

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)

Dr. Mikrad MM

Abdul Syukur

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Tangerang

ABSTRAK

The purpose of this study is to assess the extent to which the capital structure and profit of a company affect the value of a company and increase the prosperity of shareholders with a non-behavioral observation method of secondary data types entitled the influence of Economic Value Added and Market Value Added to the value of the company in the food and beverage sub sector registered on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2018. For hypothesis testing using the F test, t test and coefficient of determination. T test is used to test hypotheses simultaneously, F test is used to test hypotheses partially, while the coefficient of determination is used to test how much the role of independent variables (EVA) and (MVA) together explain the changes that occur in the dependent variable (Company Value). The analysis used is using multiple linear regression conducted through the program Eviews 9.0.

Keywords: Economic Value Added, Market Value Added, and company value

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis diberbagai sektor menuntut perusahaan untuk lebih memacu dan mengembangkan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dan dunia bisnis yang semakin meningkat telah membuat peran manajemen keuangan yang semakin besar dan sangat riskan di dalam suatu perusahaan, terutama dalam hal pengambilan keputusan perusahaan, seperti mengukur peluang investasi terhadap perusahaan, pembagian deviden dan lain-lain. Dampak dari pelemahan atau ketidak stabilan rupiah dirasakan oleh industri manufaktur yang masih mengandalkan bahan baku impor. Dalam hal ini industri manufaktur diharuskan berfikir kreatif dan efektif

dalam mengambil strategi agar usahanya tetap berjalan dengan baik. Serta melakukan penghematan, terutama dalam penggunaan energi listrik agar harga jual produk di pasaran masih bisa bersaing dan kenaikannya juga tidak terlalu signifikan. Sebagai contoh perusahaan yang berkode MYOR harus mengeluarkan beban pembelian bahan baku yang cukup meningkat karena sebagian bahan baku yang di peroleh dari impor. Dan ada beberapa produk MYOR yang kalah saing di pasar emiten lainnya di sektor yang sama. tujuan normatif perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Pada umumnya

berdirinya suatu perusahaan karena mempunyai suatu tujuan yang ingin dicapai diantaranya memaksimalkan kekayaan pemegang saham serta sekaligus meningkatkan nilai perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka peneliti merumuskan permasalahan dalam peneliti adalah :

1. Apakah *Economic Value Added* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
2. Apakah *Market Value Added* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?
3. Apakah *Economic Value Added* dan *Market Value Added* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Economic Value Added* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Market Value Added* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Economic Value Added* dan

Market Value Added secara simultan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.

LANDASAN TEORI

A. Signalling Theory

Menurut Brigham dan Houston (2011) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk member petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

Signalling Theory menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditur).

B. Pengertian Manajemen Keuangan

Suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang ingin dikehendaki, perusahaan harus menjalankan fungsi-fungsinya dengan baik. Manajemen keuangan memiliki arti penting di semua jenis bisnis, seperti di perbankan dan perusahaan-perusahaan keuangan lainnya seperti perusahaan industri dan perusahaan ritel. Menurut Halim dan Sarwoko (2016:3) mengatakan bahwa manajemen keuangan adalah pengelolaan uang dalam suatu organisasi, apakah itu organisasi pemerintah, sekolah, rumah sakit, bank, dan perusahaan lain-lain.

1. Economic Value Added

Pengukuran kinerja perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan

yang diterbitkan perusahaan dalam periode tertentu, dengan menggunakan rasio-rasio keuangan dasar pertimbangan dalam keputusan investasi. Menurut James C. Van Horne (2007), *Economic Value Added* adalah laba operasional bersih setelah pajak (*Net Operating Profit After Tax*) dikurangi beban nilai biaya modal untuk modal yang digunakan. *Economic Value Added* merupakan pendekatan khusus yang menghitung laba ekonomi yang dikembangkan oleh perusahaan konsultan. Menurut Brigham dan Houston (2006), *Economic Value Added* adalah suatu estimasi dari laba ekonomis yang sebenarnya dari bisnis untuk tahun yang bersangkutan dan sangat jauh berbeda dari laba akuntansi. Dengan kata lain *Economic Value Added* merupakan pengukuran pendapatan sisa (*Residual Income*) yang mengurangkan biaya-biaya modal terhadap laba operasi. Menurut Iramani dan Febrian (2005) *Economic Value Added* adalah metode manajemen keuangan untuk mengukur laba ekonomi dalam suatu perusahaan yang menyatakan bahwa kesejahteraan hanya dapat tercipta manakala perusahaan mampu memenuhi semua biaya operasi dan biaya modal.

2. Pengertian Market Value Added

Setiap perusahaan sasaran utamanya adalah memaksimalkan kekayaan perusahaan atau mencari keuntungan pemegang saham. *Market Value Added* merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam memaksimalkan kekayaan dan mengukur seberapa besar kemakmuran yang telah di capai.

Menurut Raharjo (2005) *Market Value Added* adalah jumlah dimana nilai total perusahaan telah terapresiasi di atas jumlah nilai uang yang diinvestasikan ke dalam perusahaan oleh para pemegang saham. Pengukuran kinerja perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan dalam periode tertentu, dengan menggunakan rasio-rasio keuangan dasar pertimbangan dalam keputusan investasi. Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2006), *Market Value Added* adalah perbedaan nilai pasar saham dengan ekuitas (modal sendiri) yang diserahkan ke perusahaan oleh pemegang saham. Menurut Brigham dan Houston (2010), *Market Value Added* adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan ekuitas (modal sendiri) yang diserahkan ke perusahaan oleh para pemegang saham.

3. Pengertian Nilai Perusahaan

Keuangan perusahaan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dapat menunjukkan kemakmuran pemegang saham, yang dapat dilihat dari harga saham dan jumlah saham yang beredar pada akhir periode. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Menurut Noerirawan (2012), nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini. Menurut (Harmono, 2009) Nilai

perusahaan merupakan ukuran nilai objektif oleh *public* dan orientasi pada kelangsungan hidup perusahaan.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Zulfia Eka Sari (2013) *Economic Value Added* Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap Nilai Perusahaan. Fahmi Nugraha dan Muhammad Doddy A. Bahtiar (2013) *Economic Value Added* Berpengaruh Tidak Signifikan atau Negatif Terhadap Nilai Perusahaan. Cut Sarah Syahirah dan Maya Febrianty Lantania (2016) *Market Value Added* dan *Economic Value Added* Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap Nilai Perusahaan. Komang Krisna Wedayanthi dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2016) *Economic Value Added* Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap Nilai Perusahaan. Said Almaududi (2016) *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

C. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan sebelumnya, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. *Economic value added*, *Market value added* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018.
2. *Economic value added* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018.

3. *Market value added* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014 sampai dengan 2018.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI dengan tahun pengamatan 2014 sampai dengan 2018 berjumlah 55 populasi.

Pemilihan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang didasarkan pada beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018.
- 2) Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang melakukan IPO diatas tahun 2014
- 3) Perusahaan yang tidak mencantumkan laba usaha dalam laporan laba rugi keuangan
maka jumlah perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 11 perusahaan, sehingga jumlah observasi dalam penelitian ini 11 perusahaan dikalikan dengan 5 tahun, maka total pengamatan diteliti sebanyak 55 laporan keuangan tahunan perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2014-2018.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui situs BEI yaitu www.idx.co.id berupa laporan keuangan tahunan yang telah diaudit secara berturut-turut selama periode 2014-2018.

Operasional Variabel Penelitian Variabel Dependen.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan penilaian investor tentang seberapa baik kondisi suatu perusahaan dan kondisi dapat tercermin melalui harga pasar saham perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan menggunakan PBV

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham Per Lembar}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

Variabel Independen

Economic Value Added

Economic Value Added adalah metode untuk mengukur laba ekonomi dalam suatu perusahaan yang menyatakan bahwa kesejahteraan hanya dapat tercipta manakala perusahaan mampu memenuhi semua biaya operasi dan biaya modal. Semakin tinggi *Economic Value Added* maka semakin tinggi nilai perusahaan yang akan berdampak pada ketertarikan investor untuk menginvestasikan saham begitu pula sebaliknya jika nilai *Economic Value Added* negatif maka nilai perusahaan akan rendah

dan mengakibatkan rendahnya minat investor dalam menginvestasikan saham Septiyani (2015).

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

Market Value Added

Market Value Added merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam memaksimalkan kekayaan dan mengukur seberapa besar kemakmuran yang telah di capai. *Market Value Added* adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku yang disajikan dalam neraca, nilai pasar dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar. Brigham dan Houston (2010).

$$\text{Market Value Added} = MVE - BVE$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi data panel meliputi uji signifikansi simultan (uji statistik F), uji signifikansi parameter individual (uji statistik t). Dan Uji koefisien determinasi (R^2). Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = *Economic Value Added*

X_2 = *Market Value Added*

e = epsilon (tingkat kesalahan)

4. Hasil Dan Pembahasan Statistik Deskriptif

a. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Hasil pengujian statistik F ditunjukkan pada tabel berikut ini :

R-squared	0.175056	Mean dependent var	0.400212
Adjusted R-squared	0.143328	S.D. dependent var	0.591506
S.E. of regression	0.547478	Sum squared resid	15.58607
F-statistic	5.517306	Durbin-Watson stat	0.919179
Prob(F-statistic)	0.006715		

Sumber: *Output Eviews 9.0*

Berdasarkan output diatas menunjukkan bahwa nilai F-statistik sebesar 5.517306 sementara F tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$ dfl $(k-1) = 2$ dan df2 $(n-k) = 52$ didapat nilai F tabel sebesar 3.18. Dengan demikian $F\text{-Hitung } 5.517306 > F\text{ tabel } 3.18$ dan nilai Probabilitas (F-statistik) $0,006715 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dengan demikian variabel-variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari *Economic Value Added* dan *Market Value Added* secara Bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Economic Value Added berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan karena bila perusahaan mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih besar dari biaya modalnya, hal ini menandakan bahwa perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemilik modal dan dapat mendorong permintaan terhadap saham perusahaan akan semakin banyak sehingga harga saham cenderung meningkat di pasar modal.

Market Value Added merupakan suatu ukuran yang

digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam memaksimalkan kekayaan dan mengukur seberapa besar kemakmuran yang telah dicapai oleh perusahaan. *Market Value Added* berpengaruh terhadap nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan.

b. Analisis *Adjusted R-squared*

Hasil pengujian *Adjusted R-squared* ditunjukkan pada tabel berikut ini :

R-squared	0.175056	Mean dependent var	0.400212
Adjusted R-squared	0.143328	S.D. dependent var	0.591506
S.E. of regression	0.547478	Sum squared resid	15.58607
F-statistic	5.517306	Durbin-Watson stat	0.919179
Prob(F-statistic)	0.006715		

Sumber: *Output Eviews 9.0*

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0,143328 artinya 14.33% variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yaitu *Economic Value Added* dan *Market Value Added* sementara sisanya yaitu sebesar 85.67% dijelaskan oleh variabel- variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Uji Parsial (Uji t) X_1

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik t)

Hasil pengujian statistik t ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.846114	0.459282	4.019564	0.0002
EVA	-2.45E-07	2.23E-07	-1.098658	0.2770
MVA	3.23E-08	9.80E-09	3.299857	0.0018

Sumber: *Output Eviews 9.0*

1) H1 : Pengaruh *Economic Value Added* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian diatas diketahui bahwa variabel *Economic Value Added* memiliki t hitung sebesar -1.098658 sementara t tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k) = 52$ didapat t Tabel sebesar 2.00665 Dengan demikian t-hitung *Economic Value Added* -1.098658 < t Tabel 2.00665 dan nilai *Prob.* 0.2770 > 0,05 maka H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Economic Value Added* dalam penelitian ini tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Tidak berpengaruhnya EVA dapat diartikan dengan perusahaan tidak mampu menciptakan nilai tambah ekonomis bagi perusahaan. Tidak terciptanya nilai tambah ekonomis dapat disebabkan oleh kinerja keuangan perusahaan setiap tahunnya mengalami penurunan. Penurunan kinerja keuangan dapat memberikan sinyal negatif bagi investor. Informasi tersebut sejalan dengan signalling theory. Menurut Brigham dan Houston (2011) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk member petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Tidak berpengaruhnya EVA terhadap nilai perusahaan, bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, EVA memiliki perhitungan yang cukup banyak sehingga manajemen perusahaanpun tidak memperhitungkan ataupun mencantumkan nilai EVA dalam laporan tahunannya. Begitupula dengan Bursa Efek Indonesia yang tidak mencantumkan perhitungan

EVA dalam laporan ringkasan kinerja keuangan yang rutin diterbitkan. Kedua, EVA masih belum terlalu dikenal, baik oleh perusahaan maupun oleh para investor dalam negeri.

d. Uji Parsial (Uji t) X_2

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik t)

Hasil pengujian statistik t

ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.846114	0.459282	4.019564	0.0002
EVA	-2.45E-07	2.23E-07	-1.098658	0.2770
MVA	3.23E-08	9.80E-09	3.299857	0.0018

Sumber: *Output Eviews 9.0*

2) H2 : Pengaruh *Market Value Added* Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan pengujian diatas diketahui bahwa variabel *Market Value Added* memiliki t hitung sebesar 3.299857, sementara t tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k) = 52$ didapat t Tabel sebesar 2.00665. Dengan demikian t-hitung MVA 3.299857 > t Tabel 2.00665 dan nilai *Prob.* 0,0018 < 0,05 maka H_a diterima dan nilai koefisien menunjukkan angka positif dengan demikian dapat disimpulkan dapat disimpulkan bahwa variabel *Market Value Added* dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Besarnya nilai tambah pasar perusahaan maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. MVA merupakan tolak ukur kumulatif kinerja perusahaan yang menggambarkan perkiraan pasar modal tentang investasi perusahaan, baik yang di masa lalu dan yang akan terjadi di masa depan. MVA mencerminkan nilai perusahaan

dalam menjalankan investasi baru di masa datang. Hal ini sesuai dengan *signalling theory* yang berpendapat mengenai asimetris informasi. Teori Sinyal menurut Brigham dan Houston (2011:184) adalah tindakan perusahaan dalam memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan. nilai tambah pasar yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor, karena ini menunjukkan prospek perusahaan yang baik di masa yang akan datang. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat maka semakin besar *return* yang diharapkan oleh para investor. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan. Meningkatnya daya tarik investor membuat permintaan saham perusahaan meningkat, sehingga para investor lebih menghargai harga saham lebih besar daripada nilai buku saham. Karena harga saham mencerminkan nilai perusahaan, ketika harga saham perusahaan meningkat maka dapat dikatakan nilai perusahaan juga meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian dan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Market Value Added* dan *Market Value Added* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2018, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel *Economic Value Added* (EVA) diperoleh nilai *t-statistic* sebesar -1.098658 sementara *t-tabel* dengan tingkat $\alpha = 0.05$, $df(n-k)$, $df(55-3) = 52$ didapat nilai *t-tabel* sebesar 2.00665. Dengan demikian *t-statistic* EVA -1.098658 < *t-tabel* 2.00665 dan nilai Prob 0,2770 > 0,05 Maka secara parsial hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian kesimpulan dari uji t pada variabel *Economic Value Added* (EVA) penelitian ini tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Variabel *Market Value Added* (MVA) diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 3.299857 sementara *t-tabel* dengan tingkat $\alpha = 0.05$, $df(n-k)$, $df(55-3) = 52$ didapat nilai *t-tabel* sebesar 2.00665. Dengan demikian *t-statistic* MVA 3.299857 > *t-tabel* 2.00665 dan nilai Prob 0,0018 < 0,05 Maka secara parsial hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian kesimpulan dari uji t pada *Market Value Added* (MVA) dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Hasil penelitian menunjukkan EVA dan MVA secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2014-2018. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji F yang menghasilkan nilai $F_{statistik}$ sebesar 5.517306 > nilai F_{tabel} sebesar 3.18 dengan nilai probabilitas $F_{statistik}$ 0.006715 < nilai α (0.05), maka H_3 terbukti (diterima).

Keterbatasan

Penelitian ini menjelaskan keterbatasan yang dialami sebagai konsekuensi logis dari kesimpulan penelitian dan ditindaklanjuti dengan upaya perbaikan. Keterbatasan

penelitian ini secara ringkas dan jelas adalah sebagai berikut:

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 11 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya dua variabel yaitu *Economic Value Added* dan *Market Value Added* yang kemungkinan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sangat kecil karena masih banyak variabel yang dapat menjelaskan pengaruh terhadap nilai perusahaan namun tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.
- c. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, hal ini terlihat dari nilai koefisien determinasi (*Adjusted R-squared*) yang hanya mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 0.143328. Hal ini mengandung arti besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel *Economic Value Added* dan *Market Value Added* terhadap nilai perusahaan adalah 14.33% sementara sisanya yaitu sebesar 85.67% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor internal dan eksternal lainnya.

Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dapat penulis berikan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

a. Bagi Mahasiswa

Agar penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya dan sebagai perbandingan untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang manajemen dan akuntansi.

b. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk memperluas wawasan serta menambah referensi mengenai manajemen keuangan terutama tentang kinerja keuangan sehingga dapat dimanfaatkan bagi penulis di masa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti

Pada penelitian selanjutnya bisa menggunakan rasio keuangan yang lebih variatif karena masih banyaknya variabel yang dapat digunakan.

2. Saran Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan sebaiknya lebih memperhatikan kelengkapan data perusahaan, karena hal tersebut merupakan tantangan bagi perusahaan publik dan institusi yang mengawasi untuk menjamin ketersediaan data laporan keuangan yang merupakan kewajiban bagi perusahaan publik untuk mempublikasikan ke masyarakat sebagai pengguna laporan keuangan. sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dalam memperoleh kelengkapan data dan mengakses data dapat dilakukan dengan mudah.

b. Bagi Investor dan Calon Investor

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada investor maupun calon investor mengenai kondisi keuangan suatu perusahaan dan mengetahui kelangsungan hidup suatu perusahaan tersebut, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan sebelum memutuskan berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Eksandy, Arry dan Freddy
Heriyanto. 2017. *Metode Penelitian Akuntansi Dan Keuangan*. Tangerang, Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Almaududi, Said. 2016. *EVA (Economic Value Added) Dan MVA (Market Value Added) Serta Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi. Vol 16 No.3.
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta (BUKU)
- Hanafi, Mamduh M. 2016. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE. (BUKU)
- Harjito, Agus D dan Martono. 2013. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua, Cetakan Pertama. Yogyakarta: EKONISIA(BUKU)
- Hasibuan, Malayu S.P. 1996. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Toko Gunung Agung (BUKU)
- Husnan, S, Enny. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Nugraha, Fahmi dan Muhammad Doddy A. Bahtiar. 2013. *Pengaruh Return On Equity dan Economic Value Added Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Menerbitkan Saham Dalam Daftar Efek Syariah)*. Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI. (JURNAL)
- Syahirah, Cut Sarah dan Maya Febriyanti Lantania. 2016. *Pengaruh Market Value Added, Economic Value Added, Kebijakan Deviden, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi. Vol 1 No 1: 1-12. (JURNAL)
- Zulbiadi. 2018. *PBV (Nilai Buku) – Pengertian, Contoh, Rumus & Cara Menghitung Price to Book Value*. <https://analisis.co.id/pbv-price-to-book-value.html>
<https://www.idx.co.id/>