

KIA9_CSRS_018

PERAN PEMODERASI *CORPORATE REPUTATION* ATAS PENGARUH *ENVIRONMENTAL ACCOUNTING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP *CORPORATE PERFORMANCE*

Renato Sitompul

Kalbisi Institute, Indonesia

email: sitompulrenato@gmail.com

Abstract

The aims of this study is to analyze the moderating role of corporate reputation by the effect of environmental accounting and corporate social responsibility on corporate performance. The sample used is 250 manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange which has an environmental impact in the period 2014-2018. Data analyze using moderated multiple regression method. The results of this study to showed that environmental accounting and corporate social responsibility have positive impact on corporate performance. In addition that corporate reputation have strengthen the effect of environmental accounting on corporate performance and Corporate reputation have strengthen the effect of corporate social responsibility on corporate performance.

Keywords: *corporate reputation, environmental accounting, corporate social responsibility and corporate performance.*

PENDAHULUAN

Kinerja perusahaan adalah sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dan mengacu pada standar dan kebijakan yang ditetapkan perusahaan. Aktivitas kinerja perusahaan dibangun untuk mengukur bagaimana aktivitas kinerja dan hasil akhir yang dicapai oleh perusahaan. Persaingan dalam industri, terutama industri manufaktur membuat setiap perusahaan manufaktur semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tercapai. Industri manufaktur sendiri merupakan industri yang paling mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga banyaknya perusahaan dalam industri ini, serta kondisi ekonomi telah menciptakan persaingan yang sangat ketat antar perusahaan manufaktur. Vranakis & Prodromos (2014) berpendapat bahwa kinerja perusahaan manufaktur biasanya berkaitan dengan kegiatan produksi manufaktur, semakin baik kegiatan produksi manufaktur maka semakin baik kinerja perusahaan. Peran kinerja perusahaan biasanya berkaitan dengan perusahaan manufaktur dalam hal bagaimana perusahaan berinvestasi pada mesin dan peralatan manufacturing yang dipercayai dapat mendorong kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Modal yang diinvestasikan perusahaan yaitu pada perkembangan mereka, dengan mempertimbangkan pengaruh mesin dan peralatan pada pengembangan perusahaan pada saat yang sama. Oleh sebab itu, motivasi yang melatar-belakangi perlunya penelitian ini dilakukan selain dari beberapa faktor, karena didasari juga dalam tujuan untuk mendapatkan bukti empiris yang mengeneralisasi hasil penelitian karena terdapat inkonsistensi pada beberapa penelitian terdahulu. Faktor pertama, Akuntansi Lingkungan adalah berada pada jalur ekspansi. Dengan meningkatnya fokus sosial terhadap lingkungannya, peran akuntansi mengisi harapan tersebut, yaitu untuk mengukur kinerja lingkungan mereka. Status kesadaran akan lingkungan memberikan dinamika bisnis baru dalam

melaporkan kinerja lingkungannya, meneliti integrasi kebijakan lingkungan dengan kebijakan bisnis, serta strategi bisnis perusahaan mencakup penanganan biaya modal dan biaya peralatan serta pengendalian polusi. Sarumpaet et al (2017) mengemukakan informasi mengenai kinerja lingkungan dapat menjadi nilai yang relevan jika memberikan tambahan informasi pada angka akuntansi dalam membantu investor menilai kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Perusahaan dengan kinerja yang superior dapat memperoleh keuntungan dari nilai tersebut karena mereka dapat melindungi perusahaan dari biaya atau kewajiban lingkungan yang telah mereka keluarkan.

Faktor kedua yaitu *Corporate Reputation* di dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel pemoderasi. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan reputasi yang baik lebih tahan terhadap perubahan dan ambiguitas pasar. Kelompok pemangku kepentingan perusahaan dalam menjalankan sebuah bisnis di perusahaan menghindari suatu kondisi ketidakpastian yang tinggi, sehingga pemangku kepentingan perusahaan lebih bergantung pada kondisi reputasi perusahaan yang baik untuk dapat merumuskan langkah serta tindakan mereka. Pertumbuhan yang pesat pada jumlah studi dalam bidang Reputasi Perusahaan mencerminkan meningkatnya minat dari akademisi serta perhatian dari manajemen perusahaan agar entitas mereka selalu memiliki reputasi yang tinggi di pasar. Reputasi perusahaan secara luas diteliti untuk melihat hubungannya dengan konsekuensi serta efek konsekuensinya. Mengingat bahwa reputasi perusahaan merupakan keunggulan kompetitif sebuah perusahaan yang penting, penelitian mengenai faktor penentu dan konsekuensi reputasi perusahaan menjadi hal yang penting untuk diteliti di setiap kalangan. Sebagian besar penelitian ini menunjukkan reputasi perusahaan yang baik dan kuat memiliki dampak positif terhadap kinerja perusahaan. Namun, survei empiris dalam konteks ekonomi berkembang dengan menggunakan ukuran kinerja keuangan yang berbeda dan menghasilkan penelitian yang kontroversi. Penelitian yang dilakukan oleh Tomak (2014) dilakukan pada perusahaan-perusahaan go public di Turki selama periode 2008 hingga 2012 dan hasil dari penelitian ini adalah tidak adanya cukup bukti untuk perusahaan dengan reputasi tinggi akan menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang reputasinya lemah.

Oleh sebab itu, dalam penelitian yang dilakukan peneliti saat ini merupakan Pembaruan dalam penelitian ini yaitu peneliti menggunakan variabel *corporate reputation* sebagai variabel moderasi untuk mengetahui apakah *corporate reputation* tersebut dapat berpengaruh terhadap *environmental accounting* dan *corporate performance*, juga CSR terhadap *corporate performance*. Selain itu, peneliti juga menggunakan perusahaan manufaktur dari tahun 2016-2018 sebagai sampel untuk penelitian ini.

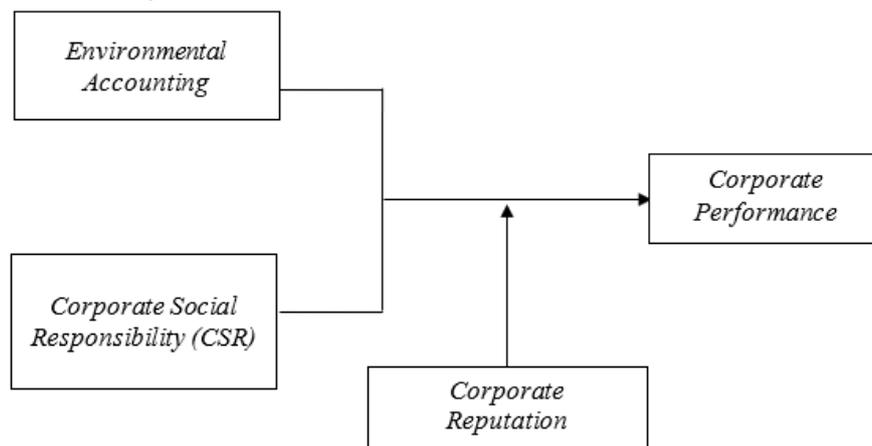
STUDI LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan bahwa teori legitimasi dan teori stakeholder merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Karena pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau meligitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Tidak seperti teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan dan manajemennya bertindak dan membuat laporan sesuai dengan keinginan dan power dari kelompok stakeholder yang berbeda teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Kemudian Omran (2015) mengemukakan yaitu *Signaling Theory* menjelaskan mengapa perusahaan memiliki insentif untuk melaporkan informasi secara sukarela ke pasar modal, pengungkapan sukarela diperlukan agar perusahaan dapat bersaing dengan sukses di pasar modal yang berisiko. *Insiders* tahu lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek ke depannya dibandingkan pihak investor. Oleh sebab itu, investor

akan melindungi diri dengan cara menawar harga yang lebih rendah pada perusahaan yang bersangkutan.

Namun, nilai perusahaan dapat ditingkatkan jika perusahaan secara sukarela melaporkan (memberi *signal*) informasi pribadi tentang dirinya sendiri (yaitu CSR) yang kredibel dan mengurangi ketidakpastian dari pihak luar. Omran, (2015) juga menjelaskan bahwa meskipun teori *Signaling* pada awalnya dikembangkan untuk mengklarifikasi asimetri informasi di pasar tenaga kerja, namun teori ini digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sukarela dalam pelaporan perusahaan. Sebagai hasil dari masalah asimetri informasi, perusahaan memberi sinyal informasi CSR tertentu kepada investor untuk menunjukkan bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain yang ada di pasar yang bertujuan untuk menarik investasi serta meningkatkan reputasi yang lebih baik.

Pengungkapan CSR adalah salah satu saran pemberian sinyal, di mana perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi CSR daripada yang diwajibkan oleh peraturan undang-undang hanya untuk membuktikan bahwa mereka lebih baik. Thorne *et al.* (2014) menunjukkan bahwa kualitas pengungkapan CSR dibandingkan dengan kuantitas pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap penciptaan reputasi lingkungan perusahaan pada kelompok pemangku kepentingan eksekutif dan investor. Connelly *et al.* (2011) di dalam Omran (2015) meringkas tentang teori pensinyalan dan konsep utamanya; meninjau penggunaannya dalam literatur manajemen, dan mengemukakan arah untuk penelitian masa depan yang akan mendorong ilmuwan untuk menggunakan teori pemberian sinyal dengan cara baru dan untuk mengembangkan formulasi dan variasi teori yang lebih kompleks. penerapan, pemantauan, dan pengungkapan kebijakan lingkungan dalam laporan tahunan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan reputasi lingkungan karena kinerja keuangan yang sebelumnya tidak berdampak pada penciptaan reputasi lingkungan, dan reputasi lingkungan tidak diciptakan dari keuangan perusahaan. Hasseldine *et al.* (2005) mengintegrasikan teori *quality-signaling* dan teori *Resources Based* (teori berbasis sumber daya) untuk menguji efek diferensial dari kuantitas dan kualitas pengungkapan lingkungan terhadap reputasi lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan pada uraian ini, maka rerangka konseptual dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



H1: Terdapat pengaruh positif *Environmental Accounting* terhadap *Corporate Performance*.

H2: Terdapat pengaruh positif CSR terhadap *Corporate Performance*.

H3: *Corporate Reputation* memperkuat pengaruh *Environmental Accounting* terhadap *Corporate Performance*.

H4: *Corporate Reputation* memperkuat pengaruh CSR terhadap *Corporate Performance*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini bersifat eksplanatif yaitu menjelaskan hubungan kausal antara satu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya (Cooper dan Schindler, 2011) melalui pengujian hipotesis dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Perencanaan Pajak dan Pajak tangguhan) terhadap variabel terikat (Manajemen Laba) dengan variabel moderating (Kualitas Audit). Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur selama periode 2014-2018. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Oleh sebab itu, untuk menjawab rumusan masalah penelitian tersebut dapat dilihat secara ringkas pada tabel sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Corporate Performance</i> Stiyarini dan Santoso (2016)	$Tobin's Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$	Rasio
<i>Environmental Accounting (GRI 4)</i>	$EA = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan GRI 4}}{\text{Total Indikator GRI 4}}$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Yongming & Yini, 2017)	$CSR = \text{Total Scores of Factors Analysis}$	Rasio
<i>Corporate Reputation</i> (Tomak, 2014)	CR = Jumlah Kriteria yang diperoleh	Rasio

Oleh sebab itu, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan suatu pendekatan uji statistik regresi untuk melihat ada tidaknya pengaruh signifikansi variabel bebas, yaitu Perencanaan pajak dan pajak tangguhan terhadap manajemen laba dengan kualitas audit sebagai variabel moderasi. Oleh sebab itu, berdasarkan uraian ini, maka model yang diajukan adalah sebagai berikut:

$$CP = a + \beta_1 EA + \beta_2 CSR + \beta_3 EA * CR + \beta_4 CSR * CR + \varepsilon$$

Dimana:

- CP = Variabel dependen *Corporate Performance*
 EA = Variabel independent *Environmental Accounting*
 CSR = Variabel independent *Corporate Social Responsibility*
 CR = Variabel Moderasi *Corporate Reputation*

EA*CR = Interaksi EA dan CR
 CSR*CR = Interaksi CSR dan CR
 α = Nilai Konstanta
 β = Nilai Koefisien Beta
 ε = Error term

Dalam penelitian ini terdapat variabel, yakni Perencanaan pajak dan pajak tangguhan terhadap manajemen laba dengan kualitas audit sebagai variabel moderasi. Pengujian moderasi masih tetap menggunakan kaidah Baron dan Kenny (1986), bahwa bahwa suatu variabel disebut sebagai pemoderasi jika variabel tersebut ikut mempengaruhi pengaruh antara variabel *predictor* (independen) dan variabel *criterion* (dependen). Oleh sebab itu, Penelitian ini mengajukan 4 hipotesis yang perlu diuji dan dikonfirmasi melalui hasil pengolahan data dengan menggunakan pendekatan *OLS (Ordinary Least Square)* pada aplikasi statistik SPSS *version 26*. Sehingga pengolahan data yang diperoleh untuk kemudian akan dibandingkan dengan nilai potongan statistik yang diisyaratkan sesuai dengan nilai yang tercantum, yaitu:

- 1) *Coeffisient beta* menunjukkan arah (positif atau negatif) yang harus sesuai dengan hipotesis penelitian ini;
- 2) Signifikansi (P-value) < 0,05 dan;
- 3) T-statistik > 1,64 (*one tailed*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Pengambilan Sampel dengan *Purposive Sampling*

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia berturut-turut selama periode 2014-2018	138
Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki atau mempublikasikan <i>annual report</i> yang berisikan <i>environmental report, Corporate Social Responsibility Report</i> tahunan selama periode penelitian 2014-2018	(88)
Jumlah Sampel Perusahaan	50
Jumlah Tahun Penelitian	5
Jumlah Sampel Selama Periode Penelitian	250

Selama periode pengamatan tahun 2014–2018 diperoleh jumlah sampel sebanyak 73 sampel yang berasal dari perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan tahunan lengkap beserta dengan catatan laporan keuangannya. Adapun statistik deskriptif pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
CP	250	- 3,28137	15,3133 8	4,703279 0	2,59458545

CSR	250	- 2,07783	3,20508	,1406647 3	,07152000
EA	250	,41667	,83333	,6396663	,14906552
CR	250	,42105	,94737	,7267368	,11824344

Deskriptif Statistik dengan 73 observasi.

Berdasarkan pada tabel deskriptif statistic dapat diketahui deskripsi data Pada variabel *Corporate Performance*, hasil statistik menunjukkan nilai minimum sebesar -3,28137 yaitu PT Lionmesh Prima Tbk pada tahun 2016 dan nilai maksimum sebesar 15,31338, yaitu PT Gudang Garam Tbk pada tahun 2014. Nilai rata-rata *Corporate Performance* sebesar 4,7033 yang artinya adalah rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel penelitian memiliki nilai perusahaan sebesar 0,48366. Nilai standar deviasi sebesar 2,5946 menunjukkan variasi yang terdapat dalam variabel *Corporate Performance*. Nilai standar deviasi yang lebih rendah dari rata-rata menunjukkan bahwa sebaran variabel data yang tinggi atau adanya kesenjangan yang cukup tinggi dari data *Corporate Performance*. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa hasil yang masih baik. Hal tersebut dikarenakan standar deviasi adalah pencerminan penyimpangan yang cukup tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang masih normal dan tidak menyebabkan bias. Nilai *Corporate Social Responsibility* di dalam penelitian ini merupakan hasil dari uji faktor analisis dari indeks KLD, indeks reputasi, pengendalian pencemaran dan indikator terkait perlindungan lingkungan. Penelitian ini didasarkan pada teori pemangku kepentingan untuk mengukur CSR, terutama berasal dari pemegang saham, pemerintah, kreditor, pemasok, staf, pelanggan 6 aspek untuk mengukur CSR perusahaan manufaktur. Sehingga dari hasil uji faktor analisis dihasilkan nilai skor pada *Corporate Social Responsibility* yang menunjukkan hasil statistik nilai minimum sebesar -2,07783 yaitu PT Eratex Djaja Tbk pada tahun 2014 dan nilai maksimum sebesar 3,20508 yaitu pada PT Semen Indonesia Tbk pada tahun 2018. Nilai rata-rata *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,14066, nilai ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel memiliki nilai *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,14066. Nilai standar deviasi sebesar 0,07152 menunjukkan variasi yang terdapat dalam variabel *Corporate Social Responsibility* data yang tinggi atau adanya kesenjangan yang cukup tinggi dari data *Corporate Social Responsibility*. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa hasil yang cukup baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias. Pada variabel *environmental accounting*, hasil statistik menunjukkan nilai minimum sebesar 0,41667 yaitu PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk pada tahun 2015 dan nilai maksimum sebesar 0,8333 yaitu PT Cahaya Kalbar Tbk pada tahun 2015. Nilai rata-rata *environmental accounting* sebesar 0,63966, nilai ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel penelitian memiliki nilai *environmental accounting* sebesar 0,6335. Nilai standar deviasi sebesar 0,14906 menunjukkan variasi yang terdapat dalam variabel *environmental accounting*. Hasil ini menjelaskan bahwa nilai standar deviasi yang lebih tinggi dari rata-rata menunjukkan sebaran variabel data cukup baik data *environmental accounting*. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa hasil yang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang cukup rendah, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan menyebabkan bias. Kemudian variabel *corporate reputation*, hasil statistik menunjukkan nilai minimum sebesar 0,42 yaitu PT Indal Aluminium Industry Tbk pada tahun 2015 dan nilai maksimum sebesar 0,95 yaitu PT Sepatu Bata Tbk pada tahun 2017. Nilai rata-rata *corporate reputation* sebesar 0,7202, nilai ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel penelitian memiliki nilai *corporate reputation* sebesar 0,7202. Nilai standar deviasi sebesar 0,12246 menunjukkan variasi yang terdapat dalam variabel *corporate reputation*. Hasil ini menjelaskan bahwa nilai standar deviasi yang lebih tinggi dari rata-rata menunjukkan sebaran

variabel data yang tinggi atau adanya kesenjangan yang cukup tinggi dari data *corporate reputation*. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa hasil yang kurang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat tinggi, namun dari hasil yang didapat bahwa penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Prediksi arah	B	Sig (2-tail).	Sig (1-tail).	Kesimpulan
<i>Constant</i>	+	0,597	0,090	0,030	N/A
<i>Environmental accounting</i>	+	0,549	0,048	0,024	H1 diterima
<i>Corporate social responsibility</i>	+	0,036	0,026	0,013	H2 diterima
<i>Corporate reputation</i>	+	0,869	0,339	0,113	N/A
<i>Interaction Corp.reputation & Env.Accounting</i>	+	0,796	0,020	0,010	H3 diterima
<i>Interaction Corp.reputation & Corp.Soc.Res</i>	+	0,058	0,017	0,009	H4 diterima

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis variabel variabel *environmental accounting* memiliki nilai sig 0,030 > 0,05, hal ini menunjukkan variabel *environmental accounting* signifikan pada level 5%, sehingga keputusannya adalah H1 diterima. Hal mengindikasikan bahwa *environmental accounting* berpengaruh positif dengan *corporate performance*. variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai sig 0,024 > 0,05, hal ini menunjukkan variabel *corporate social responsibility* signifikan pada level 5%, sehingga keputusannya adalah H2 diterima. Hal mengindikasikan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *corporate performance*. variabel *corporate reputation* memoderasi *environmental accounting* memiliki nilai sig 0,010 < 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 0,796, sehingga hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 3 diterima yang menunjukkan bahwa *corporate reputation* memperkuat pengaruh *environmental accounting* terhadap *corporate reputation*. Dan variabel *corporate reputation* memoderasi *corporate social responsibility* memiliki nilai sig 0,009 < 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 0,058, sehingga hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 diterima yang menunjukkan bahwa *corporate reputation* memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *corporate reputation*.

Kemudian setelah melihat dari hasil uji hipotesis maka dapat model estimasi yang didapatkan melalui uji regresi dengan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,597 + 0,549 EA + 0,036 CSR + 0,796 CR*EA + 0,058 CR*CSR + e$$

SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN PENELITIAN

Terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan yang mana harus dipertimbangkan ketika mengevaluasi hasil penelitian ini, yaitu dalam penelitian ini memiliki nilai *adjusted r square* hanya sebesar 0,220 atau 22% dan sisanya 78% dijelaskan oleh variable lain yang tidak di ikut sertakan dalam

penelitian ini. Kemudian pengukuran CSR diukur melalui KLD index yaitu ada 6 proksi dimana dalam keseluruhan menentukan kesimpulan terdapat kendala ketika ada beberapa proksi yang terima dan tolak sehingga penelitian dalam menentukan keseluruhan kesimpulan menjadi tidak bulat. Adapun implikasi bagi penelitian yang berikutnya yaitu agar dapat lebih spesifik meneliti hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi corporate reputation, dikarenakan masih banyak variabel variabel yang belum diteliti dalam topik penelitian ini. Sebagai contoh menambahkan pertumbuhan penjualan.

REFERENSI

- Aguinis, H. (1995). Statistical Power Problems with Moderated Multiple Regression in Management Research. *Journal of Management*, Vol. 21, No. 6, 1141-1158.
- Ali, R., Lynch, R., Melewar, T., & Jin, Z. (2015). The Moderating Influences on the Relationship of Corporate Reputation with Its Antecedents and Consequences: a Meta-Analytic Review. *Journal of Business Research* 68, pp. 1105-1117.
- Alshammari, M. (2015). Corporate Social Responsibility and Firm Performance: The Moderating Role of Reputation and Institutional Investors. *International Journal of Business and Management*; Vol. 10, No. 6, pp. 15-28.
- Angelina, D., & Suryaningsih, R. (2015). The Effect of Environmental Performance And Corporate Social Responsibility Disclosure Towards Financial Performance (Case Study to Manufacture, Infrastructure, And Service Companies That Listed At Indonesia Stock Exchange). *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 211 , pp. 348-355.
- Bourguignon, A. (1995). Peut-on Définir La Performance? *Revue Francais de Gestion*.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011, January). Signaling Theory: A Review and Assessment. *Journal of Management*, Vol. 37 No. 1, pp. 39-67.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures – a Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15, Issue 3, pp. 282-311.
- Dorina, P., Victoria, B., & Diana, B. (2012, July). Aspects of Company Performance Analysis Based on Relevant Financial Information and non Financial. *Economic Science Series*, 1, pp. 956-961.
- Feldman, P. M., Bahamonde, R. A., & Bellido, I. V. (2014, February). A New Approach for Measuring Corporate Reputation. *RAE*, Vol. 54, pp. 53-66.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gray, R. (2006). Social, Environmental and Sustainability Reporting and Organisational Value Creation? Whose value? Whose creation? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 19, No. 6, pp. 793-819.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hansen, D. R., & Mowen, R. (2017). *Cornerstones of Cost Management*. Canada: Cengage Learning.
- Kadlubek, M. (2015). The Essence of Corporate Social Responsibility and The Performance of Selected Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 213 , pp. 509-515.
- Lorino, P. (2004). *Le Balanced Score Card Revisite: Dynamique Strategique et Pilotage de Performance*.
- Mulyati, S. M. (2011). *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

- Murray, A., Sinclair, D., Power, D., & Gray, R. (2006). Do Financial Markets Care About Social and Environmental Disclosure? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 19, No. 2, pp. 228-255.
- Mustafa, S. A., Othman, A. R., & Perumal, S. (2012). Corporate Social Responsibility And Company Performance In The Malaysian Context. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 65, pp. 897-905.
- Nazari, J. A., Hrazdil, K., & Mahmoudian, F. (2017). Assessing Social and Environmental Performance Through Narrative Complexity in CSR Reports. *Journal of Contemporary Accounting & Economics* 13, pp. 166-178.
- Niculescu. (2003). *Dignistic Global Strategy*. Editura Economica.
- Omran, M. A. (2015). Theoretical Perspectives on Corporate Social Responsibility Disclosure: A Critical Review. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, Vol. 5, No. 2, pp. 38-55.
- Ponzi, L. J., Fombrun, C. J., & Gardberg, N. A. (2011). RepTrak™ Pulse: Conceptualizing and Validating a Short-Form Measure of Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review* Volume 14 Number 1, pp. 15-35.
- Pujiasih. (2013). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Rahmawati, A. (2012). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Financial Performance dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rakos, I.-S., & Antohe, A. (2014, October). Environmental Cost - An Environment Management Accounting Component. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 4, No.4, pp. 166-175.