

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING

¹Lailatus Sa'adah, ²Edi Sudiarto

^{1,2}STIE Malangkececwara

Abstract

The purpose of this study was to determine how the influence of Corporate Social Responsibility on the company's financial performance and to find out whether company size moderated the relationship between Corporate Social Responsibility and company performance. Determination of the sample is done using purposive sampling method, namely a sampling technique using certain considerations and limitations so that the selected sample is relevant to the research objectives. The number of samples obtained as many as 47 companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Data were analyzed by descriptive analysis, simple and multiple linear regression with Moderated Regression Analysis. The results of the analysis show that Corporate Social Responsibility has a significant positive effect on the company's financial performance. This means that the better the implementation of CSR by the company, the company's financial performance will increase. Second, the size of the company as a moderating variable has no significant effect on the relationship between CSR and the company's financial performance.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Company Financial Performance, Company Size*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan dan untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan kinerja perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik sampling dengan menggunakan pertimbangan dan batasan tertentu sehingga sampel yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 47 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data dianalisis dengan analisis deskriptif, regresi linier sederhana dan berganda dengan Moderated Regression Analysis. Hasil analisis menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka kinerja keuangan perusahaan akan semakin meningkat. Kedua, ukuran perusahaan sebagai variabel moderating secara signifikan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan Perusahaan, Ukuran Perusahaan*

Pendahuluan

Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar (*profit*). Melainkan juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), ini dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya. Hal tersebut sesuai dengan konsep *Triple BottomLine* Elkington, dimana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*) (Bisnissurabaya.com, 2017)

Menurut Hadi (2011) *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan

¹Email Address : ila@stie-mce.ac.id

Received 6 Juni 2022, Available Online 15 Juli 2022

melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Jadi masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (*profit*) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya *profit* akan dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Kusumadilaga, 2010). Hal ini akan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Di samping pentingnya *Corporate Social Responsibility* ini, manajemen perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola dana investor sehingga memberikan manfaat bagi mereka dan mencari sumber dana dari investor lain untuk mengembangkan bisnis. Perusahaan membuat laporan pertanggungjawaban di setiap tahunnya sebagai cerminan kinerja perusahaan ditahun itu kepada investor. Laporan tahunan juga berfungsi sebagai alat untuk menarik investor supaya menanamkan modalnya pada perusahaan. Dalam laporan tersebut terdapat laporan kinerja keuangan perusahaan. Laporan kinerja keuangan adalah gambaran dari kondisi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan melalui analisis rasio-rasio yang diantaranya ada analisis rasio profitabilitas. Kasmir (2015) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efektivitas perusahaan, semakin tinggi laba yang dihasilkan maka perusahaan tersebut semakin efektif. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut ROE (*Return on Equity*), ROA (*Return on Asset*) dan ROS (*Return on Sales*).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, diantaranya struktur modal, pertumbuhan pendapatan perusahaan, ukuran perusahaan, dan *loan to deposit ratio* (LDR). Ukuran perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi dan menentukan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Karena semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemampuan perusahaan tersebut dalam menghadapi masalah bisnis dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tinggi karena didukung oleh asset perusahaan yang besar sehingga kendala perusahaan seperti peralatan yang memadai dan sejenisnya dapat teratasi (Sambharakreshna 2010). Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan. (2) untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja perusahaan

Tinjauan Pustaka

Teori Keagenan

Sanjaya dan Wirawati (2016) mengatakan teori keagenan (*Agency Theory*) adalah teori yang menjelaskan hubungan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan prinsipal sebagai pihak pemilik, keduanya terikat dalam sebuah kontrak. Pemilik atau prinsipal adalah sebagai pihak yang melakukan evaluasi terhadap informasi yang berkaitan dengan perusahaan dan agen adalah sebagai pihak yang menjalankan kegiatan manajemen dan mengambil keputusan .

Teori Stakeholder

Dalam teori *stakeholder*, Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*) yang juga disebut sebagai tanggungjawab sosial (*social responsibility*) (Barnas dkk, 2016). Dari teori *stakeholder* ini, perusahaan perlu menjaga hubungan dalam stakeholder karena stakeholder dapat mengendalikan sumber-sumber ekonomi yang di

butuhkan perusahaan. Maka dari itu, perusahaan akan melakukan sesuatu yang bisa memuaskan keinginan stakeholder.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi ialah hubungan dua arah antara perusahaan dan masyarakat. Dasar dari hal tersebut ialah pandangan yang menyatakan bahwa perusahaan selalu berusaha menciptakan keharmonisan dan keselarasan antara nilai sosial dalam aktivitasnya dan norma yang berlaku dalam sistem sosial masyarakat bahwa perusahaan menjadi bagian dari sistem tersebut (Purwanto, 2011).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Hadi (2018) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu bentuk tindakan yang bersumber dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan serta keluarganya, dan tentunya peningkatan kualitas masyarakat sekitar secara lebih luas.

Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan ialah gambaran keadaan keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu baik yang menyangkut aspek penghimpunan dana ataupun penyaluran dana, biasanya diukur menggunakan indikator kecukupan modal, likuiditas, serta profitabilitas (Ruang Guru, 2019). Kinerja keuangan yang diukur menggunakan indikator profitabilitas dapat dihitung melalui rasio Return On Aset (ROA). Melalui rasio ROA, pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang didasarkan pada tingkat aktiva tertentu yang dimiliki atau upaya untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang dimiliki. Semakin tinggi nilai ROA sebuah perusahaan maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam mengelola aset yang dimiliki.

Ukuran Perusahaan

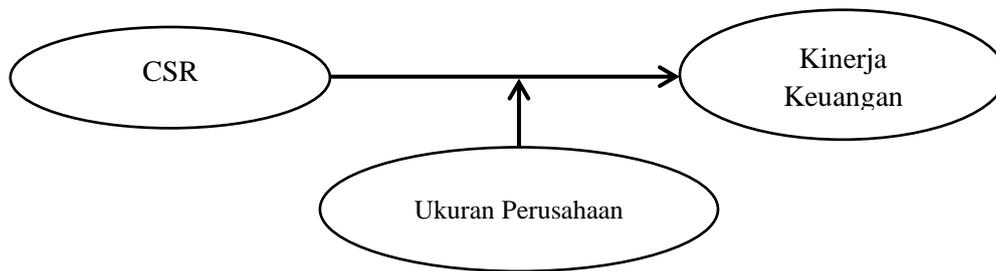
Ukuran perusahaan adalah suatu pengukuran yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil melalui total aktiva yang dimiliki perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat dan jumlah penjualan (Jasmine 2017). Perusahaan yang besar adalah perusahaan yang memiliki saham yang tersebar luas, setiap perluasan modal saham hanya akan berpengaruh kecil terhadap kemungkinan hilangnya pengendalian dari pihak yang dominan terhadap perusahaan bersangkutan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominal, misalnya total kekayaan dan jumlah penjualan dalam satu periode penjualan, maupun kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan dapat dilihat berdasarkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan.

Model Konseptual Penelitian.

Perusahaan yang berinvestasi pada *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan mendapatkan citra positif, reputasi yang baik dan goodwill sehingga akan mendapatkan banyak kemudahan dari para stakeholder dalam akses ekonomi, pasar dan bisnis dalam jangka panjang (Lako, 2011). *Return On Assets (ROA)* sebagai salah satu rasio yang diperhitungkan kalangan investor untuk mengetahui tingkat return atau imbal balik yang akan diterima atas seluruh aset yang dimiliki, apabila semakin besar tingkat imbal balik maka akan berdampak pada harga saham perusahaan di pasar modal yang akan meningkat juga. Adanya pelaksanaan CSR yang semakin baik akan memberikan dampak yang baik untuk kelangsungan kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominal, misalnya total kekayaan dan jumlah penjualan dalam satu periode penjualan, maupun kapitalisasi pasar. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Arifulsyah dan Nurulita, 2016)

menyatakan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dengan performance financial.



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

Perumusan Hipotesis;

H₁ : CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan

H₂ : CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara dua variabel atau lebih. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor pertambangan yaitu sub sektor pertambangan batubara, pertambangan minyak dan gas bumi, pertambangan logam dan mineral lainnya, pertambangan batubatuan dan sub sektor lain yang termasuk dalam sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019 berjumlah 47 Perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang peneliti tentukan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik MRA. Hal ini disebabkan penelitian ini akan menguji pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan dan akan menguji pengaruh ukuran perusahaan apakah akan memperlemah atau memperkuat dalam mempengaruhi hubungan antara variabel CSR dengan kinerja keuangan

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients B	Sig
Constant	0,008	0,849
CSR	0,267	0,019

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil analisis sederhana seperti pada Tabel 1 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,008 + 0,267X_1$$

Hipotesis pertama penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, koefisien regresi untuk variabel CSR sebesar 0,267 dan dibuktikan dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 atau $0,019 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dengan MRA

Model	Coefficients ^a	
	Standardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients B
Constant		-0,049
CSR		-0,143
Ukuran Perusahaan		0,044
CSR x Ukuran Perusahaan		-0,007

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil analisis berganda seperti pada Tabel 2 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,049 - 0,143X_1 + 0,044X_2 - 0,007X_1.X_2.$$

Dari hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui bahwa kinerja perusahaan periode 2018 - 2019 pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI sebesar 0,049 apabila tidak ada pengungkapan CSR (CSR = 0), tidak ada ukuran perusahaan (= 0) dan tidak ada interaksi CSR dengan ukuran perusahaan (CSR* ukuran perusahaan = 0). Kemudian besarnya koefisien dari masing-masing variabel independen sebagai berikut : (1) CSR mempunyai koefisien regresi sebesar -0,143 artinya setiap penambahan satu satuan variabel CSR, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,143. (2) Ukuran perusahaan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,044 artinya setiap penambahan satu satuan variabel ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,044 (3) Interaksi CSR dengan ukuran perusahaan, mempunyai koefisien regresi sebesar -0,007 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel interaksi, maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,007

Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Tabel 3. Hasil Uji t Persamaan 1

Model	Coefficients ^a	
	Standardized Coefficients B	Sig
Constant		0,894
CSR	0,298	0,019

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh variabel CSR memiliki nilai Coefficient Beta sebesar 0,298 dengan signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

Tabel 4. Hasil Uji t persamaan 2

Model	Coefficients ^a	
	Standardized Coefficients B	Sig

Constant		0,550
CSR	0,159	0,531
Ukuran Perusahaan	0,545	0,139
CSR x Ukuran Perusahaan	0,045	0,925

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 21

Untuk interaksi antara CSR dengan ukuran perusahaan pada Tabel 4 memiliki nilai Coefficient Beta sebesar 0,045 dengan signifikansi sebesar $0,925 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variabel moderating ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan.

Pembahasan

CSR Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2018-2019, dengan sampel perusahaan yang telah mempublikasikan laporan keuangan dan menyusun *sustainability report* lengkap berdasarkan standar GRI. Uji hipotesis dengan regresi menunjukkan signifikansi sebesar $0,019 (< 0,05)$ sehingga H_1 diterima secara statistik, artinya CSR mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Pelaksanaan CSR dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan, selain itu juga dapat meningkatkan *image* perusahaan, baik di pasar komoditas maupun pasar modal. Citra perusahaan yang baik akan lebih diminati oleh investor karena semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan juga akan meningkat, hal tersebut juga akan menyebabkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Dalam hal ini ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas yang diperhitungkan bagi kalangan investor karena apabila tingkat imbalan yang diperoleh investor semakin besar maka akan berdampak pada harga saham perusahaan di pasar modal yang semakin meningkat. Adanya pelaksanaan CSR yang semakin baik akan memberikan dampak baik untuk kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang atau yang sering disebut dengan *sustainable development*" (Gantino, 2016). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hariyani (2011), yang menyatakan semakin tinggi pengungkapan CSR maka akan semakin tinggi pula kinerja keuangan suatu perusahaan.

CSR Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Kesehatan Keuangan Perusahaan Sebagai Variabel Moderating.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2018 - 2019, dengan sampel perusahaan yang telah mempublikasikan laporan keuangan dan menyusun *sustainability report* lengkap berdasarkan standar GRI. Uji hipotesis dengan regresi linier berganda dengan MRA, menunjukkan signifikansi sebesar $0,925 (> 0,05)$ sehingga H_2 ditolak secara statistik

Pada dasarnya ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian pemerintah dan masyarakat. Perusahaan yang memiliki aset yang besar tentunya tidak lepas dari tuntutan untuk memiliki performance yang baik, akan tetapi hasil dari penelitian ini menunjukkan hal yang sebaliknya, pada kenyataannya semakin besar ukuran perusahaan kerelaan investor dalam mengungkapkan laporan suka rela semakin rendah (Karina, Nur, & Yuyetta, 2013). Artinya bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan sebagian investor tidak memandang terlalu penting pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan

hasil penelitian Hariyadi (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memoderasi dan berpengaruh signifikan terhadap hubungan CSR terhadap kinerja keuangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa data menggunakan regresi linier dan MRA, maka dapat disimpulkan bahwa (1) CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. (2) ukuran perusahaan tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifulsyah, H., & Nurulita, S. (2016). Analisis Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Financial Performance Dengan Financial Leverage Dan Company Size Sebagai Variabel Moderating. Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi, 8(1), 61-75.
- Barnas, A. (2016). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). E-Proceeding Of Management, 3(2), 1566–1571.
- Gantino, Rilla. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008- 2014. Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis Vol. 3(2), 2016, pp 19-32..
- Hadi, Nur. (2017). Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, N. (2018). Corporate Social Responsibility (Edisi 2). Yogyakarta: Expert.
- Hariyadi, Rahmad. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Leverage Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi, Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Diponegoro.
- Hariyani, Reni. 2011. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Perbedaan Profitabilitas Pada PT. Unilever, Tbk., Fakultas Ekonomi, Universitas Budi Luhur
- Jasmine, U. (2017). Pengaruh Leverage, Kepelimpinan Institusional, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2012-2014). Jom FEKON 4(1).
- Karina, L. A. D., dan Etna Nur Afri Yuyetta, 2013, Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility, ejournal Univesititas Diponegoro, Volume 2, Nomor 2, Universitas Diponegoro, Semarang, hal 1-12.
- Kasmir. (2015). Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang
- Lako, Andreas. 2011. Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis Dan Akuntansi. Jakarta : Erlangga.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. Universitas Diponegoro, 8(1), 12–29
- Ruang Guru (2019). Kinerja Keuangan : Pengertian, Pengukuran, Analisis, dan Penilaian Terlengkap. Received: 08 November, 2019 from <https://www.ruangguru.co.id/kinerja-keuangan-pengertian-pengukuran-analisis-dan-penilaian-terlengkap/>
- Sambharakreshna, Yudhanta. 2010. “Pengaruh Size of Firm, Growth dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Perusahaan.” Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik. JAMBSP Vol. 6 no.2, Februari 2010: 197-216.
- Sanjaya, Marta I., & Putu Wirawati, N. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bei. E-Jurnal Akuntansi, 15(1), 17–26.
<http://bisnissurabaya.com/2017/09/04/konsep-triple-bottom-line-tbl-bukan-kejar-keuntungan-semata/>