

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN SEKTOR KONSUMEN PRIMER

Felix Fernandez* dan Agustin Ekadjaja

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

**Email: felix.125180077@stu.untar.ac.id*

Abstract:

The purpose of this study is to examine the effects of profitability, leverage, and firm size on firm value. The sampling approach in this study used non-probabilistic sampling with purposive sampling methods as the sampling method. The study used 174 samples from 58 primary consumers companies listed on the Indonesian Stock Exchange from 2019 to 2021. Data for this study are taken from financial reports and processed in Microsoft Excel and SPSS programs using multiple regression analysis. The results of this study show that profitability, leverage and firm size also affect firm value. In some cases, profitability, leverage and company size can have a significant positive impact on company value.

Keyword: Profitability, Leverage, Firm size, Firm value.

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan 174 sampel dari 58 perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019-2021. Data penelitian diambil dari laporan keuangan dan diolah pada bab Microsoft Excel dan SPSS 25 dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage* dan *firm size* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam beberapa kasus, profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan dapat memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, nilai perusahaan.

Pendahuluan

Keadaan aktivitas ekonomi belakangan ini menimbulkan adanya daya saing yang kompetitif dalam industri perusahaan. Dalam rangka membuat tertarik para penanam saham, perusahaan *go public* akan berusaha menaikkan tingkat *value* atau nilai sebuah perusahaan. Harga saham tinggi dapat menambah nilai perusahaan dan membangun kepercayaan pasar terhadap pertumbuhan perusahaan saat ini dan untuk masa depan yang baik. Profitabilitas merupakan daya mampu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan terkait dengan aktivitas jual, jumlah aktiva ataupun dana sendiri. Semakin tinggi hasil keuntungan yang ditunjukkan sebuah perusahaan dalam kinerjanya, maka perusahaan tersebut berpredikat baik, kemudian akan memperoleh penilaian baik dari

para penanam saham yang pengaruhnya akan memberikan peningkatan harga saham sebuah perusahaan. Ketika profitabilitas perusahaan meningkat, berarti perusahaan tersebut menunjukkan operasinya efisien dan efektif dalam mengelola modal dan sumber daya untuk memperoleh laba di setiap periode. Investor berinvestasi pada saham suatu perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, kemampuan tinggi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan maka semakin besar juga return yang diharapkan investor, sehingga meningkatkan harga saham perusahaan.

Leverage ialah rasio hutang yang bisa disebut juga rasio solvabilitas, yaitu dimana rasio ini mampu memperlihatkan potensi perusahaan dalam memberikan pemenuhan kebutuhan, kewajiban atas finansial perusahaan ketika perusahaan terlikuidasi. Ketika perusahaan mempunyai hutang banyak bisa menimbulkan pengaruh negatif terhadap penilaian perusahaan. Ketika rasio besar, hal ini memperlihatkan semakin besar pula dana modal dari hutang yang dipergunakan untuk memberi dana ekuitas yang ada. Selain itu tingginya ukuran perusahaan bisa berhubungan dengan perusahaan yang menerapkan keputusan dalam pendanaan demi tercapainya optimalisasi nilai perusahaan. Perusahaan besar umumnya lebih bersedia menerbitkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan bisnis dibandingkan perusahaan kecil. Dalam hal ini, perusahaan besar mengeluarkan saham dalam jumlah besar karena memiliki pengaruh yang kecil untuk kehilangan kendali atas perusahaan dominan.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi perusahaan dengan cara meningkatkan nilai perusahaan dan menunjukkan nilai perusahaan kepada investor, tidak hanya dalam laporan keuangan tetapi juga dengan melihat beberapa faktor yang membentuk nilai perusahaan bagi perusahaan.

Kajian Teori

Menurut Stremitzer, A. (2018), teori keagenan atau sering disebut teori keagenan menjelaskan hubungan antara prinsipal dan agen. Fidusia yang dimaksud adalah pihak yang memberdayakan wakil sebagai pihak yang didelegasikan. Dalam teori keagenan dikatakan adanya kesepakatan untuk mencapai tujuan perusahaan yang dicapai oleh perusahaan (kepala) dan manajemen (perwakilan) dalam teori keagenan (Baihaqi). , (2021). Konflik kepentingan atau konflik agen timbul karena adanya perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal. Perbuatan wakil dianggap hanya mementingkan kepentingannya sendiri dengan melanggar kepentingan pihak lain. Manajer bertindak sebagai agen mengetahui dan memahami semua informasi perusahaan lebih baik daripada prinsipal atau pemegang saham perusahaan sebagai pengguna informasi. Agen menggunakan tampilan informasi asimetris untuk mengambil keputusan dan kebijakan yang merugikan perusahaan. Kurangnya transparansi manajemen dalam mengungkapkan hasil kinerja kepada pelanggan menyebabkan buruknya manajemen.

Teori *signaling* menitikberatkan terkait pentingnya informasi yang sudah dikeluarkan oleh perusahaan pada keputusan investasi pihak luar perusahaan. Informasi ialah bagian yang taidak kalah pentingnya untuk investor dan pebisnis, sebab informasi tiada lain adalah menyampaikan sebuah penjelasan dan keterangan.

Dalam hal ini, informasi yang lengkap, relevan, akurat dan terkini sangat penting bagi investor pasar modal untuk digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Setelah informasi dirilis dan semua pelaku pasar telah menerima informasi tersebut, pelaku pasar dapat terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik atau berita buruk.

Nilai Perusahaan. Sebuah perusahaan memiliki sejumlah nilai terkait dengan tindakannya yang perlu mendapat perhatian khusus. Perusahaan yang akan dicatatkan tercermin melalui harga pasar saham perusahaan tersebut, sedangkan pengertian nilai perusahaan yang akan dicatatkan belum terealisasi, penilaian dilakukan pada saat bisnis dijual segera (total aset dan prospek bisnis, risiko bisnis, lingkungan bisnis, dll). Nilai perusahaan dicerminkan oleh nilai buku saham, dan nilai kekayaan bersih ekonomis perusahaan dicerminkan oleh nilai perusahaan. Sifat nilai buku saham sangat dinamis bergantung atas adanya perubahan nilai kekayaan bersih ekonomis dalam waktu tertentu. Untuk mengambil dasar keputusan menjual atau membeli saham, supaya diketahui mana saja saham yang ekonomis, bernilai tepat maupun mahal, maka Investor menganggap harga pasar dan nilai intrinsik menjadi begitu pentingnya.

Profitabilitas. Profitabilitas adalah potensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan selama periode tertentu dan mengukur keberhasilan dan kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan asetnya secara produktif dengan membandingkan keuntungan periode tertentu dengan total aset atau modal perusahaan. *ROA* merupakan tingkat pengembalian yang mewakili tingkat pengembalian (return) atas seluruh aset yang digunakan oleh perusahaan. Pengembalian aset (*ROA*) adalah rasio laba bersih terhadap total aset, yang mengukur total kekayaan. Semakin tinggi *ROA* perusahaan, semakin tinggi laba dan semakin baik posisinya dalam rasio pemanfaatan aset. Berdasarkan beberapa definisi *ROA* (*return on assets*), dapat disimpulkan bahwa *return on asset (ROA)* merupakan indeks efisiensi yang mengukur efisiensi suatu perusahaan dalam menghasilkan laba melalui penggunaan aset perusahaan.

Leverage. *Leverage* menurut Sartono (2016:257) adalah dana dan sumber pembiayaan yang digunakan oleh perusahaan dengan biaya tetap untuk memberikan kesempatan kepada investor untuk meningkatkan keuntungan. Kemudian Sjahrial (2014:147) berpendapat bahwa *leverage* mengacu pada aset dan sumber pembiayaan yang digunakan oleh perusahaan dengan biaya tetap (biaya tetap) yang sumber pembiayaannya adalah hutang karena mereka memiliki kepentingan dalam tanggungan tetap dan berniat untuk memberi investor kemungkinan peningkatan laba. Rasio *leverage* yang digunakan untuk memperkirakan *leverage* didasarkan pada teori Darmadji dan Fakhrudin (2012:109) menyatakan bahwa perusahaan dengan utang lebih dari ekuitas digambarkan sebagai sangat berhutang. *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur leverage

Ukuran Perusahaan. Definisi ukuran perusahaan Riyanto tahun 2016:313, yaitu seseorang dapat melihat ukuran bisnis dari nilai ekuitasnya, nilai penjualan atau nilai asetnya. Menurut Horne dan Wachowicz pada 2013:116, yaitu jika ada cara yang berbeda untuk menentukan ukuran suatu perusahaan, yaitu menggunakan beberapa kriteria, misalnya menggunakan jumlah karyawan, volume penjualan, dan nilai aset. Selain itu, pengawasan yang efektif oleh pengawas independen dan kepemilikan organisasi dapat mendorong manajemen untuk menerapkan dan mengungkapkan praktik tanggung jawab sosial perusahaan dengan lebih baik.

Kaitan Antar Variabel

Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang sangat mempengaruhi valuasi suatu bisnis. Profitabilitas usaha dianggap rendah, yang juga menyebabkan penurunan nilai usaha karena usaha dianggap tidak dapat menghasilkan keuntungan. Sebaliknya jika laba dianggap baik maka nilai atau nilai

perusahaan akan meningkat atau meningkat. Profitabilitas digunakan untuk menentukan kesehatan keuangan bisnis. Perusahaan yang dianggap sehat dapat memperoleh keuntungan yang merupakan indikasi dari nilai perusahaan, sehingga hal ini mempengaruhi nilai perusahaan.

Leverage dengan Nilai Perusahaan. *Leverage* mewakili kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban finansialnya jika terjadi likuidasi. Semakin tinggi leverage, semakin tinggi risiko investasi. Biasanya, risiko leverage rendah dipegang oleh perusahaan dengan *leverage* rendah. Oleh karena itu, ketika rasio leverage tinggi, itu akan menunjukkan bahwa perusahaan tidak dapat diandalkan, yang berarti jumlah utang yang dimiliki perusahaan melebihi jumlah total aset yang dimilikinya.

Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang merepresentasikan nilai total aset, penjualan, penjualan rata-rata dan total aset. Ukuran perusahaan mungkin mempengaruhi nilai perusahaan. Lagi pula, semakin besar perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mengumpulkan modal baik secara internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan mencerminkan kekayaan perusahaan. Perusahaan besar dapat meningkatkan keuntungan dan nilai pemegang saham. Perusahaan besar mempunyai lebih banyak peluang menambah nilai pemegang saham karena mereka memiliki akses yang lebih baik mengenai pembiayaan utang dibanding perusahaan yang kecil.

Pengembangan Hipotesis

Menurut penelitian, profitabilitas berhubungan signifikan dengan nilai perusahaan (Mufidah & Utiyati, 2021), (Mangantar & Untu, 2021) dan (Soge & Brata, 2020). Namun penelitian lain menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Putra & Gantino, 2019), (Masitoh et al., 2021) dan (Bagaskara et al., 2021).

H1: Profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

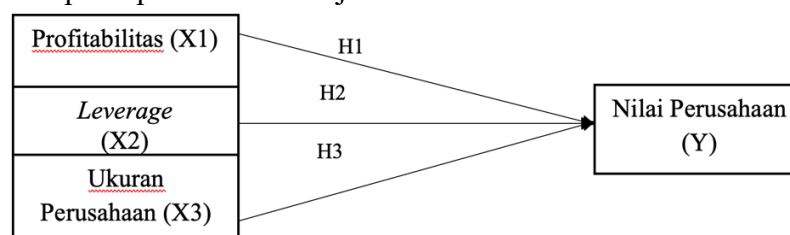
Menurut hasil penelitian, leverage memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Putra et al., 2021) dan (Radja et al., 2020). Namun, yang lain percaya bahwa kepemilikan organisasi tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan (Farizki et al., 2021) dan (Bagaskara et al., 2021).

H2: Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut hasil penelitian, ukuran perusahaan mempunyai korelasi positif dan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Farizki et al., 2021) dan (Bagaskara et al., 2020). Namun ada juga yang berpendapat bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Jannah et al., 2022) dan (Putra et al., 2021).

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kerangka konseptual penelitian ini dijelaskan di bawah ini:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Metodologi

Metodologi penelitian adalah studi kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dari BEI periode 2019-2021. Setelah pemilihan sampel, metode pengambilan sampel adalah purposive sampling. Perusahaan sektor konsumen utama dengan kriteria 1) perusahaan yang terdaftar sebelum tahun 2019-2021, 2) perusahaan tersebut tidak menggunakan mata uang asing. Ada total 58 perusahaan yang memenuhi syarat. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Operasional Variabel Dan Pengukuran

Variabel	Ukuran	Skala
Profitabilitas (X_1)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio
Leverage (X_2)	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal Sendiri}} \times 100\%$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X_3)	$Size = LN (\text{Total Asset})$	Nominal
Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{BV}$	Rasio

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Pengujian hipotesis klasik. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dilakukan uji hipotesis klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji varians, dan uji autokorelasi. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (KS) 1 sampel yang menunjukkan nilai Asymp adalah 0.226 lebih besar dari 0.05, yang berarti bahwa data telah berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.0 sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Uji varians menggunakan uji Glejser dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, utang dan ukuran perusahaan semuanya lebih besar dari 0.05, sehingga tidak terbukti adanya varians. Uji autokorelasi mendapat nilai signifikan lebih besar dari 0.05, sehingga tidak terjadi autokorelasi.

Hasil (Uji-t) dilakukan setelah semua pengujian hipotesis telah sesuai persyaratan dan hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.677	1.622		-4.116	.000
	X1	20.689	1.919	.583	10.780	.000
	X2	1.589	.255	.252	6.243	.000
	X3	.223	.063	.215	3.544	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data penulis

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = - 6.677 + 20.689X_1 + 1.589X_2 + 0.223X_3$$

Konstanta α sebesar -6,677 menunjukkan bahwa profitabilitas (X_1), leverage (X_2) dan ukuran perusahaan (X_3) adalah konstan, sehingga harga saham adalah -6,677. Koefisien regresi profitabilitas sebesar 20,689. Jika variabel laba dinaikkan satu satuan, maka nilai perusahaan juga akan naik sebesar 20.689 jika X_2 dan X_3 tetap atau nilainya nol (0). Koefisien regresi leverage adalah 1,589. Artinya variabel leverage naik satu, maka nilai perusahaan juga naik menjadi 1589 dengan asumsi X_1 dan X_3 tetap konstan atau bernilai nol (0). Koefisien regresi untuk ukuran perusahaan adalah 0,223. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, dalam hal ini nilai perusahaan juga meningkat sebesar 0,223 jika X_1 dan X_2 tetap atau nilainya nol (0).

Untuk mengetahui korelasi variabel independen dengan variabel dependen dilakukan uji determinan. Besarnya koefisien determinasi adalah 0.807 atau 80.7%. Hal ini dapat dijelaskan jika variabel independen dalam penelitian ini yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah 0.807 atau 80.7%, sisanya 19.3% dipengaruhi oleh variabel selain penelitian ini.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berhasilnya profitabilitas bisa tercapai, disebabkan adanya potensi perusahaan dalam keberhasilannya mendapatkan profit atau keuntungan. Hal ini dapat membuat investor merasakan keberhasilan profitabilitas perusahaan. Kesuksesan ini tentunya akan membuat para investor semakin banyak menanamkan modalnya karena diyakini keuntungan yang diperoleh akan semakin besar karena investor semakin banyak menanamkan modalnya. Perusahaan yang dianggap menguntungkan, semakin tinggi nilai perusahaan karena permintaan saham meningkat. Jika dihubungkan berdasarkan teori keagenan, semakin tinggi rasio leverage, semakin banyak informasi tambahan yang harus diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Informasi tambahan ini sangat diperlukan bagi pemegang obligasi, karena dengan adanya informasi tambahan ini akan terhapus keraguan pemegang obligasi untuk melaksanakan haknya sebagai kreditur. Akibatnya, perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi sangat mungkin melanggar kontrak utang yang telah ditentukan sebelumnya, yang pada akhirnya membuat para pemimpin bisnis melaporkan laba saat ini yang lebih tinggi dengan mengurangi biaya.

Oleh karena itu, perlu adanya keterbukaan antara prinsipal dan agen, karena dengan keterbukaan tersebut konflik mengenai agen dapat dihindari dan tujuan utama antara prinsipal dan agen dapat tercapai yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Selain itu hal ini juga berkaitan dengan teori sinyal. Menurut investor, sinyal negatif ditimbulkan oleh adanya total aset perusahaan yang terlampau besar jika dilihat dari ukuran sebuah perusahaan. Investor berasumsi jika sebuah perusahaan mempunyai aset total yang besar, bisa terindikasi mematok keuntungan ditahan lebih tinggi daripada deviden yang akan dibagi pada investor. Dalam hal ini, nilai perusahaan dan harga saham dipengaruhi ketika perusahaan masih mempertahankan *profit* ketimbang membagikannya untuk

deviden. Bisa terlihat dari sini, ketika ukuran sebuah perusahaan menunjukkan peningkatan, maka yang akan timbul adalah turunnya nilai perusahaan.

Penutup

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya dilakukan selama 3 tahun dari tahun 2019-2021 dan Hanya dibuat di fasilitas produksi makanan dan minuman yang tercatat di BEI sehingga data yang diuji terbatas dan penelitian tidak dapat menggambarkan dengan lebih luas. Bagi peneliti selanjutnya peneliti berharap dapat melakukan penelitian dalam sektor berbeda dan menambahkan beberapa variabel yang belum ada dalam penelitian tersebut dan mampu menambah luas penelitian karena memberi variasi penelitian, seperti memasukkan kategori perusahaan lain.

Daftar Pustaka

- Baihaqi. (2021). *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Kondisi Kedaruratan Pandemi Covid-19*. 72–84. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Cicilia, C., & Lindrawati, L. (2021). Performance With Good Corporate Governance As Moderation. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 9(2), 33–47. <https://doi.org/10.21107/jaffa.v9i2.12041>
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(September), 1–17.
- Fana, A. A. A. A., & Prena, G. Das. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2), 17–29. <https://doi.org/10.38043/jiab.v6i2.3168>
- Hasibuan, M. E., & Wirawati, N. G. P. (2020). The Effect of Financial Performance , Good Corporate Governance , Corporate Social Responsibility on Company Value (Empirical Study on Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2019). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 391–397.
- Hermawan, S., Hanif, A., Biduri, S., Nurasik, & Wijayanti, P. (2021). Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, and Good Corporate Governance on Banking Financial Performance in Indonesia. *Proceedings of 2nd Annual Management, Business and Economic Conference (AMBEC 2020)*, 183(Ambec 2020), 10–16. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210717.003>
- Lin, W. L., Ho, J. A., Ng, S. I., & Lee, C. (2020). Does corporate social responsibility lead to improved firm performance? The hidden role of financial slack. *Social Responsibility Journal*, 16(7), 957–982. <https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2018-0259>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008>
- Martini, N. N. P., Ekasari, N., & Susbiyani, A. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility , Firm Size Dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan dan Firm Value Pada Perusahaan LQ 45 Yang Listed Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal*

- Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 215–229.
- Md Nasir, N. A., & Hashim, H. A. (2020). Corporate governance performance and financial statement fraud: evidence from Malaysia. *Journal of Financial Crime*, 28(3), 797–809. <https://doi.org/10.1108/JFC-09-2020-0182>
- Novtaviani, R. (2021). Pengaruh Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan: Sebelum & Sesudah Merger & Akuisisi. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 175–183. <https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10885>
- Oana Pinte, M., Pop, A. M., Dan Gavriltea, M., & Sechel, I. C. (2020). Corporate governance and financial performance: evidence from Romania. *Journal of Economic Studies*. <https://doi.org/10.1108/JES-07-2020-0319>
- Partalidou, X., Zafeiriou, E., Giannarakis, G., & Sariannidis, N. (2020). The effect of corporate social responsibility performance on financial performance: the case of food industry. *Benchmarking*, 27(10), 2701–2720. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2019-0501>
- Permatasari, I. (2020). Does corporate governance affect bank risk management? Case study of Indonesian banks. *International Trade, Politics and Development*, 4(2), 127–139. <https://doi.org/10.1108/itpd-05-2020-0063>
- Rizqia Muharramah, D., & Zulman Hakim, M. (2021). *Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. 2017, 569–576. <https://www.idx.co.id/>
- Robi Ridhayatul Gaos, R. M. (2020). *Pengaruh Corporate Governance Dan firm Size Terhadap Financial Distress*. 19(1), 13–24.
- Sari, I. M., Anugrah, R., & Nasir, A. (2020). Effect of Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Financial Performance. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 8(2), 2975–2987. <https://doi.org/10.21107/jaffa.v8i2.7449>
- Subarnas, D., & Gunawan, Y. (2019). Effect of Good Corporate Governance on Profitability. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 7(2), 90–96. <https://doi.org/10.21107/jaffa.v7i2.6721>