

Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Metode *Economic Value Added* dan *Market Value Added* (Studi Kasus Perusahaan Sub-Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)

Alyana Narulita¹, Suhono², Gusganda Suria Manda³, & Hari Sulistiyo⁴

^{1,2,3,4} Universitas Singaperbangsa Karawang

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 04 September 2024

Revised: 01 Desember 2024

Accepted: 05 Desember 2024

Keywords:

Kinerja Keuangan;
Economic Value Added;
Market Value Added;
Industri Kosmetik.

ABSTRACT

This study aims to analyze the financial performance of companies in the Cosmetics and Household Goods Sub-Sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2022 using the Economic Value Added (EVA) and Market Value Added (MVA) methods. This study is a quantitative research, and the data used in this study are in the form of financial statements published by sample companies. The data analysis methods used are quantitative descriptive and hypothesis tests using independent sample t-tests, including Economic Value Added (EVA) and Market Value Added (MVA) measurements. The findings of the study show that PT Unilever Indonesia Tbk leads in terms of the best Economic Value Added (EVA) performance, while PT Kino Indonesia Tbk ranks lowest in EVA. Similarly, PT Unilever Indonesia Tbk also holds the top position for Market Value Added (MVA), while PT Mandom Indonesia Tbk has the lowest MVA. Overall, the financial performance of cosmetics companies assessed through the EVA and MVA methods showed positive value. In addition, there was a statistically significant difference between EVA and MVA results.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan di Sub-Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2018-2022 dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan uji hipotesis menggunakan uji t sampel independen, termasuk pengukuran *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA). Temuan penelitian menunjukkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk memimpin dalam hal kinerja *Economic Value Added* (EVA) terbaik, sementara PT Kino Indonesia Tbk berada di peringkat terendah dalam EVA. Demikian pula, PT Unilever Indonesia Tbk juga memegang posisi teratas untuk *Market Value Added* (MVA), sedangkan PT Mandom Indonesia Tbk memiliki MVA terendah. Secara keseluruhan, kinerja keuangan perusahaan kosmetik yang dinilai melalui metode EVA dan MVA menunjukkan nilai positif. Selain itu, terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara hasil EVA dan MVA.



© 2024 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Corresponding Author:

Alyana Narulita,

Email: alyananarulita@gmail.com

How to Cite: Narulita, A., Suhono, Manda, G.S., Sulistiyo, H. (2024). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Metode *Economic Value Added* dan *Market Value Added* (Studi Kasus Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022). *Sosio e-Kons*, 16 (3), 252-266

PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, industri kosmetik Indonesia terus tumbuh positif bahkan setelah menghadapi pandemi global dan diperkirakan akan terus tumbuh hingga mencapai puncaknya dalam tiga hingga lima tahun mendatang (Nababan, 2023a). Industri kosmetik mengalami pertumbuhan sebesar 5,59% pada kuartal pertama tahun 2020 (Yuniar, 2021). Pertumbuhan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pergeseran gaya hidup di mana masyarakat mulai semakin memprioritaskan kesehatan, kecantikan, dan perawatan pribadi. Pertumbuhan ini juga tidak dapat dihindari karena kesiapan perusahaan-perusahaan industri kosmetik yang memanfaatkan peluang pandemi dengan mengeluarkan lini produk sanitasi tangan (Yuniar, 2021). Dominasi industri kosmetik yang semakin meningkat juga terlihat di *e-commerce*. Jessica Stephanie, seorang *AVP of Category Development* untuk *FMCG & Long Tail Categories* Tokopedia, mengatakan bahwa terjadi peningkatan transaksi dua kali lipat dalam kategori kecantikan, sedangkan dalam kategori Kesehatan & Perawatan Pribadi meningkat hingga tiga kali lipat. Potensi industri kosmetik yang menjanjikan dibuktikan dengan dimasukkannya industri kosmetik sebagai salah satu dari tiga industri Prioritas Nasional dalam RIPIN. Industri kosmetik, yang mencakup produk perawatan kulit dan perawatan pribadi, diperkirakan akan mengalami pertumbuhan sebesar 5,91% setiap tahun (Hasibuan, 2022). Jumlah pelaku usaha yang bergelut di industri kosmetik juga terus meningkat. Menurut pernyataan yang dikeluarkan oleh BPOM, terdapat peningkatan jumlah pelaku usaha sebesar 20,6% pada tahun 2022. (Hasibuan, 2022).

Peluang pasar industri kosmetik tidak hanya terbatas pada pasar lokal. Dengan kesamaan iklim, daya beli, dan sosial-budaya, perusahaan kosmetik lokal memiliki peluang untuk menembus pasar Asia Tenggara seperti Malaysia, Vietnam, Filipina, Thailand, dan sebagainya. Selain itu, fakta bahwa mayoritas produk kecantikan Indonesia telah lulus uji Halal juga membuka pintu untuk memperluas penetrasi produk lokal ke negara-negara mayoritas Muslim seperti Timur Tengah dan Afrika. Pada tahun 2022, industri kosmetik halal Indonesia mencapai nilai pasar sebesar 4,19 miliar USD dan diperkirakan akan tumbuh sebesar 8% pada tahun berikutnya (Nababan, 2023b).

Mempertimbangkan potensi yang luar biasa, entitas bisnis yang bergerak di sektor industri kosmetik menghadapi tantangan persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang berfokus pada pengukuran kinerja keuangan yang akurat (Gari, 2023). Pengukuran kinerja keuangan melibatkan penggunaan data keuangan. Informasi keuangan yang umumnya digunakan mencakup laporan laba rugi dan neraca. Umumnya rasio keuangan digunakan sebagai metode penilaian kinerja keuangan sebuah perusahaan (Fahlevi & Manda, 2021). Meskipun analisis rasio keuangan memiliki peran yang signifikan dalam membantu perusahaan membuat keputusan, penting untuk dicatat bahwa rasio keuangan tidak secara mutlak menjamin gambaran yang sepenuhnya akurat tentang posisi keuangan sebenarnya. Salah satu kekurangannya adalah mengabaikan biaya modal, yang membuat sulit untuk menilai apakah sebuah perusahaan telah menciptakan nilai tambah atau tidak (Heny Triastuti Kurnianingsih & Sri Rahayu, 2020).

Sebagai upaya untuk mengatasi kelemahan dan keterbatasan yang terdapat dalam analisis rasio keuangan, konsep pengukuran kinerja keuangan berbasis nilai tambah dikembangkan, yang diwujudkan dalam *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA). Kedua metode ini diperkenalkan pada tahun 1989 oleh Stern Stewart Management Services (SSMS). Konsep ini mengambil peran sentral dalam melihat kinerja keuangan perusahaan, menunjukkan bahwa faktor nilai tambah ini memiliki dampak signifikan terhadap pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Pengenalan EVA dan MVA diakui sebagai tonggak penting dalam menggeser paradigma pengukuran kinerja keuangan, menawarkan perspektif yang lebih komprehensif dan mutakhir (Kuncara & Agustina, 2022).



Sumber : Diolah peneliti (2024)

Gambar 1. Grafik Rata-rata Laba Bersih Perusahaan Sub-sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa rata-rata laba bersih perusahaan di industri kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI mengalami tren penurunan dari tahun 2018 hingga 2022. Hal ini mengejutkan mengingat potensi besar yang dimiliki sektor ini dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu sangat penting untuk mengukur kinerja keuangan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan sehingga keputusan strategis yang tepat dapat diambil. Dengan metode pengukuran kinerja keuangan berbasis nilai seperti EVA dan MVA, dapat diketahui metrik kinerja aktual dan metrik kekayaan dari perusahaan-perusahaan tersebut.

Economic Value Added (EVA) merupakan metode pengukuran kinerja keuangan yang memiliki tujuan untuk mengukur laba ekonomi di dalam suatu perusahaan, yang menyatakan bahwa kesejahteraan dapat terwujud apabila perusahaan mampu memenuhi tidak hanya biaya operasional tetapi juga biaya modal yang terlibat. Dengan kata lain, pendekatan ini memberikan gambaran holistik terkait penciptaan nilai ekonomi oleh perusahaan melalui efisiensi operasional dan pengelolaan modal yang cerdas (Utomo et al., 2020). Berikut adalah langkah-langkah untuk menghitung nilai *Economic Value Added* sebuah perusahaan (Susanti et al., 2020):

1. Menghitung *Net Operating After Tax* (NOPAT)

$$\text{NOPAT} = \text{EBIT} - \text{Pajak}$$

Sumber : (Susanti et al., 2020)

2. Menghitung *Invested Capital* (IC)

$$\text{IC} = \text{Total Utang dan Ekuitas} - \text{Utang Jangka Pendek}$$

Sumber : (Susanti et al., 2020)

3. Menghitung *Weight Average Cost of Capital* (WACC)

$$\text{WACC} = \{(D \times r_d) \times (1 - \text{tax})\} + (E \times r_e)$$

Sumber : (Susanti et al., 2020)

Keterangan:

Tabel 1
Keterangan Rumus WACC

Simbol	Keterangan	Rumus
D	Tingkat Modal dari Utang	{Total Utang / (Total Utang + Ekuitas)} x 100%
Rd	Biaya Utang	(Beban Bunga / Utang Jangka Panjang) x 100%
E	Tingkat Modal dari Ekuitas	{Total Ekuitas / (Total Utang + Ekuitas)} x 100%
Tax	Tingkat Pajak	(Beban Pajak / Laba Sebelum Pajak) x 100%
Re	Biaya Ekuitas	(Laba Bersih Setelah Pajak / Total Ekuitas) x 100%

Sumber: (Susanti et al., 2020)

4. Menghitung *Capital Charges* (CC)

$$CC = Invested\ Capital \times WACC$$

Sumber: (Susanti et al., 2020)

5. Menghitung *Economic Value Added* (EVA)

$$EVA = NOPAT - Capital\ Charges$$

Sumber: (Susanti et al., 2020)

Untuk mengevaluasi apakah terjadi penciptaan nilai dalam perusahaan, dapat dilakukan dengan merujuk pada kriteria-kriteria berikut ini (Putra & Sibarani, 2018).

1. Jika nilai EVA > 0, atau positif, menandakan terdapat nilai tambah pada entitas
2. Jika nilai EVA = 0, atau impas, menandakan tidak terdapat nilai tambah pada entitas namun di saat yang sama entitas mampu memenuhi seluruh kewajibannya.
3. Jika nilai EVA < 0, atau negatif, menandakan tidak terdapat nilai tambah pada entitas yang berarti entitas tidak mampu memperoleh laba yang lebih besar dibanding dengan total biaya modal.

Market Value Added (MVA) adalah alat ukur kinerja keuangan yang memfokuskan pada perbandingan nilai perusahaan di mata pasar dengan nilai modal (ekuitas) yang dimiliki perusahaan tersebut, di mana wujud dari nilai perusahaan di mata pasar adalah harga saham perusahaan (Hartono, 2019). Berikut adalah rumus untuk menghitung *Market Value Added* (MVA):

$$\begin{aligned} MVA &= \text{Nilai pasar saham} - \text{Total Ekuitas} \\ &= (\text{Saham yang beredar} \times \text{Harga saham}) - \text{Total Ekuitas} \end{aligned}$$

Sumber: (Cahyandari et al., 2021)

- Dari hasil nilai MVA yang diperoleh, dapat diinterpretasikan sebagai berikut (Sundari et al., 2023):
1. Nilai MVA > 0 atau MVA positif: Manajemen berhasil menambah nilai dengan meningkatkan kapitalisasi pasar saham yang diterbitkan atau dengan menjual saham di pasar dengan harga premi.
 2. Nilai MVA = 0: Menunjukkan kegagalan manajemen untuk menambah atau mengurangi nilai melalui pertumbuhan kapitalisasi pasar karena harga saham pasar sama dengan nilai buku.
 3. Nilai MVA < 0 atau MVA negatif: Menunjukkan bahwa manajemen tidak mampu menambah nilai melalui pertumbuhan kapitalisasi pasar saham yang diterbitkan.

Walau metode EVA dan MVA masih sangat awam di mata masyarakat umum jika dibandingkan dengan metode analisis rasio, terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan pada penelitian ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizal Utomo pada PT Waskita, perusahaan yang memiliki nilai EVA yang baik belum tentu diiringi dengan nilai MVA yang baik (Utomo et al., 2020). Sedangkan pada penelitian Almeita Gari pada tahun 2023 lalu menunjukkan hasil

yang berbeda di mana PT Mandom memiliki nilai EVA dan MVA yang baik pada periode penelitian (Gari, 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan data yang berupa laporan keuangan perusahaan sampel dari idx.com. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan Sub-sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di BEI untuk periode 2018-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah: Sampling total atau sensus. Sensus adalah teknik pengambilan sampel di mana semua anggota populasi dijadikan sampel. (Sugiyono, 2019). Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Perusahaan Kosmetik yang Terdaftar di IDX

No	Code	Company
1	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk
2	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk
3	MBTO	PT. Martina Berto
4	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
5	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk
6	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk

Sumber: (idx.com)

Kemudian data-data yang relevan dari laporan keuangan tersebut dihitung menggunakan metode *Economic Value Added* dan *Market Value Added* untuk mengetahui kinerja perusahaan tersebut. Kemudian hasil dari kedua metode tersebut akan dibandingkan dengan Uji t-Sampel Independen.

Uji t-Sampel Independen adalah uji parametrik yang digunakan untuk menentukan perbedaan rata-rata dari dua populasi/grup data yang independen. Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi dalam Uji t-Sampel Independen, yaitu (Nuryadi et al., 2017):

1. Datanya berdistribusi normal.
2. Kedua grup data adalah independen.
3. Variabel yang terlibat adalah numerik dan kategorikal (dengan hanya 2 grup).

Jika hasil Uji t-Sampel Independen menunjukkan Sig. (2-tailed) lebih dari 0.05, itu berarti H_0 dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik dalam hasil kinerja keuangan perusahaan menggunakan EVA dan MVA. Begitu juga sebaliknya. Berikut adalah hipotesis dari penelitian ini:

H_0 : Tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik mengenai hasil kinerja keuangan perusahaan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA).

H_1 : Ada perbedaan yang signifikan secara statistik mengenai hasil kinerja keuangan perusahaan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Economic Value Added (EVA)

Berikut adalah hasil dari perhitungan kinerja perusahaan sampel dengan metode *Economic Value Added*.

PT Mustika Ratu Tbk

Tabel 3
Economic Value Added of PT Mustika Ratu Tbk

Tahun	NOPAT	Capital Charges (CC)	Economic Value Added (EVA)
2018	-Rp10.078.658.224	-Rp42.476.822.553	-Rp32.398.164.328
2019	Rp501.384.870	Rp2.190.822.296	-Rp1.689.437.425
2020	-Rp13.997.236.690	-Rp51.767.289.656	-Rp37.770.052.966
2021	Rp742.835.731	Rp3.145.781.659	-Rp2.402.945.928
2022	Rp79.544.899.365	Rp91.319.978.885	-Rp11.775.079.520

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 3 menggambarkan perhitungan *Economic Value Added* (EVA) dari PT Mustika Ratu Tbk selama 2018-2022. Pada tahun 2018, PT Mustika Ratu Tbk mengalami kerugian dengan NOPAT sebesar -Rp10.078.658.224 dan *Capital Charges* sebesar -Rp42.476.822.553, menghasilkan EVA negatif sebesar -Rp32.398.164.328. Kerugian ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti penurunan penjualan atau peningkatan biaya operasional. Tahun 2019 menunjukkan perbaikan dengan NOPAT positif, namun *Capital Charges* yang tinggi menyebabkan EVA masih negatif sebesar -Rp1.689.437.425. Meskipun terjadi peningkatan dalam laba operasi, perusahaan belum mampu menutupi biaya modalnya.

Pada tahun 2020, kinerja keuangan perusahaan kembali memburuk dengan EVA negatif sebesar -Rp37.770.052.966. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19 yang mengganggu operasional dan penjualan perusahaan. Tahun 2021 menunjukkan sedikit perbaikan dengan NOPAT positif, namun EVA tetap negatif sebesar - karena *Capital Charges* yang tinggi. Peningkatan NOPAT menunjukkan adanya upaya perbaikan dalam operasional, namun belum cukup untuk menutupi biaya modal yang besar. Pada tahun 2022, PT Mustika Ratu Tbk kembali mencatat peningkatan signifikan dalam NOPAT, namun EVA tetap negatif sebesar -Rp11.775.079.520 karena *Capital Charges* yang sangat tinggi. Peningkatan laba operasi ini mungkin hasil dari strategi pemasaran yang lebih efektif atau peningkatan efisiensi produksi, namun biaya modal yang besar tetap menjadi tantangan utama bagi perusahaan.

PT Kino Indonesia Tbk

Tabel 4
Economic Value Added of PT Kino Indonesia Tbk

Tahun	NOPAT	Capital Charges (CC)	Economic Value Added (EVA)
2018	Rp191.832.395.025	Rp504.977.187.306	-Rp313.144.792.281
2019	Rp583.087.623.962	Rp651.946.571.442	-Rp68.858.947.480
2020	Rp229.646.116.605	Rp412.786.103.794	-Rp183.139.987.189
2021	Rp224.410.455.245	Rp284.284.878.350	-Rp59.874.423.105
2022	-Rp712.739.421.400	-Rp295.741.321.128	-Rp416.998.100.272

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 4 menggambarkan perhitungan *Economic Value Added* (EVA) dari PT Kino Indonesia Tbk. Pada tahun 2018, PT Kino Indonesia Tbk mencatat NOPAT sebesar Rp191.832.395.025 dengan *Capital Charges* sebesar Rp504.977.187.306, menghasilkan EVA negatif sebesar -Rp313.144.792.281. Kerugian ini disebabkan oleh tingginya biaya modal dibandingkan dengan laba operasi yang diperoleh perusahaan. Tahun 2019 menunjukkan peningkatan NOPAT, namun EVA masih negatif sebesar sebab *Capital Charges* mencapai Rp651.946.571.442.

Pada tahun 2020, PT Kino Indonesia Tbk kembali mengalami penurunan sehingga menghasilkan EVA sebesar -Rp183.139.987.189. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh penurunan penjualan atau peningkatan biaya operasional. Tahun 2021 menunjukkan sedikit perbaikan, namun EVA tetap negatif karena *Capital Charges* yang tinggi sebesar Rp284.284.878.350. Pada tahun 2022, PT Kino Indonesia

Tbk mengalami penurunan signifikan dengan NOPAT negatif yang menghasilkan EVA negatif sebesar -Rp416.998.100.272. Penurunan tajam ini mungkin disebabkan oleh kondisi ekonomi yang buruk, penurunan penjualan, atau peningkatan biaya operasional yang drastis.

PT Martina Berto Tbk

Tabel 5
Economic Value Added of PT Martina Berto Tbk

Tahun	NOPAT	Capital Charges (CC)	Economic Value Added (EVA)
2018	-Rp69.868.919.196	-Rp25.832.833.213	-Rp44.036.085.983
2019	-Rp31.280.038.033	Rp12.476.502.949	-Rp43.756.540.982
2020	-Rp180.387.258.759	-Rp77.766.924.356	-Rp102.620.334.402
2021	-Rp72.750.973.255	-Rp47.404.665.903	-Rp25.346.307.352
2022	-Rp25.901.542.354	Rp61.714.257.943	-Rp87.615.800.296

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 5 menggambarkan perhitungan *Economic Value Added* (EVA) dari PT Martina Berto Tbk selama 2018-2022. Pada tahun 2018, PT Martina Berto Tbk menghasilkan EVA negatif sebesar -Rp44.036.085.983. Kerugian ini disebabkan oleh penurunan penjualan atau peningkatan biaya operasional. Pada tahun 2019, meskipun NOPAT membaik, EVA tetap negatif sebesar -Rp43.756.540.982 akibat *Capital Charges* yang tinggi. Perusahaan belum mampu menutupi biaya modalnya meskipun kerugian operasional berkurang.

Pada tahun 2020, kinerja keuangan PT Martina Berto Tbk memburuk dan menghasilkan EVA negatif sebesar -Rp102.620.334.402. Penurunan ini disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19. Tahun berikutnya menunjukkan sedikit perbaikan, namun EVA masih negatif. Pada tahun 2022, PT Martina Berto Tbk kembali mencatat EVA negatif sebesar -Rp87.615.800.296 karena *Capital Charges* yang sangat tinggi. Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa PT Martina Berto Tbk kesulitan menghasilkan nilai tambah ekonomis yang positif selama lima tahun terakhir. Perusahaan perlu fokus pada pengelolaan biaya modal dan peningkatan efisiensi operasional untuk mencapai nilai tambah yang positif di masa depan.

PT Mandom Indonesia Tbk

Tabel 6
Economic Value Added of PT Mandom Indonesia Tbk

Tahun	NOPAT	Capital Charges (CC)	Economic Value Added (EVA)
2018	Rp173.049.442.756	Rp156.948.015.712	Rp16.101.427.044
2019	Rp145.149.344.561	Rp130.592.678.480	Rp14.556.666.081
2020	-Rp100.336.326.095	-Rp94.112.336.775	-Rp6.223.989.320
2021	-Rp70.224.123.032	-Rp70.627.322.735	-Rp403.199.703
2022	Rp18.109.470.352	Rp16.428.253.913	Rp1.681.216.439

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Data dalam tabel 6 menunjukkan perhitungan *Economic Value Added* (EVA) dari PT Mandom Indonesia Tbk untuk periode lima tahun. Pada tahun 2018, PT Mandom Indonesia Tbk mencatat EVA positif sebesar Rp16.101.427.044. Kinerja positif ini menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menciptakan nilai tambah ekonomis dengan laba operasi yang cukup untuk menutupi biaya modal. Pada tahun 2019, meskipun NOPAT menurun, EVA tetap positif. Ini menunjukkan bahwa perusahaan tetap efisien dalam pengelolaan biaya modalnya.

Namun, pada tahun 2020, PT Mandom Indonesia Tbk mengalami penurunan kinerja dengan NOPAT negatif sehingga menghasilkan EVA negatif sebesar. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19. Tahun 2021 juga menunjukkan kinerja yang kurang baik dengan EVA

negatif sebesar -Rp403.199.703. Pada tahun 2022, PT Mandom Indonesia Tbk mencatat peningkatan kinerja dengan EVA positif sebesar Rp1.681.216.439. Peningkatan ini mungkin disebabkan oleh pemulihan ekonomi pasca-pandemi, strategi pemasaran yang lebih efektif, atau peningkatan efisiensi produksi.

PT Unilever Indonesia Tbk

Tabel 7
Economic Value Added of PT Unilever Indonesia Tbk

Tahun	NOPAT	Capital Charges (CC)	<i>Economic Value Added</i> (EVA)
2018	Rp9.224.640.021.476	Rp4.539.878.753.726	Rp4.684.761.267.750
2019	Rp7.564.730.764.319	Rp3.136.647.888.302	Rp4.428.082.876.018
2020	Rp7.357.110.614.936	Rp2.974.894.832.902	Rp4.382.215.782.034
2021	Rp5.900.151.642.408	Rp2.316.047.227.262	Rp3.584.104.415.147
2022	Rp5.430.124.100.672	Rp1.880.679.105.183	Rp3.549.444.995.489

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 7 menampilkan perhitungan *Economic Value Added* (EVA) dari PT Unilever Indonesia Tbk. Pada tahun 2018, PT Unilever Indonesia Tbk berhasil mencatatkan EVA positif. Kinerja ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah ekonomis yang signifikan, dengan laba operasi yang cukup untuk menutupi biaya modalnya. Pada tahun-tahun berikutnya, meskipun terdapat variasi dalam nilai NOPAT dan *Capital Charges*, PT Unilever Indonesia Tbk tetap berhasil mempertahankan EVA positif dan stabil secara terus menerus.

Peningkatan laba operasi dan pengelolaan efisien biaya modal terus menjadi fokus utama perusahaan dalam mencapai nilai tambah ekonomis yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk berhasil mengoptimalkan kinerja keuangan dan efisiensi operasionalnya selama periode lima tahun terakhir, menunjukkan kemampuan yang baik dalam menghadapi tantangan pasar yang beragam.

PT Akasha Wira International Tbk

Tabel 8
Economic Value Added of PT Akasha Wira International Tbk

Tahun	NOPAT	Capital Charges (CC)	<i>Economic Value Added</i> (EVA)
2018	Rp70.311.080.303	Rp72.722.710.312	-Rp2.411.630.009
2019	Rp95.669.205.974	Rp95.790.314.041	-Rp121.108.067
2020	Rp136.466.655.191	Rp111.686.292.594	Rp24.780.362.597
2021	Rp266.345.639.941	Rp213.435.386.906	Rp52.910.253.035
2022	Rp365.302.929.495	Rp310.029.470.897	Rp55.273.458.598

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 8 menggambarkan perhitungan *Economic Value Added* (EVA) dari PT Akasha Wira International Tbk selama 2018-2022. Pada tahun 2018, PT Akasha Wira International Tbk mencatatkan EVA negatif sebesar Rp2.411.630.009. Pada tahun 2019, meskipun NOPAT meningkat, EVA masih negatif karena *Capital Charges* yang hampir seimbang dengan NOPAT. Tahun 2020 menunjukkan perbaikan dengan EVA positif sebesar Rp24.780.362.597. Peningkatan ini menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menutupi biaya modalnya dan menciptakan nilai tambah ekonomis.

Pada tahun 2021, kinerja perusahaan terus meningkat dengan EVA positif sebesar Rp52.910.253.035. Pada tahun 2022, perusahaan mencatatkan EVA positif sebesar Rp55.273.458.598. Peningkatan ini menunjukkan bahwa PT Akasha Wira International Tbk terus menunjukkan kinerja yang solid dalam menciptakan nilai tambah bagi pemegang sahamnya.

Market Value Added

Berikut adalah hasil dari perhitungan kinerja perusahaan sampel dengan metode *Market Value Added*.

PT Mustika Ratu Tbk

Tabel 9
Market Value Added of PT Mustika Ratu Tbk

Tahun	Jumlah Saham Beredar	Harga Saham	Total Ekuitas	<i>Market Value Added (MVA)</i>
2018	428.000.000	Rp179	Rp367.973.996.780	-Rp291.361.996.780
2019	428.000.000	Rp153	Rp368.641.525.050	-Rp303.157.525.050
2020	428.000.000	Rp169	Rp342.418.605.477	-Rp270.086.605.477
2021	428.000.000	Rp276	Rp343.195.928.497	-Rp225.067.928.497
2022	428.000.000	Rp765	Rp411.385.562.228	-Rp83.965.562.228

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 9 menggambarkan perhitungan *Market Value Added (MVA)* dari PT Mustika Ratu Tbk selama tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, PT Mustika Ratu Tbk menghadapi MVA negatif sebesar -Rp291.361.996.780 dengan jumlah saham beredar sebesar 428.000.000 dan harga saham Rp179. Pada tahun 2019, situasi serupa terjadi dengan MVA negatif sebesar -Rp303.157.525.050. Tahun 2020 menunjukkan sedikit perbaikan dengan MVA negatif -Rp270.086.605.477, di mana harga saham naik menjadi Rp169. Meskipun masih negatif, penurunan nilai pasar lebih terkendali dibandingkan tahun sebelumnya.

Pada tahun 2021, PT Mustika Ratu Tbk mencatatkan penurunan MVA -Rp225.067.928.497. Meskipun masih negatif, penurunan nilai pasar menunjukkan tren yang lebih stabil. Pada tahun 2022, perusahaan mencatatkan peningkatan signifikan dengan MVA negatif -Rp83.965.562.228, di mana harga saham melonjak menjadi Rp765. Peningkatan harga saham yang signifikan ini mengindikasikan pemulihan nilai pasar yang potensial.

PT Kino Indonesia Tbk

Tabel 10
Market Value Added of PT Kino Indonesia Tbk

Tahun	Jumlah Saham Beredar	Harga Saham	Total Ekuitas	<i>Market Value Added (MVA)</i>
2018	1.428.571.500	Rp2.800	Rp2.186.900.126.396	Rp1.813.100.073.604
2019	1.428.571.500	Rp3.430	Rp2.702.862.179.552	Rp2.197.138.065.448
2020	1.428.571.500	Rp2.720	Rp2.577.235.546.221	Rp1.308.478.933.779
2021	1.428.571.500	Rp2.030	Rp2.663.631.503.097	Rp236.368.641.903
2022	1.428.571.500	Rp1.535	Rp1.533.820.300.426	Rp659.036.952.074

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 10 menggambarkan perhitungan *Market Value Added (MVA)* dari PT Kino Indonesia Tbk selama 2018-2022. Pada tahun 2018, PT Kino Indonesia Tbk mencatatkan MVA positif sebesar Rp1.813.100.073.604 dengan jumlah saham beredar sebesar 1.428.571.500 dan harga saham Rp2.800. Pada tahun 2019, PT Kino Indonesia Tbk terus mengalami kenaikan MVA yang signifikan yang disebabkan harga saham naik menjadi Rp3.430. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pasar semakin menghargai kinerja dan prospek perusahaan. Namun, pada tahun 2020, perusahaan mengalami penurunan MVA menjadi sebab harga saham turun menjadi Rp2.720.

Pada tahun 2021, PT Kino Indonesia Tbk mencatatkan penurunan lebih lanjut dalam MVA. Namun, pada tahun 2022, perusahaan mencatatkan peningkatan kembali dengan MVA mencapai Rp659.036.952.074, meskipun harga saham melandai menjadi Rp1.535.

PT Martina Berto Tbk

Tabel 11
Market Value Added of PT Martina Berto Tbk

Tahun	Jumlah Saham Beredar	Harga Saham	Total Ekuitas	<i>Market Value Added</i> (MVA)
2018	1.070.000.000	Rp126	Rp300.499.756.873	-Rp165.679.756.873
2019	1.070.000.000	Rp94	Rp235.171.201.739	-Rp134.591.201.739
2020	1.070.000.000	Rp95	Rp589.859.359.467	-Rp488.209.359.467
2021	1.070.000.000	Rp146	Rp440.334.294.044	-Rp284.114.294.044
2022	1.070.000.000	Rp127	Rp404.797.197.979	-Rp268.907.197.979

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 11 memperlihatkan perhitungan *Market Value Added* (MVA) dari PT Martina Berto Tbk dari tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, PT Martina Berto Tbk mengalami MVA negatif sebesar -Rp165.679.756.873 dengan jumlah saham beredar sebesar 1.070.000.000 dan harga saham Rp126. Pada tahun 2019, situasi serupa terjadi dengan MVA negatif sebesar -Rp134.591.201.739. Tahun 2020 menunjukkan penurunan yang lebih dalam, meskipun harga saham naik menjadi Rp95.

Pada tahun 2021, PT Martina Berto Tbk mencatatkan peningkatan dalam MVA meskipun masih dalam nilai negatif, penurunan nilai pasar terkendali lebih baik dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2022, perusahaan kembali mengalami penurunan nilai MVA menjadi -Rp268.907.197.979. Penurunan ini menunjukkan tantangan yang terus dihadapi perusahaan dalam mempertahankan valuasi pasar yang stabil.

PT Mandom Indonesia Tbk

Tabel 12
Market Value Added of PT Mandom Indonesia Tbk

Tahun	Jumlah Saham Beredar	Harga Saham	Total Ekuitas	<i>Market Value Added</i> (MVA)
2018	201.066.667	Rp8.625	Rp1.972.463.165.139	-Rp238.263.162.264
2019	201.066.667	Rp5.500	Rp2.019.143.817.162	-Rp913.277.148.662
2020	201.066.667	Rp3.230	Rp1.865.299.365.895	-Rp1.215.854.031.485
2021	201.066.667	Rp2.670	Rp1.819.848.695.714	-Rp1.283.000.694.824
2022	402.133.334	Rp3.105	Rp1.854.787.914.762	-Rp606.163.912.692

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 12 menggambarkan perhitungan *Market Value Added* (MVA) dari PT Mandom Indonesia Tbk dari tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, PT Mandom Indonesia Tbk mencatatkan MVA negatif sebesar -Rp238.263.162.264 dengan jumlah saham beredar sebesar 201.066.667 dan harga saham Rp8.625. Pada tahun 2019, situasi memburuk dengan MVA negatif yang lebih dalam. Hal serupa terus terjadi hingga tahun 2021, meskipun harga saham naik sedikit menjadi Rp2.670, perusahaan masih mencatatkan MVA negatif -Rp1.283.000.694.824. Perusahaan terus menghadapi tekanan dalam mempertahankan valuasi pasar yang stabil dan menghadapi tantangan dalam meningkatkan nilai tambah ekonomis. Namun pada tahun 2022, perusahaan mengalami perbaikan dengan MVA negatif -Rp606.163.912.692.

PT Unilever Indonesia Tbk

Tabel 13
Market Value Added of PT Unilever Indonesia Tbk

Tahun	Jumlah Saham Beredar	Harga Saham	Total Ekuitas	<i>Market Value Added</i> (MVA)
2018	7.630.000.000	Rp9.075	Rp7.383.667.000.000	Rp61.858.583.000.000
2019	7.630.000.000	Rp8.400	Rp5.281.862.000.000	Rp58.810.138.000.000
2020	38.150.000.000	Rp7.350	Rp4.937.368.000.000	Rp275.465.132.000.000
2021	38.150.000.000	Rp4.110	Rp4.321.296.000.000	Rp152.475.204.000.000

2022	38.150.000.000	Rp4.700	Rp3.997.256.000.000	Rp175.307.744.000.000
------	----------------	---------	---------------------	-----------------------

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 13 memperlihatkan perhitungan *Market Value Added* (MVA) dari PT Unilever Indonesia Tbk dari tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, PT Unilever Indonesia Tbk mencatatkan MVA sebesar Rp61.858.583.000.000 dengan jumlah saham beredar sebesar 7.630.000.000 dan harga saham Rp9.075. Pada tahun 2019, PT Unilever Indonesia Tbk masih mempertahankan valuasi yang tinggi dengan MVA mencapai Rp58.810.138.000.000, meskipun harga saham turun menjadi Rp8.400. Tahun 2020 menunjukkan lonjakan signifikan dalam MVA menjadi Rp275.465.132.000.000, dikarenakan perusahaan melakukan *stock split*. Pada tahun 2021, perusahaan menghadapi penurunan MVA menjadi Rp152.475.204.000.000, dengan harga saham turun menjadi Rp4.110.

Pada tahun 2022, perusahaan mengalami peningkatan MVA menjadi Rp175.307.744.000.000, meskipun harga saham naik sedikit menjadi Rp4.700. Peningkatan ini menunjukkan potensi pemulihan nilai pasar perusahaan setelah tahun sebelumnya, menunjukkan adaptabilitas perusahaan terhadap kondisi pasar yang berubah-ubah.

PT Akasha Wira International Tbk

Tabel 14
Market Value Added of PT Akasha Wira International Tbk

Tahun	Jumlah Saham Beredar	Harga Saham	Total Ekuitas	<i>Market Value Added</i> (MVA)
2018	589.896.800	Rp920	Rp481.914.000.000	Rp60.791.056.000
2019	589.896.800	Rp1.045	Rp567.937.000.000	Rp48.505.156.000
2020	589.896.800	Rp1.460	Rp700.508.000.000	Rp160.741.328.000
2021	589.896.800	Rp3.290	Rp969.817.000.000	Rp970.943.472.000
2022	589.896.800	Rp7.175	Rp1.334.836.000.000	Rp2.897.673.540.000

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel 13 memperlihatkan perhitungan *Market Value Added* (MVA) dari PT Akasha Wira International Tbk selama tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, perusahaan mencatatkan MVA sebesar Rp60.791.056.000 dengan jumlah saham beredar sebesar 589.896.800 dan harga saham Rp920. Pada tahun 2019, perusahaan masih mempertahankan valuasi yang kuat dengan MVA positif. Perusahaan terus mengalami peningkatan nilai pasar yang positif hingga tahun 2022, menunjukkan kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan.

Peningkatan yang sangat besar ini menunjukkan bahwa PT Akasha Wira International Tbk mengalami kenaikan nilai pasar yang dramatis, mencerminkan keberhasilan strategi perusahaan dalam mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan nilai tambah di pasar.

Uji t-Sampel Independen

Tabel 15
Hasil Uji Normalitas

Group	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
Value Added	EVA	0,250	5	0,200	0,875	5	0,289
Result	MVA	0,222	5	0,200	0,911	5	0,475

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji Shapiro-Wilk untuk normalitas, nilai p untuk EVA dan MVA masing-masing adalah 0,289 dan 0,475 yang lebih besar dari tingkat alpha umum 0,05. Ini menunjukkan bahwa data untuk EVA dan MVA berdistribusi normal.

Tabel 16
Hasil Uji t-Sampel Independen

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Value Added Result	Equal variances assumed	9,549	0,015	-3,540	8	0,008
	Equal variances not assumed			-3,540	4,000	0,024

Sumber: Output SPSS, 2024

Tabel di atas menyajikan hasil Uji t-Sampel Independen. Tabel menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,024, yang lebih rendah dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kelompok *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA).

Pembahasan

Economic Value Added

Berikut adalah hasil dari perhitungan kinerja perusahaan sampel dengan metode *Economic Value Added*

Tabel 17
Nilai EVA Industri Kosmetik Periode 2018-2022

Dinyatakan dalam jutaan rupiah.

Tahun	PT Mustika Ratu Tbk	PT Kino Indonesia Tbk	PT Martina Berto Tbk	PT Mandom Indonesia Tbk	PT Unilever Indonesia Tbk	PT Akasha Wira International Tbk	Total
2018	-Rp32.398	-Rp313.144	-Rp44.036	Rp16.101	Rp4.684.761	-Rp2.411	Rp4.308.873
2019	-Rp1.689	-Rp68.858	-Rp43.756	Rp14.556	Rp4.428.082	-Rp121	Rp4.328.214
2020	-Rp37.770	-Rp183.139	-Rp102.620	-Rp6.223	Rp4.382.215	Rp24.780	Rp4.077.243
2021	-Rp2.402	-Rp59.874	-Rp25.346	-Rp403	Rp3.584.104	Rp52.910	Rp3.548.989
2022	-Rp11.775	-Rp416.998	-Rp87.615	Rp1.681	Rp3.549.444	Rp55.273	Rp3.090.010

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berikut adalah analisis EVA dari enam perusahaan selama 2018-2022. Di antara perusahaan-perusahaan tersebut, PT Unilever Indonesia Tbk memiliki kinerja keuangan terbaik berdasarkan EVA positif yang konsisten, menyoroti kemampuannya untuk menghasilkan nilai ekonomi yang substansial. PT Akasha Wira International Tbk juga menunjukkan peningkatan yang signifikan, bergerak dari EVA negatif ke positif. Sebaliknya, PT Kino Indonesia Tbk menunjukkan kinerja terburuk dengan peningkatan EVA negatif, terutama pada tahun 2022. Secara keseluruhan, meskipun PT Unilever Indonesia Tbk menonjol karena kekuatan keuangan yang konsisten, PT Akasha Wira International Tbk patut dicatat karena perubahannya yang luar biasa.

Dari total tahunan, dapat dilihat bahwa nilai EVA keseluruhan di industri kosmetik telah menurun setiap tahun. Selama tahun-tahun ini, PT Unilever Indonesia Tbk secara konsisten menunjukkan nilai EVA positif yang kuat, berkontribusi signifikan terhadap total EVA positif keseluruhan setiap tahun, meskipun ada kontribusi EVA negatif dari perusahaan-perusahaan lain.

Market Value Added

Berikut adalah hasil dari perhitungan kinerja perusahaan sampel dengan metode *Market Value Added*.

Tabel 18
 Nilai MVA Industri Kosmetik Periode 2018-2022

Dinyatakan dalam jutaan rupiah.

Tahun	PT Mustika Ratu Tbk	PT Kino Indonesia Tbk	PT Martina Berto Tbk	PT Mandom Indonesia Tbk	PT Unilever Indonesia Tbk	PT Akasha Wira International Tbk	Total
2018	-Rp291.361	Rp1.813.100	-Rp165.679	-Rp238.263	Rp61.858.583	Rp60.791	Rp63.037.171
2019	-Rp303.157	Rp2.197.138	-Rp134.591	-Rp913.277	Rp58.810.138	Rp48.505	Rp59.704.756
2020	-Rp270.086	Rp1.308.478	-Rp488.209	-Rp1.215.854	Rp275.465.132	Rp160.741	Rp274.960.203
2021	-Rp225.067	Rp236.368	-Rp284.114	-Rp1.283.000	Rp152.475.204	Rp970.943	Rp151.890.334
2022	-Rp83.965	Rp659.036	-Rp268.907	-Rp606.163	Rp175.307.744	Rp2.897.673	Rp177.905.418

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berikut adalah analisis MVA dari enam perusahaan selama lima tahun terakhir. PT Unilever Indonesia Tbk menonjol sebagai perusahaan dengan kinerja keuangan terbaik berdasarkan MVA yang tinggi dan stabil secara konsisten, sementara PT Akasha Wira International Tbk menunjukkan peningkatan yang signifikan. Sebaliknya, PT Martina Berto Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan nilai pasar.

Dari kolom total tahunan, dapat dilihat bahwa nilai MVA keseluruhan di industri kosmetik meningkat setiap tahun. PT Unilever Indonesia Tbk secara konsisten menunjukkan nilai MVA positif yang kuat, yang secara signifikan mempengaruhi total MVA dari semua perusahaan yang digabungkan. Kontribusi positif yang konsisten dari PT Unilever Indonesia Tbk, bersama dengan kontribusi positif sesekali dari PT Kino Indonesia Tbk dan PT Akasha Wira International Tbk, memastikan total MVA keseluruhan tetap positif setiap tahun meskipun ada kontribusi MVA negatif dari perusahaan-perusahaan lain.

Uji t-Sampel Independen

Hasil uji Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa data untuk *Economic Value Added (EVA)* dan *Market Value Added (MVA)* terdistribusi secara normal. Uji t Sampel Independen menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang secara statistik signifikan antara EVA dan MVA. Hasil uji ini serupa dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Siska Ardiani & Sriwardany, 2021) dan (Cahyandari et al., 2021), yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara hasil EVA dan MVA.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

PT Kino Indonesia Tbk memiliki nilai EVA terburuk di antara perusahaan kosmetik lainnya. Dimana perusahaan secara konsisten mencatat nilai EVA negatif yang memburuk setiap tahun. Sementara itu, PT Unilever Indonesia Tbk memiliki kinerja EVA terbaik dengan nilai EVA positif selama lima tahun berturut-turut meskipun dengan tren penurunan. Namun, PT Akasha Wira berhasil menjadi perusahaan dengan peningkatan tahunan yang konsisten. Total tahunan EVA industry kosmetik menunjukkan nilai positif walau dengan tren menurun.

PT Mandom Indonesia Tbk memiliki nilai MVA terburuk selama periode pengamatan dengan nilai negatif yang konsisten memburuk setiap tahun. Sementara itu, PT Unilever Indonesia Tbk berhasil memiliki sejarah MVA terbaik dari tahun 2018 hingga 2022 dengan nilai MVA positif, meskipun mengalami penurunan setiap tahun. Namun, perusahaan dengan peningkatan nilai MVA yang paling signifikan adalah PT Akasha Wira International Tbk. Total tahunan menunjukkan bahwa MVA di industri kosmetik mengalami kenaikan setiap tahun.

Hasil uji Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa data *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) mengikuti distribusi normal. Uji t Sampel Independen menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik antara EVA dan MVA.

Saran

Untuk peneliti di masa depan yang melakukan studi serupa disarankan untuk memperpanjang periode studi hingga lebih dari lima tahun untuk memasukkan data yang lebih baru dan mempertimbangkan peristiwa ekonomi signifikan guna membantu menangkap tren jangka panjang dan dampaknya terhadap kinerja keuangan.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam penelitian ini. Terima kasih kepada Universitas Singaperbangsa Karawang atas fasilitas dan sumber daya yang disediakan. Penulis juga berterima kasih kepada Dosen Pembimbing dan para jajarannya penguji seminar proposal dan hasil atas bimbingan dan arahan yang berharga. Penulis menghargai dukungan dari keluarga dan teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan moral selama proses penelitian. Akhirnya, terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun turut berperan dalam kesuksesan penelitian ini.

REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA

- Cahyandari, A., Yusuf, H. F., & Rachmawati, L. (2021). *Analisis Economic Value Added (EVA) , Financial Value Added (FVA) dan Market Value Added (MVA) Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan*. 6(2), 121–146.
- Fahlevi, D., & Manda, G. S. (2021). Pengaruh Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Keuangan Bank Swasta Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Informatika (JBMI)*, 17(3), 253–268.
- Gari, A. (2023). Analisis Kinerja Keuangan PT. Mandom Indonesia Tbk Periode 2016-2020 dengan Menggunakan Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA). *Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4, 66–79. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JPE/article/view/814/770>
- Hartono. (2019). Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) Sebagai Alat Ukur Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 221–236. <https://doi.org/10.18860/iq.v3i2.249>
- Hasibuan, L. (2022, November 4). Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi>
- Heny Triastuti Kurnianingsih & Sri Rahayu. (2020). Financial Performance Assessed From Economic Value Added (EVA) and Market Value Added (MVA) Cases in the Cosmetics Sub-Sektor and Household Needs Listed On the BEI. *Budapest International Research and Critics Institute*, 3(4), 3179–3184. www.bircu-journal.com/index.php/birci
- Kuncara, T., & Agustina, R. (2022). Analysis of Cov-19 Impact on Financial Performance at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk and PT. Bank Central Asia, Tbk for 2016-2020 Using Economic Value Added (EVA) and Market Value Added (MVA) Methods. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 1(2), 59–66. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v2i6.998>
- Nababan, W. M. C. (2023a). Pertumbuhan Industri Kecantikan Ditopang Impor Bahan Baku. *Kompas*.

- <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/07/23/pertumbuhan-industri-kecantikan-ditopang-impor-bahan-baku>
- Nababan, W. M. C. (2023b, August 4). Waktunya Produk Halal Bersinar. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/07/30/waktunya-produk-halal-bersinar>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Putra, K. K., & Sibarani, M. (2018). Analisis Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Ritel Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2014 - 2017. *Journal of Accounting and Business Studies*, 3(2), 79–94. <https://journal.ithb.ac.id/JABS/article/view/318>
- Siska Ardiani, & Sriwardany. (2021). Analisis Perbandingan Economic Value Added dan Market Value Added dalam Penilaian Kinerja Keuangan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.54259/mudima.v1i1.85>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Vol. 5, Issue 1). Alfabeta Bandung. <https://revistas.ufjf.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjour-nals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>
- Sundari, A., Rozi, A. F., Bilgies, A. F., Muhajir, A., & Anggraini, N. M. (2023). Financial Performance Analysis Using Economic Value Added and Market Value Added Methods. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 3(1), 42–48. <https://doi.org/10.38142/jtep.v3i1.546>
- Susanti, I., Dimiyati, M., & Sari, N. K. (2020). Analisis Economic Value Added (EVA) Dan Market Value Added (MVA) Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) Devisa Go Public Tahun 2014-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 11(3), 520–526. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/26764>
- Utomo, M. R., Mutia Aprilianti Nur Azizah, Mutiara Rahmi Fadillah, Nadila Sholehah, Nadyya Putri Marthiana, Nazela Suci Akbari, Neneng Badriah, & Setya Mulyawan. (2020). Analisa Kinerja Keuangan Metode EVA Dan MVA Pada Perusahaan Pt Waskita Karya (Persero) Tbk Tahun 2017-2019. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 2(1), 17–27. <https://doi.org/10.54783/jin.v2i1.104>
- Yuniar, N. (2021). Gesit beradaptasi, cara industri kosmetik bertahan. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/2045298/gesit-beradaptasi-cara-industri-kosmetik-bertahan>