

Pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025

¹Inaz Zahrah Idris, ²Anwar, ³Rezky Amalia Hamka,

⁴Anwar Ramli, ⁵Nurman

¹Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar, Makassar

²Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar, Makassar

³Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar, Makassar

⁴Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar, Makassar

⁵Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar, Makassar

E-mail: ¹inazzahrahidris@gmail.com, ²anwar@unm.ac.id,
³rezky.amalia.hamka@unm.ac.id, ⁴anwar.r@unm.ac.id, ⁵nurman@unm.ac.id

ABSTRAK

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Economic Value Added (EVA) secara parsial terhadap nilai perusahaan serta mengetahui pengaruh Market Value Added (MVA) secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025.

Metode - Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian terdiri atas 83 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025, dengan sampel sebanyak 12 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh 60 observasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dan data harga saham yang dikumpulkan melalui dokumentasi dari Bursa Efek Indonesia dan situs resmi masing-masing perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA), sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan EViews13, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil/Temuan - Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Economic Value Added (EVA) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Market Value Added (MVA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025.

Kata kunci : Economic Value Added, Market Value Added, Nilai Perusahaan, Price to Book Value

ABSTRACT

Purpose - This study aims to analyze the effect of Economic Value Added (EVA) and Market Value Added (MVA) on firm value of food and beverage subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2021–2025 period. The main focus of this study is to determine the partial effect of Economic Value Added (EVA) on firm value and to determine the partial effect of Market Value Added (MVA) on firm value of food and beverage subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2021–2025 period.

Method - This study uses a quantitative method with an associative approach. The study population consists of 83 food and beverage subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2021–2025 period, with a sample of 12 companies selected using the purposive sampling technique, resulting in 60 observations. The data used are secondary data in the form of annual financial statements and stock price data collected through documentation from the Indonesia Stock Exchange and the official websites of each company. The independent variables in this study are Economic Value Added (EVA) and Market Value Added (MVA), while the dependent variable is firm value, which is proxied by Price to Book Value (PBV). Data analysis was conducted using panel data regression with the assistance of EVIEWS 13, while hypothesis testing was performed using the t-test and coefficient of determination (R^2).

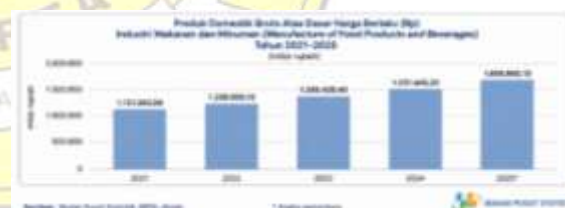
Results/Findings - The research results indicate that Economic Value Added (EVA) has a negative and insignificant effect on firm value, whereas Market Value Added (MVA) has a positive and significant effect on firm value, among food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021–2025 period.

Keyword : Economic Value Added, Market Value Added, Firm Value, Price to Book Value.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang besar sehingga memiliki tingkat konsumsi pangan yang tinggi. Kondisi tersebut menjadikan industri makanan dan minuman sebagai salah satu subsektor strategis dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian, industri makanan dan minuman merupakan subsektor dengan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas di Indonesia. Kementerian Perindustrian (2024) melaporkan bahwa pada tahun 2024 industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 40,31% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dan tetap menjadi salah satu penopang utama pertumbuhan industri nasional. Selain berkontribusi terhadap

pertumbuhan ekonomi nasional, subsektor ini juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja, peningkatan investasi, dan aktivitas ekspor Indonesia.



Gambar 1.1 Perkembangan Produk Domestik Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Industri Makanan dan Minuman Tahun 2021–2025

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan Gambar 1.1, Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman atas dasar harga berlaku terus meningkat selama periode 2021–2025, yaitu dari Rp1.121.362,00 miliar pada tahun 2021 menjadi Rp1.698.865,10 miliar pada tahun 2025. Peningkatan

tersebut menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman memiliki peran yang semakin penting dalam struktur perekonomian nasional dan tetap menjadi salah satu subsektor unggulan dalam industri pengolahan Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa subsektor ini merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia sehingga menarik untuk dijadikan objek penelitian.

Selain memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, perusahaan pada subsektor makanan dan minuman juga dituntut untuk mampu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai karena mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan sehingga dapat meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya. Menurut Hery (2021), nilai perusahaan merupakan persepsi pasar terhadap kondisi perusahaan yang tercermin dari harga saham dan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Salah satu indikator yang umum digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah Price to Book Value (PBV). Rasio ini menunjukkan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham, sehingga dapat menggambarkan bagaimana pasar memberikan penilaian terhadap nilai perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2022), semakin tinggi nilai Price to Book Value (PBV), semakin tinggi pula penilaian investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Sebaliknya, nilai PBV yang rendah menunjukkan bahwa pasar

memberikan penilaian yang relatif rendah terhadap perusahaan sehingga mengindikasikan bahwa perusahaan belum mampu menciptakan nilai yang optimal bagi pemegang saham

Sebagai gambaran awal mengenai kondisi nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman, peneliti menyajikan perkembangan Price to Book Value (PBV) pada beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025. Data tersebut digunakan untuk menunjukkan adanya fenomena fluktuasi nilai perusahaan yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini.

Tabel 1.1 Perkembangan Price to Book Value (PBV) pada Beberapa Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2025

Kode Perusahaan	2021	2022	2023	2024	2025
AISA	2,13	1,71	1,56	0,93	1,09
MYOR	4,02	4,36	3,64	3,63	2,59
ROTI	2,93	3,05	2,97	2,60	2,36
CLEO	2,82	2,81	2,81	4,73	2,42
INDF	0,64	0,63	0,39	0,61	0,49

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan dan Bursa Efek Indonesia (2026)

Berdasarkan Tabel 1.1, Price to Book Value (PBV) pada beberapa perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025 menunjukkan kondisi yang berfluktuasi. PT FKS Food Sejahtera Tbk (AISA) mengalami penurunan PBV dari 2,13 pada tahun 2021 menjadi 0,93 pada tahun 2024 sebelum kembali meningkat menjadi 1,09 pada tahun 2025. PT Mayora Indah Tbk (MYOR) mencatat PBV sebesar 4,02 pada tahun 2021 dan meningkat menjadi 4,36 pada tahun 2022, namun mengalami penurunan secara bertahap hingga mencapai 2,59 pada tahun 2025. PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) juga menunjukkan kecenderungan penurunan PBV dari 3,05 pada tahun 2022 menjadi 2,36 pada tahun 2025.

Berbeda dengan ketiga perusahaan tersebut, PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) mengalami peningkatan PBV yang cukup signifikan hingga mencapai 4,73 pada tahun 2024, namun kembali menurun menjadi 2,42 pada tahun 2025. Sementara itu, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) memiliki nilai PBV yang relatif rendah selama periode penelitian, yaitu berada di bawah angka satu pada setiap tahun pengamatan. Nilai PBV yang berada di bawah satu menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang lebih rendah dibandingkan nilai buku perusahaan.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman tidak mengalami perkembangan yang seragam meskipun berada dalam sektor industri yang sama. Perbedaan nilai PBV antarperusahaan mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan masih bervariasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor internal yang diduga memengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, faktor tersebut difokuskan pada Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA), yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi dan nilai pasar bagi pemegang saham.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai adalah melalui Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA). Menurut Brigham dan Houston (2022), EVA menunjukkan nilai ekonomi yang berhasil diciptakan perusahaan setelah memperhitungkan seluruh biaya modal yang digunakan. Sementara itu, Stewart (1999) menjelaskan bahwa MVA merupakan selisih antara nilai pasar perusahaan dengan modal yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham. Kedua ukuran tersebut dipandang mampu mencerminkan keberhasilan perusahaan

dalam menciptakan nilai sehingga diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam menjelaskan hubungan antara informasi kinerja perusahaan dengan penilaian investor, penelitian ini menggunakan Teori Sinyal (Signalling Theory) yang diperkenalkan oleh Michael Spence (1973). Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor melalui informasi yang dipublikasikan mengenai kondisi dan kinerja perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2011), informasi yang disampaikan perusahaan akan menjadi dasar bagi investor dalam menilai prospek perusahaan dan mengambil keputusan investasi. Dalam penelitian ini, informasi mengenai Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) dipandang sebagai sinyal yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai. Semakin baik nilai EVA dan MVA yang dihasilkan perusahaan, semakin positif persepsi investor terhadap prospek perusahaan sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang belum konsisten. Kusuma dan Feriyanto (2025) serta Jessica (2023) menemukan bahwa EVA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Banusu et al. (2024) menemukan bahwa EVA dan MVA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Sobahi et al. (2019) menemukan bahwa EVA dan MVA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut.

Meskipun telah banyak penelitian mengenai pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan,

penelitian yang secara khusus dilakukan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman dengan periode pengamatan 2021–2025 masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi serta memberikan masukan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025.”

2. LANDASAN TEORI

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori Sinyal diperkenalkan oleh Spence (1973) melalui Job Market Signaling dan menjelaskan bahwa informasi atau sinyal digunakan untuk mengurangi asimetri informasi dalam pengambilan keputusan. Menurut Brigham dan Houston (2011), sinyal merupakan tindakan perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor mengenai prospek perusahaan. Informasi tersebut dapat berupa informasi keuangan maupun non-keuangan yang menjadi dasar investor dalam menilai kondisi perusahaan.

Laporan keuangan dapat menjadi sinyal positif maupun negatif bagi investor (Pratiwi, 2017). Sinyal positif tercermin dari kinerja dan kemampuan perusahaan menciptakan keuntungan, sedangkan sinyal negatif menunjukkan penurunan kinerja dan prospek perusahaan (Kamaludin & Indriani, 2021). Dalam praktik modern, sinyal juga dapat berupa laporan keuangan, aksi korporasi, dan strategi bisnis yang mencerminkan kemampuan perusahaan menciptakan nilai (Mahadwartha et al., 2024).

Dalam penelitian ini, Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) merupakan sinyal bagi investor mengenai kemampuan perusahaan menciptakan nilai. EVA positif menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan laba melebihi biaya modal, sedangkan MVA positif menunjukkan nilai pasar perusahaan lebih tinggi daripada modal yang diinvestasikan. Dengan demikian, EVA dan MVA dapat menjadi sinyal positif yang meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025.

Economic Value Added (EVA)

Economic Value Added (EVA) merupakan salah satu metode pengukuran kinerja keuangan berbasis nilai (*value-based performance measure*) yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah ekonomi bagi pemegang saham. EVA mengukur selisih antara laba operasi setelah pajak dan biaya modal yang digunakan perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya.

Menurut Brigham dan Houston (2022), EVA adalah ukuran kinerja yang menunjukkan nilai ekonomi yang berhasil diciptakan perusahaan setelah memperhitungkan seluruh biaya modal yang digunakan. Dengan demikian, EVA memberikan gambaran apakah

keuntungan yang diperoleh perusahaan mampu menutupi biaya dana yang berasal dari kreditur maupun pemegang saham.

Pendapat lain dikemukakan oleh Hery (2021), yang menyatakan bahwa EVA merupakan indikator kinerja keuangan untuk mengukur nilai tambah ekonomi yang dihasilkan perusahaan dari aktivitas operasionalnya. EVA menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba yang melebihi biaya modal yang harus ditanggung.

Selanjutnya, Kasmir (2022) menjelaskan bahwa EVA merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi investor melalui pengelolaan aset dan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien. Sementara itu, Fahmi (2021) menyatakan bahwa EVA adalah pendekatan pengukuran kinerja yang berorientasi pada penciptaan nilai dengan mempertimbangkan biaya modal sebagai unsur penting dalam evaluasi kinerja perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa Economic Value Added (EVA) merupakan ukuran kinerja keuangan berbasis nilai yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah ekonomi setelah memperhitungkan biaya modal yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan.

Market Value Added (MVA)

Market Value Added (MVA) merupakan salah satu ukuran kinerja keuangan berbasis nilai (value-based performance measure) yang digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham. MVA menunjukkan selisih antara nilai pasar perusahaan dengan total modal yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham dan kreditur. Melalui MVA, perusahaan dapat mengetahui sejauh mana nilai yang

diciptakan manajemen mampu meningkatkan kesejahteraan investor.

Menurut Stewart (1999), MVA merupakan selisih antara nilai pasar perusahaan dan modal yang telah diinvestasikan oleh para penyandang dana. MVA digunakan untuk mengukur akumulasi nilai yang berhasil diciptakan perusahaan selama menjalankan aktivitas usahanya. Nilai MVA yang positif menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menciptakan kekayaan bagi para pemegang saham.

Selanjutnya, Young dan O'Byrne (2001) menyatakan bahwa MVA merupakan ukuran yang menunjukkan besarnya nilai yang telah diciptakan perusahaan bagi investor sejak perusahaan berdiri. MVA mencerminkan penilaian pasar terhadap prospek perusahaan, sehingga semakin tinggi nilai MVA menunjukkan semakin baik persepsi investor terhadap kinerja dan potensi perusahaan di masa mendatang.

Menurut Rudianto (2013), MVA adalah selisih antara nilai pasar perusahaan dan jumlah modal yang ditanamkan oleh investor. Nilai MVA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya dan modal yang dimiliki secara efektif sehingga dapat meningkatkan nilai investasi pemegang saham.

Sementara itu, Sudana (2019) menjelaskan bahwa MVA merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham melalui penciptaan nilai pasar yang lebih besar dibandingkan modal yang telah diinvestasikan. Oleh karena itu, MVA sering digunakan sebagai ukuran keberhasilan manajemen dalam menciptakan nilai perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa Market Value Added (MVA) merupakan ukuran kinerja keuangan berbasis nilai

yang menunjukkan selisih antara nilai pasar perusahaan dan total modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham maupun kreditur. MVA digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kekayaan pemegang saham, di mana nilai MVA yang positif menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi investor.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kondisi, kinerja, dan prospek perusahaan di masa mendatang yang terbentuk melalui berbagai informasi yang diterima pasar. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Menurut Jessica (2023), nilai perusahaan merupakan persepsi investor atau bentuk kepercayaan masyarakat terhadap tingkat keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya. Sejalan dengan pendapat tersebut, Mikrad dan Syukur (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai perusahaan sebagai gambaran kepercayaan masyarakat setelah melalui berbagai aktivitas operasional sejak perusahaan didirikan. Nilai perusahaan juga dapat dipandang sebagai ukuran yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan fungsi-fungsi keuangan serta mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Pada perusahaan yang telah terdaftar di pasar modal, nilai perusahaan umumnya tercermin melalui harga saham

yang terbentuk di bursa. Kusuma dan Feriyanto (2025) menjelaskan bahwa harga saham merupakan cerminan penilaian investor terhadap kondisi perusahaan. Senada dengan hal tersebut, Putra (2022) menyatakan bahwa harga saham menjadi indikator penting karena mampu menggambarkan nilai yang diberikan pasar terhadap aset, kinerja, serta prospek perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, peningkatan harga saham sering kali dihubungkan dengan meningkatnya nilai perusahaan.

Menurut Banusu et al. (2024), tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan guna meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Sementara itu, Tobing et al. (2022) menjelaskan bahwa nilai perusahaan mencerminkan efektivitas dan efisiensi manajemen dalam mengelola seluruh sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan nilai tambah bagi investor. Perusahaan yang mampu menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan cenderung memperoleh penilaian positif dari pasar sehingga nilai perusahaannya meningkat. Dalam penelitian keuangan, nilai perusahaan sering diukur menggunakan rasio berbasis pasar, seperti Price to Book Value (PBV) dan Tobin's Q, untuk mengetahui sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap kinerja dan prospek perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor dan masyarakat terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingginya kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan, yang umumnya tercermin melalui peningkatan harga saham dan indikator pasar lainnya.

3. METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan Price to Book Value (PBV). Data yang digunakan berupa data sekunder, yaitu laporan keuangan dan harga saham perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dengan periode observasi 2021–2025. Penelitian dilaksanakan Juni–Oktober 2026, meliputi pengumpulan, pengolahan, analisis data, dan penyusunan laporan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Economic Value Added (EVA)

EVA mengukur kemampuan perusahaan menciptakan nilai ekonomi setelah memperhitungkan biaya modal. Indikatornya meliputi Net Operating Profit After Tax (NOPAT), Invested Capital (IC), Weighted Average Cost of Capital (WACC), dan Capital Charges (Brigham & Houston, 2022). Rumus: $EVA = NOPAT - \text{Capital Charges}$.

Market Value Added (MVA)

MVA mengukur nilai tambah yang diciptakan perusahaan berdasarkan penilaian pasar, dengan indikator harga saham, jumlah saham beredar, dan total ekuitas (Stewart, 1999). Rumus: $MVA = (\text{Jumlah Saham Beredar} \times \text{Harga Saham}) - \text{Total Ekuitas}$.

Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV), dengan indikator harga saham dan Book Value per Share (BVPS) (Brigham & Houston, 2022). Rumus: $PBV = \text{Harga Saham} / \text{Nilai Buku per Saham}$.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:126), populasi merupakan wilayah generalisasi yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi penelitian terdiri atas 83 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021–2025. Sampel ditentukan menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) terdaftar selama 2021–2025; (2) menerbitkan laporan keuangan secara lengkap; (3) tidak mengalami delisting; dan (4) memiliki data harga saham dan laporan keuangan yang lengkap. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 12 perusahaan sebagai sampel penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Data penelitian merupakan data sekunder berupa annual report, laporan keuangan, harga saham, jumlah saham beredar, dan data lain yang diperlukan untuk menghitung EVA, MVA, dan PBV. Data diperoleh dari situs resmi BEI dan situs resmi masing-masing perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu mengumpulkan laporan keuangan, annual report, harga saham, dan informasi terkait perusahaan sampel periode 2021–2025 dari BEI dan situs resmi perusahaan.

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan regresi data panel dengan EViews 13.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data melalui mean, standar deviasi, minimum,

maksimum, dan ukuran statistik lainnya (Sugiyono, 2019:206; Ghozali, 2018:19).

Regresi Data Panel

Regresi data panel menggabungkan data cross section dan time series untuk menganalisis pengaruh EVA dan MVA terhadap PBV. Model yang digunakan terdiri atas Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM) (Ghozali, 2021; Baltagi, 2021; Gujarati, 2012).

Pemilihan model dilakukan melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier (LM) (Gujarati, 2012). Uji Chow memilih CEM atau FEM, Uji Hausman memilih FEM atau REM, sedangkan Uji LM memilih CEM atau REM.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Normalitas dinilai berdasarkan signifikansi $>0,05$, multikolinearitas berdasarkan Tolerance $>0,10$ dan VIF <10 , sedangkan heteroskedastisitas dinyatakan tidak terjadi apabila signifikansi $>0,05$ (Ghozali, 2021).

Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh EVA dan MVA secara parsial terhadap PBV. Variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi $<0,05$ atau t hitung $> t$ tabel. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan EVA dan MVA dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan (Ghozali, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi tiga jenis pengujian utama, yaitu uji parsial atau uji t dan uji koefisien determinasi (R^2).

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini digunakan

sebagai dasar dalam menentukan signifikansi pengaruh setiap variabel independen serta pengambilan keputusan terhadap hipotesis penelitian. Apabila nilai t-hitung $< t$ -tabel dan nilai probabilitas $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai t-hitung $> t$ -tabel dan nilai probabilitas $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 2. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.844860	1.009185	2.818967	0.0066
EVA	-3.52E-14	5.66E-14	-0.621569	0.5367
MVA	4.59E-14	2.25E-14	2.040637	0.0459

Sumber: Diolah dari output Eviews 13, 2026

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji t untuk masing-masing variable adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil uji t pada variabel EVA (X1) diperoleh nilai t-hitung sebesar -0,621569 dan nilai probabilitas sebesar 0,5367 $> 0,05$, maka H_a ditolak. Artinya, EVA berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) Hasil uji t pada variabel MVA (X2) diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,040637 dan nilai probabilitas sebesar 0,0459 $< 0,05$, maka H_a diterima. Artinya, MVA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen melalui variasi variabel independennya.

Tabel 3. Hasil Uji R-Squared

R-squared	0.084507
Adjusted R-squared	0.052384

Sumber: Diolah dari output Eviews 13, 2026

Nilai adjusted R-squared sebesar 0,052384 atau 5,2384%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari

EVA dan MVA mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV sebesar 5,2384%, sedangkan sisanya yaitu 94,7616% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pengaruh Economic Value Added terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, Economic Value Added (EVA) menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar -0,621569 dan nilai probabilitas sebesar 0,5367 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Economic Value Added (EVA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa perubahan EVA belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV).

Hasil penelitian ini belum mendukung Signalling Theory yang menyatakan bahwa informasi mengenai kinerja dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi dapat menjadi sinyal bagi investor dalam menilai prospek perusahaan. EVA yang positif pada dasarnya menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba setelah memperhitungkan biaya modal yang digunakan. Kondisi tersebut seharusnya dapat memberikan sinyal positif kepada investor sehingga meningkatkan kepercayaan pasar dan pada akhirnya mendorong peningkatan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa EVA belum mampu menjadi sinyal yang cukup kuat bagi investor dalam

menentukan penilaian terhadap perusahaan subsektor makanan dan minuman selama periode penelitian. Secara konseptual, EVA yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang melebihi biaya modal, sehingga mencerminkan penciptaan nilai ekonomi bagi pemegang saham.

Tidak signifikannya pengaruh EVA terhadap nilai perusahaan dapat menunjukkan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi ketika melakukan penilaian terhadap perusahaan. Investor dapat mempertimbangkan berbagai informasi lain seperti kondisi pasar, prospek industri, pertumbuhan perusahaan, kebijakan perusahaan, serta ekspektasi terhadap kinerja perusahaan pada masa mendatang. Dengan demikian, perubahan EVA yang terjadi selama periode penelitian belum secara langsung diikuti oleh perubahan nilai perusahaan yang tercermin melalui PBV.

Temuan tersebut juga dapat dikaitkan dengan karakteristik data penelitian yang menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi tidak selalu bergerak searah dengan nilai perusahaan. Dengan kata lain, peningkatan atau penurunan EVA pada suatu perusahaan tidak secara konsisten diikuti oleh peningkatan atau penurunan PBV. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu alasan mengapa hubungan antara EVA dan nilai perusahaan dalam model penelitian menunjukkan arah negatif tetapi tidak signifikan. Oleh karena itu, besarnya EVA belum dapat menjadi faktor yang menentukan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman selama periode 2021–2025.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mikrad dan Syukur (2019) pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI yang menemukan bahwa MVA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa MVA memiliki kemampuan dalam menjelaskan perubahan nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman.

Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Sobahi et al. (2019) yang menemukan bahwa EVA dan MVA baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh MVA terhadap nilai perusahaan belum selalu konsisten pada setiap objek dan periode penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris yang lebih mutakhir bahwa MVA dapat menjadi salah satu indikator yang relevan dalam menjelaskan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman periode 2021–2025.

Pengaruh Market Value Added (MVA) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, Market Value Added (MVA) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar 2,040637 dan nilai probabilitas sebesar 0,0459 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa Market Value Added (MVA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan

MVA cenderung diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan yang diprosikan dengan Price to Book Value (PBV).

Hasil penelitian ini mendukung Signalling Theory yang menjelaskan bahwa informasi yang diterima pasar mengenai kondisi dan kinerja perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. MVA mencerminkan selisih antara nilai pasar perusahaan dengan modal yang telah diinvestasikan, sehingga nilai MVA yang semakin tinggi menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang semakin tinggi terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan dan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Pengaruh positif dan signifikan MVA terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa informasi yang berasal dari penilaian pasar memiliki peranan penting dalam membentuk nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman. Ketika perusahaan mampu menciptakan nilai pasar yang lebih tinggi dibandingkan modal yang diinvestasikan, kondisi tersebut dapat mencerminkan adanya kepercayaan pasar terhadap prospek dan kinerja perusahaan. Peningkatan kepercayaan tersebut kemudian dapat tercermin dalam peningkatan harga saham dan selanjutnya meningkatkan nilai perusahaan yang diukur melalui PBV.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mikrad dan Syukur (2019) pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang menunjukkan bahwa Market Value Added (MVA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Selain itu, penelitian Fatariska dan Isthika (2023) pada perusahaan manufaktur sektor barang baku periode 2019–2021 juga menunjukkan bahwa MVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Mahasari dan Binastuti (2021) pada perusahaan subsektor makanan dan minuman periode 2015–2019 turut menunjukkan bahwa MVA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa semakin besar kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pasar di atas modal yang diinvestasikan, semakin tinggi pula penilaian pasar terhadap perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Economic Value Added (EVA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi belum menjadi faktor yang secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan selama periode penelitian.

Market Value Added (MVA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan perusahaan dalam

menciptakan nilai pasar bagi pemegang saham cenderung diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak Bursa Efek Indonesia, pembimbing dan penguji yang telah memberikan kesempatan, waktu, dan pengetahuan selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang mendukung penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprillia, A. S. (2021). Pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017–2019. *Jurnal Emas*, 148-161.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. PT Rineka Cipta.
- Azizah, F., & Sulistyowati, E. (2024). Pengaruh Economic Value Added, Market Value Added, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (The Influence of Economic Value Added, Market Value Added, and Dividend Policy on Company Value). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (JAKMAN)* 5(4), 451-466.
- Baltagi, B. H. (2021). *Econometric analysis of panel data*. Springer.
- Banusu, M. R. (2024). Dampak Economic Value Added, Market Value Added dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Mediasi Ukuran Perusahaan. *Public Policy: Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik dan Bisnis*, 356-374.
- Brigham, E. F. (2017). *Financial Management: Theory and Practice*. Boston: Cengage Learning.

- Brigham, E. F. (2022). *Fundamentals of Financial Management*. Boston: Cengage Learning.
- Bank Indonesia. (2025). Data BI Rate Tahun 2021-2025. Diakses pada tanggal 25 Juni 2026, dari <https://www.bi.go.id/>
- Bursa Efek Indonesia. (2025). Data harga saham dan laporan emiten. Diakses pada tanggal 25 Juni 2026, dari <https://www.idx.co.id>
- Fahmi, I. (2021). *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Firmanda, A. A., & Wahyuni, N. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, Vol. 7 No. 2, 355-366.
- Harmono. (2017). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hary. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hermuningsih, S. (2018). Pengaruh Economic Value Added Terhadap Tobin's Q dengan Market Value Added sebagai Variabel Intervening. *Ekobis*, 80-88.
- Husnan, S. &. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Jessica. (2023). Pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added terhadap Tobin's Q dan Dampaknya terhadap Harga Saham pada Subsektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017–2021. Universitas Batanghari.
- Kamaluddin, & Indriani. (2021). *Manajemen Keuangan*. Bandung: Mandar Maju.
- Kasmir. (2022). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Kusuma, A. W., & Feriyanto, O. (2025). Pengaruh EVA Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Basic Materials di BEI (2021-2023) . *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, Vol. XVI No. 2a, 177-186.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2024). Kontribusi industri makanan dan minuman terhadap industri pengolahan nonmigas. Diakses pada tanggal 25 Juni 2026, dari <https://kemenperin.go.id>
- Lativa Fatariska, D. A., & Isthika, W. (2023). Pengaruh Return on Sale, Earning per Share, Economic Value Added, dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Baku yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEKOBIS)*, 2(4), 248-261.
- Mahasari, N., & Binastuti, S. S. (2021). PENGARUH ECONOMIC VALUE ADDED DAN MARKET VALUE ADDED TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI RETURN SAHAM SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN PERIODE 2015-2019. *JURNAL ILMIAH RAFLESIA AKUNTANSI*, VOL 7, NOMOR 2.
- Mikrad, &. S. (2019). Pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2014–2018. *Dynamic Management Journal*, 14-23.
- Putra, J. F. (2022). Pengaruh Economic Value Added, Market Value Added dan Profitabilitas terhadap Harga

- Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Rudianto. (2013). Akuntansi Manajemen. Jakarta: Erlangga.
- Sartono, A. (2018). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPFE.
- Septianingsih, A. (2022). PEMODELAN DATA PANEL MENGGUNAKAN RANDOM EFFECT MODEL. Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika dan Statistika, Vol. 3, No. 3, 2721-8937.
- Sobahi, I. N. (2019). Pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan. Business Management and Entrepreneurship Journal, Vol 1 No (2), 120-148.
- Stewart, G. B. (1999). The Quest for Value: A Guide for Senior Managers. New York: Harper Business.
- Sudana, I. M. (2019). Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: Erlangga.
- Tobing, R. T. (2022). Pengaruh Economic Value Added, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Food dan Beverage. E-Journal Field of Economics, Business and Entrepreneurship, 327-333.