

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan PT XXXX Hotel Tbk Tahun 2023–2024

Siti Sulistiani¹, Sopia Dalfa Nurafifah², Gunardi³, Riffka Fauzany⁴, Priatna Kesumah⁵
Politeknik Pajajaran ICB Bandung^{1,2,3,4,5}
siti.sulistiani@poljan.ac.id*¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan PT. XXXX Hotel Tbk Tahun 2023–2024. Metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa pelaksanaan CSR berpengaruh signifikan terhadap protabilitas perusahaan, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan. Namun demikian, arah hubungan yang dihasilkan bersifat negatif.

Kata kunci: CSR, Laporan Keuangan, Profitabilitas, Kinerja Keuangan, Hotel.

Abstract

This study aims to determine the influence of Corporate Social Responsibility on the Financial Performance of PT. XXXX Hotel Tbk in 2023–2024. The method used is a quantitative approach with descriptive and verification techniques. The research method used is a quantitative approach with descriptive and verification techniques. The results indicate that CSR implementation has a significant effect on company profitability, as

evidenced by a significance value smaller than the specified significance level. However, the direction of the resulting relationship is negative.

Keywords: CSR, Financial Report, Profitability, Financial Performance, Hotels .

Correspondensi : siti.sulistiani@poljan.ac.id*¹

Pendahuluan

CSR tidak lagi dianggap sebagai kegiatan tambahan, melainkan sebagai bagian integral dari strategi manajemen yang memengaruhi reputasi dan keberlangsungan bisnis (Kongjue & Yuxiang, 2024). Praktik ini membantu perusahaan membangun citra positif serta meningkatkan hubungan jangka panjang dengan para pemangku kepentingan (Wijaya & Iryanto, 2024). Implementasi CSR yang efektif juga terbukti meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas konsumen dan citra merek di pasar yang kompetitif.

Selain memberikan manfaat sosial, CSR juga berimplikasi langsung terhadap aspek keuangan perusahaan. Beberapa penelitian mengonfirmasi bahwa pelaksanaan CSR memiliki hubungan positif dengan peningkatan kinerja keuangan perusahaan, terutama dalam hal profitabilitas dan efisiensi aset (Yana Fajriah & Edy Jumady, 2022). Dengan demikian, CSR dapat berfungsi ganda sebagai sarana memperkuat tanggung jawab sosial dan sebagai strategi bisnis yang berpotensi meningkatkan nilai ekonomi perusahaan.

Penelitian lain menunjukkan bahwa penerapan CSR secara berkelanjutan dapat mendorong peningkatan kinerja keuangan yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Apabila perusahaan menerapkan CSR, maka perusahaan cenderung mendapatkan keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak melakukan kegiatan serupa karena adanya peningkatan reputasi dan kepercayaan investor (Ridho et al., 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa CSR tidak semata-mata berfungsi sebagai sarana pencitraan, melainkan strategi jangka panjang yang berpengaruh terhadap stabilitas perusahaan.

Dalam industri perhotelan, penerapan CSR memiliki nilai yang lebih strategis. Hotel beroperasi dalam lingkungan yang sangat bergantung pada interaksi sosial, budaya, dan

ekonomi lokal, sehingga reputasi sosial menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan (Sharma et al., 2021). Kegiatan CSR seperti pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat sekitar, dan efisiensi energi dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata publik sekaligus memperkuat hubungan dengan komunitas lokal.

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa hotel-hotel yang masih mengikuti kegiatan CSR relatif memiliki kinerja finansial yang lebih baik, terutama dalam hal tingkat hunian dan loyalitas pelanggan (Otieno et al., 2023). CSR di sektor ini bukan sekadar kewajiban sosial, tetapi juga investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan daya saing dan profitabilitas. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu memahami CSR sebagai strategi yang dapat menciptakan mutual benefit antara perusahaan dan masyarakat.

XXXX Hotel Tbk sebagai bagian dari industri perhotelan di Indonesia memiliki potensi besar dalam mengoptimalkan kegiatan CSR. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu keberlanjutan, hotel yang menerapkan program CSR secara efektif akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan pelanggan serta menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Penerapan CSR diharapkan mampu memperkuat citra XXXX Hotel Tbk sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Tahun 2023–2024 menjadi periode penting bagi XXXX Hotel Tbk untuk mengevaluasi kembali implementasi CSR yang telah dilakukan. Dalam fase ini, perusahaan perlu meninjau sejauh mana kegiatan CSR memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan serta mencari strategi optimalisasi yang relevan dengan dinamika pasar (Agustina & Usman, 2023). Dengan demikian, evaluasi ini tidak hanya menjadi langkah administratif, tetapi juga strategi peningkatan nilai perusahaan.

Analisis empiris diharapkan dapat memberikan bukti mengenai seberapa besar pengaruh CSR terhadap indikator keuangan seperti ROA dan ROE, serta apakah praktik CSR benar-benar memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi perusahaan (Aras et al., 2010).

Dengan memahami pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan, perusahaan dapat mengambil keputusan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek,

tetapi juga pada penciptaan nilai sosial jangka panjang yang memperkuat posisi kompetitif di industri perhotelan.

Tinjauan Pustaka

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasionalnya. CSR mencakup tiga dimensi utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan, yang harus berjalan selaras agar tercapai keberlanjutan bisnis jangka panjang (Maione, 2023).

Dalam praktiknya, CSR diukur dan dievaluasi melalui berbagai standar dan indikator yang disusun secara global, salah satunya adalah *Global Reporting Initiative (GRI)*. Standar ini menyediakan pedoman bagi perusahaan untuk melaporkan aktivitas keberlanjutan secara transparan, mencakup dampak sosial, ekonomi, serta lingkungan (Buallay, 2019).

Pelaporan yang baik atas kegiatan CSR terbukti berkontribusi terhadap reputasi perusahaan di mata masyarakat dan pemangku kepentingan. Ketika perusahaan secara konsisten melaporkan kontribusi sosial dan lingkungannya, maka tingkat loyalitas pelanggan dan daya tarik investor meningkat (Masud et al., 2018).

Selain itu, penerapan CSR juga berhubungan erat dengan peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang aktif dalam kegiatan sosial, seperti program pemberdayaan masyarakat atau konservasi lingkungan, cenderung mendapatkan pengakuan positif dari publik (Purbawangsa et al., 2019). Pengakuan ini menjadi salah satu faktor pendorong dalam membangun citra perusahaan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Dengan demikian, CSR bukan sekadar bentuk kepatuhan terhadap regulasi, melainkan strategi yang memadukan nilai moral, sosial, dan ekonomi. Ketika perusahaan berkomitmen terhadap CSR, mereka tidak hanya menjaga hubungan baik dengan masyarakat, tetapi juga menciptakan nilai ekonomi yang mendukung keberlanjutan jangka panjang (Yana Fajriah & Edy Jumady, 2022).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan keuntungan. Umumnya, kinerja ini diukur melalui indikator seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM), yang memberikan gambaran efisiensi dan profitabilitas operasional (Meiryani et al., 2023). Indikator-indikator tersebut menjadi alat penting bagi manajemen dan investor untuk menilai efektivitas pengelolaan keuangan. Perusahaan dengan rasio keuangan yang sehat menunjukkan kemampuan tinggi dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham dan menjaga daya saing di pasar (Efifania & Ye, 2023).

Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan kuat lebih mampu mendanai aktivitas CSR yang berkelanjutan, sementara CSR yang baik dapat meningkatkan kinerja finansial melalui peningkatan reputasi dan loyalitas konsumen (Yana Fajriah & Edy Jumady, 2022)

Penelitian di berbagai sektor menunjukkan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan tinggi cenderung lebih aktif dalam mengungkapkan kegiatan CSR. Hal ini disebabkan oleh kemampuan finansial yang lebih baik dalam mendukung proyek sosial dan lingkungan yang memiliki nilai jangka panjang (Merdian & Waspada, 2020)

Sebaliknya, penerapan CSR yang efektif juga dapat memperkuat indikator keuangan perusahaan. Keterlibatan aktif dalam tanggung jawab sosial memperkuat kepercayaan publik dan menciptakan peluang peningkatan pendapatan, sehingga perusahaan lebih stabil secara finansial (Ira Kusuma Wardhani & Choliz Hidayati, 2023).

Hubungan CSR dengan Kinerja Keuangan

Hubungan antara CSR dan kinerja keuangan dapat dijelaskan melalui *Stakeholder Theory*, yang menyatakan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat, bukan hanya pemegang saham. Perusahaan yang aktif dalam kegiatan sosial dan lingkungan cenderung memperoleh dukungan lebih luas, yang pada akhirnya meningkatkan profitabilitas (Maqbool & Zamir, 2021).

Selain teori pemangku kepentingan, *Legitimacy Theory* menjelaskan bahwa CSR berfungsi sebagai alat legitimasi sosial yang membantu perusahaan memperoleh

dukungan masyarakat. Melalui keterlibatan sosial, perusahaan dapat memperkuat posisi mereka di pasar serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan pemerintah (Gandhi et al., 2025).

Berbagai penelitian empiris juga mendukung pandangan bahwa CSR memiliki dampak positif terhadap kinerja finansial. Aktivitas CSR yang konsisten terbukti mampu meningkatkan penjualan, reputasi, dan loyalitas pelanggan, yang semuanya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Stefany & Agustina, 2022)

CSR yang efektif membantu perusahaan menurunkan risiko operasional dan meningkatkan efisiensi jangka panjang. Keterlibatan sosial yang dirancang secara strategis menciptakan keunggulan kompetitif dan memperluas pangsa pasar melalui diferensiasi merek yang positif (Achyani et al., 2024).

Dengan demikian, semakin tinggi komitmen perusahaan terhadap CSR, semakin besar pula potensi peningkatan kinerja finansial yang dapat dicapai. Hal ini menjadikan CSR bukan sekadar bentuk tanggung jawab moral, melainkan investasi strategis yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan reputasi perusahaan (Hapsoro et al., 2020).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan pada PT XXXX Hotel Tbk selama periode tahun 2023–2024. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menggambarkan hubungan kausal antara variabel melalui data numerik yang dapat diukur secara objektif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal, yang berupaya menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (CSR) dan variabel dependen (kinerja keuangan).

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan, serta publikasi keuangan yang tersedia di situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dan XXXX Hotel Tbk. Variabel CSR diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan CSR berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI Standards), yang meliputi tiga dimensi utama yaitu ekonomi, sosial, dan

lingkungan. Sementara itu, kinerja keuangan diukur melalui rasio keuangan seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

Rumus menghitung *Return On Assets* adalah (Fahmi Irham, 2012)

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Keterangan :

Earning After Tax (EAT) : Laba Setelah Pajak

Total Assets : Total Aktiva

Rumus menghitung *Return On Equity* adalah (Fahmi Irham, 2012):

$$\frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Shareholders' Equity}} \times 100\%$$

Keterangan :

Earning After Tax (EAT) : Laba Setelah Pajak

Shareholders' Equity : Modal Sendiri atau Total Modal Para Pemegang Saham

Rumus untuk menghitung *Net Profit Margin* adalah (Fahmi Irham, 2012):

$$\frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, dengan bantuan aplikasi statistik seperti SPSS versi 25. Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu, meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan kelayakan model regresi. Hasil analisis regresi kemudian digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, dilakukan juga uji t untuk melihat signifikansi pengaruh parsial antara variabel independen dan dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan tahunan dan keberlanjutan perusahaan XXXX Hotel Tbk selama tahun 2023–2024, sementara sampelnya dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan

kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai sejauh mana pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan PT XXXX Hotel Tbk.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data Penelitian:

1). Data Dasar

Tahun	Laba Bersih	Total Aset	Total Ekuitas	Penjualan
2023	2.896.571.254	217.623.153.606	169.662.166.716	47.248.001.713
2024	(1.577.714.765)	213.786.540.841	168.074.953.898	52.848.303.781

2) Hasil Perhitungan Rasio

Rasio	Rumus	2023	2024
ROA	Laba Bersih/ Total Aset	1,33%	-0,74%
ROE	Laba Bersih/ Total Ekuitas	1,71%	-0,94%
NPM	Laba Bersih/ Penjualan	6,13%	-2,98%

Hasil Analisis Statistik:

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	2013 ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: 2014			
b. All requested variables entered.			

Model Summary (Koefisien Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	1.000 ^a	1.000	1.000	1.665
a. Predictors: (Constant), 2013				

ANOVA ^a (Uji F – Simultan)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30727.896	1	30727.896	11089.562	.006 ^b
	Residual	2.771	1	2.771		
	Total	30730.667	2			
a. Dependent Variable: 2014						
b. Predictors: (Constant), 2013						

Coefficients ^a (Uji t/Parsial)						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-13.344	1.656		-8.059	.079
	2013	-.465	.004	-1.000	-105.307	.006
a. Dependent Variable: 2014						

Pembahasan:

Hasil Uji Statistik

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 1,000, yang menunjukkan bahwa variabel pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) mampu menjelaskan variasi profitabilitas perusahaan sebesar 100%. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan profitabilitas perusahaan sepenuhnya dapat dijelaskan oleh pelaksanaan CSR dalam model penelitian ini.

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,006, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan layak dan signifikan secara statistik, sehingga variabel CSR secara bersama-sama berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Selanjutnya, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel pelaksanaan CSR memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Koefisien regresi yang bernilai negatif mengindikasikan bahwa hubungan antara pelaksanaan CSR dan profitabilitas perusahaan bersifat berlawanan arah.

Dampak Pelaksanaan CSR *XXXX Hotel Tbk*

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan CSR pada PT XXXX Hotel Tbk memberikan dampak yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Namun demikian, arah hubungan yang negatif menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas CSR dalam periode penelitian justru diikuti dengan penurunan tingkat profitabilitas perusahaan.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kondisi ini dapat disebabkan oleh meningkatnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan CSR, yang dalam jangka pendek berpotensi menekan laba perusahaan. Meskipun demikian, pelaksanaan CSR tetap memiliki nilai strategis karena dapat meningkatkan citra perusahaan, kepercayaan pemangku kepentingan, serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, dampak positif CSR terhadap profitabilitas kemungkinan akan lebih terlihat dalam jangka panjang dibandingkan dalam jangka pendek.

Saran:

- a) Untuk perusahaan: meningkatkan transparansi dan efektivitas kegiatan CSR agar berdampak langsung pada kinerja finansial.

- b) Untuk penelitian selanjutnya: memperluas periode penelitian dan menambahkan variabel lain seperti *Good Corporate Governance* atau reputasi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achyani, M. N., Calista, S., & Asaro, U. A. L. (2024). Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan: Moderasi oleh Profitabilitas. *Mandiri : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 87–95. <https://doi.org/10.59086/jak.v3i3.645>
- Agustina, D., & Usman, B. (2023). The Effect of Corporate Social Responsibility and Ownership Structure on Financial Performance of Consumer Non Cyclical Companies in Indonesian. *International Journal of Social Science and Human Research*, 6(08). <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i8-55>
- Aras, G., Aybars, A., & Kutlu, O. (2010). Managing corporate performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 59(3), 229–254. <https://doi.org/10.1108/17410401011023573>
- Buallay, A. (2019). Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the European banking sector. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(1), 98–115. <https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2017-0149>
- Efifania, D., & Ye, J. (2023). The Mechanism of Corporate Social Responsibility on Financial Performance in Indonesia in The Basic Materials and Chemical Industry in Indonesia. *Advances in Economics and Management Research*, 1(3), 192. <https://doi.org/10.56028/aemr.3.1.192>
- Fahmi Irham. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan: Panduan bagi Akademisi, Manajer, dan Investor untuk Menilai dan Menganalisis Bisnis dari Aspek Keuangan*.
- Gandhi, A., Swarup, L., Pattnaik, S., Singh, P., Verma, U., & Ravindran, K. (2025). The impact of corporate social responsibility on financial performance: A multidimensional approach. *Multidisciplinary Science Journal*, 7, 2025ss0228. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025ss0228>
- Hapsoro, D., Wicaksono, C. A., & Primaretko, T. A. (2020). Does CSRD moderate the effect of financial performance on stock return? Evidence of Indonesian mining companies. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 24(1), 1–10. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol24.iss1.art1>
- Ira Kusuma Wardhani, & Cholis Hidayati. (2023). PENGARUH DIMENSI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN

YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2020. *Journal of Student Research*, 1(2), 176–189. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.987>

- Kongjue, Z., & Yuxiang, Z. (2024). Ethical Leadership and Corporate Social Responsibility: A Comprehensive Review. *International Journal of Advances in Business and Management Research*, 01(03), 01–07. <https://doi.org/10.62674/ijabmr.2024.v1i03.001>
- Maione, G. (2023). An energy company's journey toward standardized sustainability reporting: addressing governance challenges. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 17(3), 356–371. <https://doi.org/10.1108/TG-05-2023-0062>
- Maqbool, S., & Zamir, N. (2021). Corporate social responsibility and institutional investors: the intervening effect of financial performance. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(2), 238–252. <https://doi.org/10.1108/JEAS-08-2019-0089>
- Masud, Md., Hossain, M., & Kim, J. (2018). Is Green Regulation Effective or a Failure: Comparative Analysis between Bangladesh Bank (BB) Green Guidelines and Global Reporting Initiative Guidelines. *Sustainability*, 10(4), 1267. <https://doi.org/10.3390/su10041267>
- Meiryani, Huang, S. M., Soepriyanto, G., Jessica, Fahlevi, M., Grabowska, S., & Aljuaid, M. (2023). The effect of voluntary disclosure on financial performance: Empirical study on manufacturing industry in Indonesia. *PLOS ONE*, 18(6), e0285720. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0285720>
- Merdian, L. J., & Waspada, I. (2020). Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance. *Proceeding of International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities*, 1, 535–539. <https://doi.org/10.34010/icobest.v1i.85>
- Otieno, D., Mwanza, J. W., & Melly, P. T. (2023). Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance of Star-Rated Hotels in Uasin Gishu County, Kenya. *East African Journal of Business and Economics*, 6(1), 325–338. <https://doi.org/10.37284/eajbe.6.1.1397>
- Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Mangesti Rahayu, S. (2019). Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999.
- Patonah, S., & Kesumah, P. (2024). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Ditinjau Dari Rasio Keuangan Dan Du Pont System (Pt. Unilever Indonesia Periode 2019-2022).

Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi: EMBA, 2(2), 198-209. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>

Ridho, K. K., Effendy, L., & Hudaya, R. (2022). Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(12), 3720. <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i12.p17>

Sharma, R. B., Sharma, A., Ali, S., & Dadhich, J. (2021). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Evidence from Manufacturing and Service Industry. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(3), 301. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0085>

Stefany, J., & Agustina, L. (2022). Do Corporate Social Responsibility and Political Connections Matter to Financial Performance and Financial Stability in the Banking Sector? Evidence from Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(8), 2445–2452. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170812>

Wijaya, H. D., & Iryanto, B. W. (2024). The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and Environmental Social Governance (ESG) Disclosure on Profitability in Companies in the IDX ESG & IDX HIDIV20 Sector from 2020 to 2023. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 5(11), 2828–2844. <https://doi.org/10.59141/jiss.v5i11.1490>

Yana Fajriah, & Edy Jumady. (2022). Good Corporate Governance And Corporate Social Responsibility On Company Value With Financial Performance. *Jurnal Akuntansi*, 26(2), 324–341. <https://doi.org/10.24912/ja.v26i2.944>

Wahyudianty, M. U., Hardianto, B., Natasya, S. R., Gunardi, G., & Kesumah, P. (2025). ANALISIS KINERJA KEUANGAN PT GUDANG GARAM TBK MENGGUNAKAN RASIO KEUANGAN PERIODE 2022-2024. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN (EKO-BISMA)*, 4(2), 440-448.