebih kompleks antara variabel, dan memperpanjang periode penelitian untuk

melihat tren jangka panjang dari pengaruh variabel terhadap MVA. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, Kami percaya bahwa studi di masa depan akan memberikan lebih banyak penjelasan tentang variabel yang memengaruhi MVA, memungkinkan akademisi, manajer, dan investor memperoleh keuntungan yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciptawan. (2018). Pengaruh Return On Equity, Debt To Equity Ratio, Sales Growth dan Deviden Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Wholesale And Retail Trade Yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016. hal. 9.
- Chowdhury, L. A. M., Rana, T., & Azim, M. I. (2019). Intellectual capital efficiency and organisational performance. *Journal of Intellectual Capital*, 20(6), 784-806. <https://doi.org/10.1108/jic-10-2018-0171>
- Hamdan, A. (2018). Intellectual capital and firm performance. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(1), 139-151. <https://doi.org/10.1108/imefm-02-2017-0053>
- Hariyani, D. S., Salatnaya, L. H. A., & Mardani, D. (2020). Corporate social responsibility and financial ratio on market value added. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 1(4), 256-263. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v1i4.147>
- Hastuti. (2018). Analisis Kinerja Keuangan dengan Pendekatan Metode Economic Value Added (EVA) Pada perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota makassar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah : Makassar.
- Hilwa, Ega Tiara. (2020). Analisis Pengaruh Return On Asset (ROA), Earning Per Share (EPS), Debt To Equity Ratio (DER), Economic Value Added (EVA) Terhadap Market Value Added (MVA) Pada Perusahaan Non Keuangan Dalam LQ 45 di BEI Periode 2016-2018. Skripsi, (Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta), hal. 55-56.
- Kumar, S. and Sharma, A. (2011). Further evidence on relative and incremental information content of eva and traditional performance measures from select indian companies. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 9(2), 104-118. <https://doi.org/10.1108/19852511111173086>
- Iazzolino, G. and Laise, D. (2013). Value added intellectual coefficient (vaic). *Journal of Intellectual Capital*, 14(4), 547-563. <https://doi.org/10.1108/jic-12-2012-0107>

- Mamduh, M. and Halim, Abdul Hanafi. (2014). Analisis Laporan Keuangan, Tujuh. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN).
- Maditinos, D. I., Chatzoudes, D., Tsairidis, C., & Theriou, G. (2011). The impact of intellectual capital on firms' market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 12(1), 132-151. <https://doi.org/10.1108/14691931111097944>
- Mizan, Enniyatul. 2019. Pengaruh Pengukuran Return on Asset, Return on Equity, Earning Per Share, Dan Economic Value Added Terhadap Market Value Added. *Aktiva: Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 3(1), 25–43.
- Nicolae, Sichigea and Laura, Vasilescu. (2015). Economic Value Added and Market Value Added-Modern Indicators for Assessment the Firm's Value. *Annals of the Constantin Brancusi University of Targu Jiu, Economic Series, Eco-Trend*, 488–493.
- Primasari, Dona and Mutmainah, Isbandriyati. (2011). Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Tiga Variabel Moderating (Studi Empiris Pada BPR Di Kabupaten Bogor). *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*. 1(2), 115–26.
- Rahmawati, M. and Yunita, I. (2018). Analisis Pengaruh Eva, Roa, Dan Roe Terhadap Mva Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks Lq 45 Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2011-2015. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 2(2), 45–54.
- Rosenta, E.L. and Wiwik, U. (2016). A study of investor response to new product launching: a competitive strategy approach/Eliyani Linda R. and Utami Wiwik. *Management & Accounting Review*, 15(2), 1–28.
- Roosiana, Ayu Indah Sari and Priyadi, Maswar Patuh. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(10).
- Ståhle, P., Ståhle, S., & Aho, S. (2011). Value added intellectual coefficient (vaic): a critical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 531-551. <https://doi.org/10.1108/14691931111181715>
- Tiara, H.E. (2023). Analisis Pengaruh Return On Asset (ROA), Earning Per Share (EPS), Debt to Equity Ratio (DER), Economic Value Added (EVA) terhadap Market Value Added (MVA) pada Perusahaan non Keuangan dalam LQ 45 di BEI periode 2016-2018. Universitas Islam Indonesia.

- Queiri, A., Madbouly, A., Reyad, S., & Dwaikat, N. (2021). Corporate governance, ownership structure and firms' financial performance: insights from muscat securities market (msm30). *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 19(4), 640-665.
<https://doi.org/10.1108/jfra-05-2020-0130>
- Young, S David and O'byrne, Stephen F. (2001). *EVA Dan Manajemen Berdasarkan Nilai: Panduan Praktis Untuk Implementasi*, Jakarta: Salemba Empat.