

Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2023)

Lilik Agiant Purwira Tomiriyyah¹, Fadjar Harimurti²

^{1,2}Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Abstrak

Kinerja keuangan merupakan tingkat keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan dalam memperoleh hasil dari pengelolaan keuangan yang baik. Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi cerminan penting bagi perusahaan, sekaligus sebagai modal utama dalam meningkatkan nilai perusahaan serta bentuk kepedulian terhadap masyarakat sekitar. Reputasi perusahaan juga menjadi aspek krusial dalam dunia bisnis; hal ini dikarenakan reputasi tidak hanya dibangun untuk konsumen, tetapi juga di mata pemangku kepentingan dan masyarakat luas. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR dan reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, dengan sumber data berupa data sekunder. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 56 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji deskriptif, regresi linier berganda, serta uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Selain itu, dilakukan juga uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dan reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Reputasi Perusahaan, Kinerja Keuangan.

Abstract

Financial performance is the level of success achieved by a company in obtaining results from good financial management. Corporate Social Responsibility (CSR) is an important reflection for companies, as well as a major asset in increasing company value and a form of concern for the surrounding community. Company reputation is also a crucial aspect in the business world; this is because reputation is not only built for consumers, but also in the eyes of stakeholders and the wider community. This study was conducted on insurance companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The purpose of this study is to determine the influence of CSR and company reputation on financial performance. The data used is quantitative data, with secondary data as the data source. The sample in this study consisted of 56 companies. The data analysis techniques used include descriptive tests, multiple linear regression, and classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and autocorrelation tests. In addition, hypothesis testing was also conducted using the coefficient of determination (R^2), t-test, and F-test. The results of the study indicate that CSR and company reputation have a positive impact on financial performance.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Company Reputation, Financial Performance.

Copyright (c) 2025 Fadjar Harimurti

 Corresponding author :

Email Address : fadjarharimurti@gmail.com

PENDAHULUAN

Kinerja keuangan merupakan indikator penting dalam menilai tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif. Menurut Sanjaya Surya (2018:282) dalam Nikmah (2021), kinerja keuangan adalah tingkat kesuksesan yang dicapai

oleh perusahaan dalam menghasilkan hasil dari pengelolaan keuangan yang baik. Dalam praktiknya, kinerja keuangan memungkinkan pimpinan perusahaan untuk menentukan alokasi dana, baik untuk investasi aktiva tetap maupun pembiayaan eksternal guna memaksimalkan laba (Guest, 2022). Firdausi et al. (2018) menyatakan bahwa kinerja keuangan mencerminkan seberapa baik perusahaan menjalankan aktivitas bisnis berdasarkan prinsip dan aturan keuangan yang benar dan tepat.

Dalam mengevaluasi kinerja keuangan, digunakan berbagai rasio keuangan yang memberikan gambaran mengenai kondisi dan prestasi keuangan perusahaan. Rahayu (2020:7) mengelompokkan indikator kinerja keuangan ke dalam tiga kategori utama: (1) rasio profitabilitas, yang mengukur kemampuan menghasilkan laba atas investasi; (2) tingkat pertumbuhan, yang mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di tengah pertumbuhan ekonomi dan persaingan pasar; serta (3) efisiensi operasional, yang mengukur efektivitas dalam penggunaan aset dan pengambilan keputusan investasi.

Sektor asuransi di Indonesia menghadapi tantangan tersendiri. Menurut Kontan.co.id, saham-saham asuransi umumnya memiliki kapitalisasi pasar kecil dan likuiditas yang rendah, sehingga pergerakannya kurang menarik bagi investor yang mengejar keuntungan dari fluktuasi harga. Valuasi saham asuransi juga dinilai kurang menarik karena harga saham yang relatif mahal tidak sebanding dengan kinerja dan prospek pertumbuhannya. Investor institusional juga cenderung menghindari saham ini karena kesulitan dalam menjual kembali dalam jumlah besar tanpa mempengaruhi harga pasar.

Salah satu emiten yang baru melakukan IPO adalah PT Asuransi Digital Bersama (ADB), yang menawarkan 412.087.500 saham atau 12,3% dari total modal, dengan potensi perolehan dana mencapai Rp45,32 miliar. ADB dinilai memiliki potensi pertumbuhan lebih tinggi dibandingkan asuransi konvensional karena pendekatan berbasis teknologi. Namun, ADB tetap menghadapi tantangan likuiditas rendah dan minat investor yang terbatas.

Dalam konteks ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan reputasi perusahaan menjadi faktor penting. CSR tidak hanya merupakan kewajiban hukum, sebagaimana diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 (1) dan PP No. 47 Tahun 2012, tetapi juga bagian dari strategi perusahaan untuk meningkatkan nilai dan keberlanjutan bisnis. CSR adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Okegbe & Egbunike, 2016).

POJK No. 51/POJK.03/2017 memperkuat pentingnya pelaporan keberlanjutan oleh perusahaan publik, yang mengharuskan transparansi dalam aspek keuangan, sosial, dan lingkungan. Praktik CSR yang baik tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga dapat memberikan kontribusi nyata terhadap kinerja keuangan, seperti yang ditemukan oleh Oktavianus et al. (2022) dan Nguyen et al. (2021). CSR dapat menjadi pendorong utama dalam meningkatkan reputasi perusahaan serta daya tarik investor.

Reputasi perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang berperan penting dalam kelangsungan bisnis jangka panjang. García-Meca dan Palacio (2018) menegaskan bahwa dewan direksi, khususnya komisaris independen, memiliki peran strategis dalam membentuk reputasi melalui fungsi monitoring dan transparansi. Reputasi yang kuat dapat memperkuat kepercayaan stakeholder, meningkatkan nilai perusahaan, serta mendorong kinerja keuangan yang lebih baik (Jao et al., 2020; Widyadmono & Harsono, 2019).

Penelitian oleh Adnyani et al. (2020) dan Uci Rosalinda et al. (2022) juga menegaskan bahwa CSR dan reputasi perusahaan secara signifikan mempengaruhi nilai dan kinerja keuangan perusahaan. Dalam industri asuransi yang sangat bergantung pada kepercayaan publik, strategi yang berfokus pada pembangunan reputasi dan pelaksanaan CSR yang konsisten dapat menjadi pembeda kompetitif yang signifikan.

Dengan meningkatnya tuntutan dari investor, konsumen, dan regulator terhadap transparansi dan tanggung jawab sosial, memahami hubungan antara CSR, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan menjadi sangat penting, khususnya bagi perusahaan asuransi di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara

empiris pengaruh CSR dan reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

METODOLOGI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2023. Kinerja keuangan sebagai variabel dependen diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA), sedangkan variabel independen terdiri dari CSR yang diukur berdasarkan pengungkapan dalam laporan keberlanjutan, serta reputasi perusahaan yang dihitung menggunakan rasio *Market to Book Value* (MtB).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan-perusahaan asuransi yang dipublikasikan melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id). Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI pada periode 2020–2023, yang berjumlah 14 perusahaan. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil dan seluruhnya memenuhi kriteria data, maka teknik sensus digunakan dengan menjadikan seluruh perusahaan tersebut sebagai sampel penelitian.

Data dikumpulkan melalui metode dokumentasi, yaitu dengan mengakses dokumen-dokumen publik seperti laporan keuangan dan laporan keberlanjutan tahunan. Seluruh informasi diperoleh dari sumber resmi yang dapat diverifikasi.

Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut. Kinerja keuangan diukur dengan rasio ROA, yaitu perbandingan antara laba bersih dan total aset, yang dirumuskan sebagai

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

CSR diukur menggunakan metode *dichotomous scoring* berdasarkan indeks pengungkapan GRI 4.0, dengan nilai 1 jika suatu item diungkapkan dan 0 jika tidak. Nilai CSR dihitung dengan rumus:

$$CSR_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Di mana:

x_{ij} adalah skor tiap item.

n_j adalah jumlah item relevan.

Sementara itu, reputasi perusahaan diukur menggunakan rasio *Market to Book Value* (MtB) dengan rumus

$$MtB = \frac{\text{Market Value}}{\text{Book Value of Equity}}$$

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, seperti nilai rata-rata, median, standar deviasi, nilai minimum, dan maksimum. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan model regresi $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$, di mana Y adalah ROA, X1 adalah CSR, dan X2 adalah reputasi perusahaan.

Untuk menjamin validitas model, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas (menggunakan Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (dengan nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10), uji heteroskedastisitas (menggunakan uji Glejser), dan uji autokorelasi (menggunakan Run Test). Uji hipotesis dilakukan melalui uji t untuk

mengetahui pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen, dan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan. Terakhir, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam model regresi yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai distribusi data dari masing-masing variabel penelitian, yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR), reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan.

Berdasarkan hasil analisis, nilai rata-rata CSR sebesar 0,2437, dengan nilai minimum 0,05 dan maksimum 0,49. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan asuransi tergolong sedang, dengan variasi yang cukup signifikan. Pengukuran CSR dilakukan dengan metode indeks pengungkapan berdasarkan GRI-G4, yang mencakup 91 indikator keberlanjutan.

Untuk reputasi perusahaan yang diukur dengan rasio *Market to Book Value*, diperoleh nilai rata-rata sebesar 35.230,71, dengan nilai minimum 0,00 dan maksimum 447.665,16. Skewness data menunjukkan distribusi yang sangat menceng ke kanan, menandakan adanya perbedaan signifikan antar perusahaan dalam nilai pasar terhadap nilai bukunya.

Sementara itu, kinerja keuangan yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) memiliki rata-rata sebesar 0,0195, dengan nilai minimum -0,09 dan maksimum 0,06. Nilai ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan asuransi memiliki ROA yang cukup rendah, bahkan terdapat perusahaan dengan kinerja negatif.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance sebesar 0,704 ($>0,10$) dan VIF sebesar 1,419 (<10), yang berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Autokorelasi

Dengan nilai *p-value* sebesar 0,180 ($>0,05$), hasil *Runs Test* menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Menggunakan uji Glejser, nilai signifikansi untuk CSR sebesar 0,333 dan untuk reputasi perusahaan sebesar 0,888 ($>0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa model bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai *p-value* sebesar 0,200 ($>0,05$), yang menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = -3,986 - 0,034X_1 + 0,044X_2 + \varepsilon$$

Hasil analisis menunjukkan bahwa:

- 1) Koefisien CSR negatif (-0,034), namun tidak signifikan (sig = 0,871).
- 2) Koefisien reputasi positif (0,044) dan signifikan (sig = 0,020).

Uji Hipotesis**Uji t (Parsial)**

- 1) CSR (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan ($\text{sig} = 0,871 > 0,05$).
- 2) Reputasi perusahaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan ($\text{sig} = 0,020 < 0,05$).

Uji F (Simultan)

Nilai F-hitung sebesar 4,481 dengan signifikansi $0,017 < 0,05$, artinya CSR dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 sebesar 0,172 mengindikasikan bahwa 17,2% variasi kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh CSR dan reputasi perusahaan, sementara sisanya (82,8%) dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Pembahasan**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan**

Meskipun CSR merupakan bentuk komitmen sosial perusahaan yang diyakini berdampak positif terhadap persepsi publik dan keberlanjutan bisnis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan ($p = 0,871$). Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya kualitas atau konsistensi pengungkapan CSR, serta persepsi investor yang belum sepenuhnya mempertimbangkan aspek sosial dalam pengambilan keputusan investasi. Hasil ini berbeda dengan penelitian Uci Rosalinda et al. (2022) dan Hidayati & Rosidi (2024), yang menemukan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan

Hasil menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan ($p = 0,020$). Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor dan stakeholder, serta memberikan keuntungan kompetitif jangka panjang. Hal ini sejalan dengan temuan Hidayati & Rosidi (2024) dan Jao et al. (2022) yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan reputasi baik cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih unggul.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) dan reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR, maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan. Demikian pula, reputasi perusahaan yang baik berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan, yang mencerminkan kepercayaan dan persepsi positif dari para pemangku kepentingan.

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, informasi mengenai CSR dalam laporan tahunan perusahaan tidak selalu lengkap dan penggunaan bahasa yang berbeda dengan standar GRI menyebabkan kesulitan dalam proses pengkodean data. Kedua, ketersediaan dan kualitas data CSR, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan tidak tersedia secara merata dan konsisten di seluruh perusahaan asuransi yang menjadi sampel penelitian, sehingga dapat mempengaruhi validitas hasil penelitian.

Berdasarkan hasil dan keterbatasan yang ditemukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain dan memperluas cakupan tahun penelitian agar dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Kedua, penting untuk memperdalam pemahaman mengenai definisi dan indikator CSR agar dapat menyesuaikan

dengan beragam format dan terminologi dalam laporan tahunan. Ketiga, peneliti dianjurkan untuk memilih objek penelitian pada perusahaan dengan skala yang lebih besar atau lintas sektor agar dapat mengevaluasi pengaruh CSR dan reputasi dalam konteks industri yang lebih luas.

Referensi :

- Adnyani, N. P. S., Endiana, I. D. M., & Arizona, P. E. (2020). Pengaruh penerapan good corporate governance dan corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 2(2), 228–249.
- Akbar, K. F., & Dewayanto, T. (n.d.). Analisis pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan efek moderasi manajemen laba.
- Anggakara, M. (2022). Pengertian reputasi dan pentingnya reputasi bagi perusahaan. *LinovHR*. <https://www.linovhr.com/reputasi-perusahaan/>
- Ang, J., Murhadi, W. R., & Ernawati, E. (2020). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan dan earning management sebagai variabel moderasi. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.24123/jerb.v1i1.2820>
- Azzahra, N., & Widiastuty, E. (2023). Peran reputasi perusahaan sebagai pemediasi pada pengaruh pengungkapan website CSR terhadap kinerja bisnis perusahaan. *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 6(1), 33–54.
- Bravo, F., Abad, C., & Briones, J. L. (2015). The board of directors and corporate reputation: An empirical analysis. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28(3), 359–379. <https://doi.org/10.1108/ARLA-07-2013-0096>
- Dahlan, P. P., Asad, A., & Razak, S. R. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Food and Beverages). *Center of Economic Students Journal*, 6(3), 293–307.
- Hasrullah. (2021). Pengaruh good corporate governance dan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di bidang energi dan mineral.
- Hidayati, A., & Rosidi, R. (2024). Pengaruh green accounting, corporate social responsibility (CSR), dan reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 23(1), 78–90. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v23i1.297>
- Inas, S. A. S. (2022). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI).
- Jannah, M., Budiandriani, B., & Ajmal, A. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia. *CESJ: Center Of Economic Students Journal*, 5(1).
- Jao, R., Tangke, P., Holly, A., & Loandy, B. K. (2022). Peran mekanisme good corporate governance dalam meningkatkan reputasi perusahaan serta dampaknya terhadap kinerja keuangan. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 138–158. <https://doi.org/10.24252/assets.v1i1.27907>
- Lamidi, dkk. (2023). *Praktik aplikasi komputer statistik dengan software SPSS*. UNISRI Press.
- Mayliza, R., & Maihidayah, N. (2022). Dampak pengungkapan CSR dan reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016–2020. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(2), 364–373. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i2.512>
- Naek, T., & Tjun Tjun, L. (2020). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2017. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 123–136. <https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2323>

- Nurasisah, N., & As' ad, A. (2022). Analisis Proses Manajemen Risiko Perbankan dalam Mengendalikan Risiko Kredit. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(2), 32-39.
- Oktavianus, L. C., Randa, F., Jao, R., & Praditha, R. (2022). Kinerja keuangan dan reputasi perusahaan: Studi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 218–227. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.218-227>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suaidah, Y. M., & Kartini Putri, C. A. (2020). Pengaruh kinerja lingkungan dan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 3(2), 101–109. <https://doi.org/10.26533/jad.v3i2.666>
- Trian Fisman Adisaputra, Suherwin, Nurarsy, M., Mariska, L., Syam, S., Azzahra, A., Huda, N., & Agriyaningsih, P. (2023). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 63–73. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5318>
- Triana, N., Mus, A. R., Asad, A., & Hamzah, F. F. (2023). Pengaruh Manajemen Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Subsektor Kimia 2017-2021). *Center of Economic Students Journal*, 6(2), 239–252.
- Uci Rosalinda, U., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2022). Literature review pengaruh GCG, CSR dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 667–673. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6.1108>
- Utami, P. (2017). *Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan high profile terbuka di Indonesia* (Skripsi). Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Walker, K. (2010). A systematic review of the corporate reputation literature: Definition, reputation measurement, and theory. *Corporate Reputation Review*, 12(4), 357–387. <https://doi.org/10.1057/crr.2009.26>
- Wati, L. N. (2019). *Model corporate social responsibility (CSR)*. Myria Publisher.