

PENGARUH KEPUASAN MASYARAKAT, KINERJA LINGKUNGAN, TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN PERTAMBANGAN

Nugroho Dewanto, Ibrahim Kamil, Nurul Qomariah, Abadi Sanosra, Arik Susbiyani*

Universitas Muhammadiyah Jember

Email korespondensi: ariksusbiyani@unmuhjember.ac.id

Abstrak: Tujuan dari pada tulisan ini adalah untuk menguji dan menganalisis dampak kepuasan masyarakat, kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan pada PT. Kaltim Prima Coal. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh masyarakat memanfaatkan program corporate social responsibilit yang dilakukan oleh PT Kaltim Prima Coal Sangatta, Kutai Timur, Kalimantan Timur dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis induktif. Analisis SEM PLS digunakan untuk uji hipotesis penelitian. Hasil daripada penelitian menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat berdampak terhadap reputasi perusahaan. Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Tanggung jawab sosial berdampak terhadap reputasi perusahaan pada PT. Batubara Kaltim Prima.

Kata Kunci: kepuasan masyarakat; kinerja lingkungan; tanggung jawab sosial; reputasi perusahaan; perusahaan tambang.

Abstract: The purpose of this paper is to examine and analyze the impact of community satisfaction, environmental performance and corporate social responsibility on corporate reputation at PT. Kaltim Prima Coal. This study used a population of the entire community utilizing a responsible corporate social program conducted by PT Kaltim Prima Coal Sangatta, East Kutai, East Kalimantan with a total sample of 100 people. Data analysis used descriptive analysis and inductive analysis. PLS SEM analysis is used to test the research hypothesis. The results of the research show that community satisfaction has an impact on company reputation. Environmental performance affects the company's reputation. Social responsibility has an impact on the company's reputation at PT. East Kalimantan Prima Coal.

Keywords: community satisfaction; environmental performance; social responsibility; company reputation; mining company.

PENDAHULUAN

Reputasi perusahaan dapat diartikan sebagai upaya dalam menilai sebuah perusahaan atau organisasi dari berbagai sudut pandang. Penilaian secara komprehensif biasanya meliputi dampak dari keuangan, sosial, dan lingkungan yang dampaknya berbasis waktu. Reputasi perusahaan atau organisasi ini juga dapat dipersepsikan sebagai kemampuan dari perusahaan dalam memberikan layanan ataupun produk yang terbaik untuk kepentingan dari para pemangku kepentingan. Dimasa depan diharapkan perusahaan tetap dapat memberikan nilai tambah kepada para pemangku kepentingan atas layanan dan produk yang dihasilkan (Chalénçon, L., Colovic, Lamotte, & Mayrhofer, 2017).

Reputasi perusahaan juga dipengaruhi oleh penilaian dan persepsi dari masyarakat terutama kepuasan masyarakat terhadap keberlangsungan hidup perusahaan yang mampu menciptakan keunggulan bersaing. Kepuasan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan keberhasilan perusahaan karena masyarakat adalah konsumen dari produk yang dihasilkan perusahaan. Reputasi atau citra dari perusahaan bisa disebabkan oleh

beberapa faktor diantaranya yaitu : kepuasan masyarakat yang menggunakan jasa perusahaan tersebut, kinerja lingkungan dan juga tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan

Menurut (Qomariah, 2016) perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa dari suatu organisasi atau perusahaan penyedia jasa dinamakan bahwa konsumen sedang merasakan kepuasan. Sedangkan menurut (Kotler, 2015) pengertian daripada kepuasan merupakan perasaan senang dari seorang pelanggan karena telah kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan telah melebihi harapannya. Penelitian tentang hubungan antara kepuasan dengan reputasi ini yang dilakukan oleh (Sukandi, Sofiati, & Sudaryo, 2019), dimana kepuasan nasabah perbankan berdampak terhadap citra lembaga perbankan yang dalam hal ini bank BNI. Penelitian yang dilakukan oleh (Sulastri, 2017) menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa berdampak terhadap citra perguruan tinggi. Menurut (Buddy, Tabroni, & Salim, 2019) bahwa kepuasan jamaah umroh dapat meningkatkan citra lembaga penyelenggara kegiatan umroh.

Kinerja lingkungan juga dapat meningkatkan citra atau kinerja perusahaan. Menurut (Meiyana & Aisyah, 2019) pengertian daripada kinerja di bidang lingkungan bisa diartikan sebagai kinerja perusahaan yang berfokus pada upaya bagaimana operasional perusahaan tetap berjalan tetapi lingkungan yang ada tidak mengalami kerusakan dan tetap berlanjut. Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green)(Deswanto & Siregar, 2018). Penelitian (Testa, Iraldo, & Frey, 2011), (Ong, Lee, Teh, & Magsi, 2019), (Putra, 2018), (Fitriani, 2013), (Nursaid, Qomariah, & Satoto, 2020), (Qomariah & Satoto, 2021), (Nursaid, Zakiyyah, Rochmadoni, Nafi'ah, & Qomariah, 2023), (Tahu, 2019), (Haholongan, 2016), (Hudon, Labie, & Szafarz, 2019), (Muhammad, Scrimgeour, Reddy, & Abidin, 2015), (Manrique & Martí-Ballester, 2017) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan dapat meningkatkan citra perusahaan yang dalam hal ini bisa berupa kinerja keuangan perusahaan.

Faktor berikutnya yang juga dapat memberikan peningkatan citra atau reputasi perusahaan yaitu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Semakin mapan perusahaan dalam industrinya maka tingkat investasinya dalam CSR pun akan semakin besar pula (Hadi, 2011). Hal ini akan mendorong perusahaan untuk mendapatkan manfaat yang lebih besar dari penggunaan CRS untuk peningkatan reputasi dan sekaligus perlindungan terhadap reputasi perusahaan. Minat terhadap CSR dan reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh kondisi persaingan yang semakin ketat, tekanan ekonomi serta tekanan dari berbagai kelompok pemangku kepentingan. Penelitian (Cho, Chung, & Young, 2019), (Menaga & Vasantha, 2021), (Hafidzi & Qomariah, 2020), (Yoon & Chung, 2018), (Gantino, 2016), (Nursaid et al., 2023), (Qomariah, 2015), (Qomariah & Satoto, 2021), (Nursaid et al., 2020), (Suciwati, Pradnyan, & Ardina, 2016), (Hamdani, 2014) yang menyatakan bahwa perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan akan meningkatkan citra ataupun reputasi perusahaan yang dapat dilihat juga dalam kinerja keuangannya.

PT. Kaltim Prima Coal (KPC) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan dan pemasaran batubara untuk pelanggan industri baik pasar ekspor maupun domestik. PT. Kaltim Prima Coal (KPC) merupakan perusahaan pertambangan yang taat melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial dan diungkapkan secara rutin dalam laporan berkelanjutan (sustainability report). Reputasi perusahaan juga merupakan hal terpenting yang perlu mendapatkan perhatian bagi perusahaan pertambangan dikarenakan dampak daripada eksplorasi pertambangan akan dirasakan sekali oleh masyarakat sekitar lokasi

pertambangan. Adapun reputasi daripada PT. Kaltim Prima Coal (KPC) ditunjukkan pada Tabel 1. Berikut.

Tabel 1. Reputasi Perusahaan PT. Kaltim Prima Coal, Tbk

Tahun	Jenis Pemberitaan			Total
	Positif	Negatif	Netral	
2019	623	0	29	652
2020	653	29	37	719
2021	641	24	32	697
2022	569	33	41	643
Total	2486	86	139	2711

Sumber: PT. Kaltim Prima Coal (KPC).

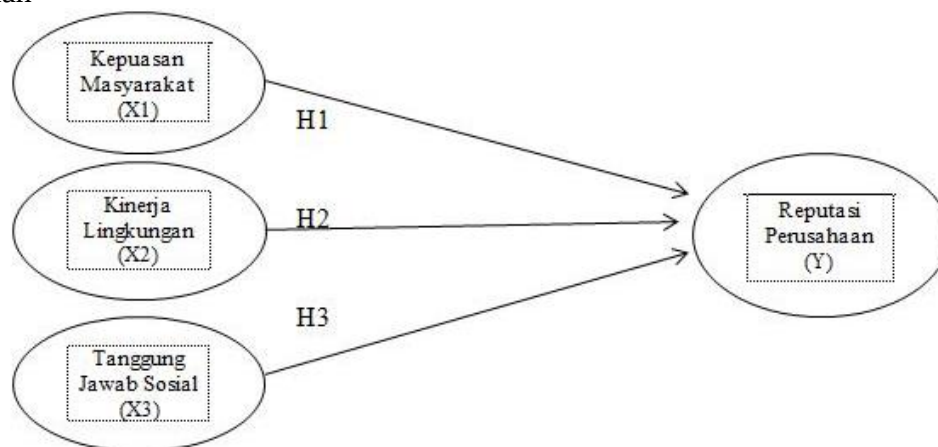
Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 1., maka menunjukkan pada tahun 2019-2022, reputasi perusahaan yang dilihat dari pemberitaan bernilai positif selama tahun 2019-2022 sebanyak 2486 pemberitaan baik melalui pemberitaan lokal maupun nasional. Reputasi perusahaan yang dilihat dari pemberitaan bernilai negatif selama tahun 2019-2022 sebanyak 86 pemberitaan baik melalui pemberitaan lokal maupun nasional. Reputasi perusahaan yang dilihat dari pemberitaan bernilai netral selama tahun 2019-2022 sebanyak 139 pemberitaan baik melalui pemberitaan lokal maupun nasional.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada PT. Kaltim Prima Coal (KPC) terkait dengan reputasi perusahaan dan juga atas dasar teori tentang kepuasan masyarakat, kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan serta hasil penelitian terdahulu maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menguji dan mengetahui dampak kepuasan masyarakat, kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan. Dengan demikian maka hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari :

H1: Kepuasan masyarakat sekitar daerah pertambangan berdampak terhadap reputasi perusahaan

H2: Kinerja lingkungan perusahaan pertambangan berdampak terhadap reputasi perusahaan

H3: Tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan berdampak terhadap reputasi perusahaan



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori (explanatory research) akan membahas dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sekaran, 2016). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu : kepuasan masyarakat (X1), kinerja lingkungan

(X2) dan tanggung jawab sosial (X3). Sedangkan variabel terikatnya yaitu reputasi/citra perusahaan (Y). Penelitian ini mengambil lokasi pada PT. Kaltim Prima Coal, Tbk. Penelitian ini mengambil data perusahaan yang bersifat data primer dari persepsi responden yaitu masyarakat sekitar PT. Kaltim Prima Coal, Tbk. yang merupakan penerima manfaat dari pelaksanaan kinerja lingkungan dan program corporate social responsibility (CSR). Populasi terdiri dari warga masyarakat penerima manfaat program kegiatan corporate social responsibility di sekitar PT Kaltim Prima Coal di Sangatta, Kutai Timur Kalimantan Timur, yang pada tahun 2023 berjumlah sebanyak 253.847 jiwa. Dengan menggunakan rumus Slovin diketahui jumlah sampel sebanyak 100 responden. Uji reliabilitas dan uji validitas untuk menguji kuisioner penelitian yang disebarkan untuk mengetahui persepsi responden. Uji hipotesis juga dilakukan untuk menjawab hipotesis yang sudah dinyatakan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil analisis statistik deskripsi atas dasar jenis kelamin maka dari 100 orang responden sebanyak 36 orang (36%) berjenis kelamin laki laki dan 64 orang (64%) berjenis kelamin perempuan. Analisis deskripsi menyatakan bahwa atas dasar usia responden maka didapat bahwa dari 100 orang responden 30 orang (30%) berusia 30- 40 tahun, 20 orang (20%) berusia 41- 50 tahun, 50 orang atau 50% berusia 51-60 tahun. Analisis statistik menyatakan bahwa atas dasar tingkat pendidikan responden, bahwa tingkat pendidikan tamatan SMP yaitu sebanyak 50 orang atau sebesar 50%, SMA sebanyak 45 orang atau sebesar 45%, dan DIPLOMA / S1 sebanyak 5 orang atau 5%. Atas dasar pekerjaan responden, maka hasilnya pekerjaan sebagai petani sebanyak 56 orang atau sebesar 56 %, sebagai jasa angkut sebanyak 14 orang atau sebesar 14 %, sebagai pedagang sebanyak 20 orang atau sebesar 20 %, sebagai buruh sebanyak 10 orang atau sebesar 10%.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat valid tidaknya kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 2. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen dengan menggunakan *software Warp PLS 5.0* ditunjukkan dengan nilai *cronbach's alpha* yang diajikan pada Tabel 3. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator memenuhi validitas. Sedangkan hasil uji reliability menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai alpha cronbach diatas nilai 0,70.

Tabel 2. Hasil Uji Validity

Variabel	Indikator	Combined Loading	p-value	Hasil
Kepuasan Masyarakat	X1.1	0.713	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.2	0.726	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.3	0.860	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.4	0.790	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.5	0.611	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.6	0.591	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.7	0.637	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.8	0.800	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.9	0.813	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.10	0.876	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.11	0.945	<0.001	validitas terpenuhi
	X1.12	0.850	<0.001	validitas terpenuhi
Kinerja lingkungan	X2.1	0.795	<0.001	validitas terpenuhi
	X2.2	0.652	<0.001	validitas terpenuhi
	X2.3	0.715	<0.001	validitas terpenuhi
Tanggung Jawab Sosial	X3.1	0.739	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.2	0.633	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.3	0.637	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.4	0.749	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.5	0.938	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.6	0.782	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.7	0.670	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.8	0.781	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.9	0.888	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.10	0.790	<0.001	validitas terpenuhi
	X3.11	0.845	<0.001	validitas terpenuhi
Reputasi Perusahaan	Y1.1	0.867	<0.001	validitas terpenuhi
	Y1.2	0.776	<0.001	validitas terpenuhi
	Y1.3	0.904	<0.001	validitas terpenuhi
	Y1.4	0.877	<0.001	validitas terpenuhi
	Y1.5	0.890	<0.001	validitas terpenuhi

Tabel 3. Hasil Uji Reliability

Pengujian	Variabel	Hasil olah data	Standar	Keterangan
Cronbach'salpha coefficients	X1	0.729	0.7	Reliabel
	X2	0.750	0.7	Reliabel
	X3	0.782	0.7	Reliabel
	Y	0.869	0.7	Reliabel

Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Terdapat 3 (tiga) hipotesis dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis penelitian ini disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pengujian 3 Hipotesis Yang Diajukan

Variabel	Koesifien Pengaruh	Signifikan
H1: Kepuasan masyarakat terhadap reputasi perusahaan	0,44	<0,001
H2: Kinerja lingkungan terhadap reputasi perusahaan	0,36	<0,001
H3: Tangung jawab sosial terhadap reputasi perusahaan	0,23	<0,001

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel4., maka dari 3 (tiga) hipotesis yang dikembangkan, semua diterima dengan tingkat nilai p kurang dari 0,001.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepuasan Masyarakat Terhadap Reputasi Perusahaan

Kepuasan masyarakat merupakan salah satu bentuk pencapaian perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan masyarakat. Kepuasan masyarakat atas kinerja perusahaan akan meningkatkan reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang positif diperoleh dari keberhasilan perusahaan dalam menjalankan setiap program dan aktivitas operasional. Hasil penelitian menunjukkan koefisien pengaruh variabel kepuasan masyarakat terhadap reputasi perusahaan adalah $\beta = 0,44$ dengan nilai $p < 0,01$. Hasil ini signifikan karena p value lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian menerima hipotesis H1 yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan masyarakat terhadap reputasi perusahaan. Artinya semakin puas masyarakat, maka akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Kinerja Lingkungan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Reputasi Perusahaan

Kinerja lingkungan yang telah dilakukan perusahaan akan mendapatkan penilaian sesuai dengan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Kinerja lingkungan merupakan salah satu bentuk output hasil kerja perusahaan untuk menjaga kelestarian alam dalam bentuk upaya perbaikan lingkungan. Sebagai perusahaan yang memiliki kegiatan operasional menggali dan mengeksploitasi sumber daya alam, komitmen menjaga dan memulihkan lingkungan adalah salah satu wujud kinerja lingkungan. Perbaikan lingkungan dapat memperbaiki reputasi sebuah perusahaan. Reputasi perusahaan akan meningkat apabila perusahaan dapat menghasilkan kinerja lingkungan yang konsisten berfokus pada pelestarian lingkungan serta mencegah perusakan lingkungan sebagai dampak kegiatan pertambangan. Reputasi lingkungan perusahaan terkait dengan reputasi perusahaan lain di industri yang sama. Hasil penelitian menerima H2 yaitu kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian(Fijałkowska, Zyznarska-Dworczak, & Garsztka, 2018), (Ong et al., 2019), (Meiyana & Aisyah, 2019), (Maryanti & Fithri, 2017), (Tahu, 2019), (Haholongan, 2016) menunjukkan kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan yang dimanifestasikan dalam kinerja keuangan.

Tanggung Jawab Sosial Berpengaruh Terhadap Reputasi Perusahaan

Tanggung jawab sosial merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi positif bagi kehidupan masyarakat di sekitar perusahaan dalam bentuk keterlibatan pada program pemberdayaan masyarakat dan kepedulian terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat. Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh PT. Kaltim Prima Coal merupakan suatu program kerja yang dilakukan dengan penuh komitmen dan berkelanjutan akan membentuk reputasi perusahaan bila dilandasi motif yang tulus untuk pemangku kepentingan, namun hal ini menjadi tidak efektif bila motif yang tulus tersebut menjadi ambigu dan justru dapat memperburuk reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang positif akan terbangun dari keberlanjutan kegiatan sosial sebagai tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan akan meningkatkan reputasi positif perusahaan terutama meningkatkan persepsi positif masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Hasil penelitian ini berarti menerima hipotesis H3 yaitu tanggung jawab sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hafidzi & Qomariah, 2020), (Qomariah, 2015), (Yulianingtyas, 2016), (Cho et al., 2019), (Yoon & Chung, 2018), (Gantino, 2016), (Andayani, 2021), (Pramukti & Buana, 2019) menyatakan terdapat hubungan positif antara tanggung jawab sosial dengan reputasi perusahaan/kinerja keuangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, W. (2021). Disclosure of Corporate Social Responsibility , Company Performance , and Corporate Reputation as the Mediating Role : Indonesian Context. *Journal of Accounting and Investment*, 22(3). <https://doi.org/10.18196/jai.v22i3.12190>
- Buddy, B., Tabroni, T., & Salim, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA REPUTASI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal EKonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 110–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.35814/jeko.v4i2.1058>
- Chalencon, L., A., Colovic, O., Lamotte, & Mayrhofer, U. (2017). Reputation, eReputation, and Value-Creation of Mergers and Acquisitions. *International Studies of Management & Organization*, 47(1), 4–22.
- Cho, S. J., Chung, C. Y., & Young, J. (2019). Study on the relationship between CSR and financial performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su11020343>
- Deswanto, R. B., & Siregar, S. V. (2018). The associations between environmental disclosures with financial performance, environmental performance, and firm value. *Social Responsibility Journal*, 14(1), 180–193. <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2017-0005>
- Fijałkowska, J., Zyznarska-Dworczak, B., & Garsztka, P. (2018). Corporate social-environmental performance versus financial performance of banks in Central and Eastern European Countries. *Sustainability (Switzerland)*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/su10030772>
- Fitriani, A. (2013). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan pada BUMN. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1), 137–148.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32. <https://doi.org/10.24815/jdab.v3i2.5384>
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hafidzi, A. H., & Qomariah, N. (2020). IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON STOCK PRICES THROUGH FINANCIAL PERFORMANCE IN MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE IDX IN THE COVID ERA 19. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, 11(11), 1510–1520. <https://doi.org/10.34218/IJARET.11.11.2020.139>

- Haholongan, R. (2016). KINERJA LINGKUNGAN DAN KINERJA EKONOMI PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIC. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 413–423. <https://doi.org/https://doi.org/10.24914/jeb.v19i3.477>
- Hamdani, M. (2014). Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham Pada Perusahaan LQ45. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10, 27–36. Retrieved from <http://jurnal.ut.ac.id/index.php/jom/article/view/112/97>
- Hudon, M., Labie, M., & Szafarz, A. (2019). Social, environmental and financial performance. *A Research Agenda for Financial Inclusion and Microfinance*, 1997(May), 61–61. <https://doi.org/10.4337/9781788114226.00013>
- Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Manrique, S., & Martí-Ballester, C. P. (2017). Analyzing the effect of corporate environmental performance on corporate financial performance in developed and developing countries. *Sustainability (Switzerland)*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9111957>
- Maryanti, E., & Fithri, W. N. (2017). Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Pengaruhnya Pada Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting Science*, 1(1), 21. <https://doi.org/10.21070/jas.v1i1.773>
- Meiyana, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i1.24495>
- Menaga, A., & Vasantha, S. (2021). Influence Of Corporate Social Responsibility in Building Organization Attractiveness Among Individual Employees. *Quality - Access to Success*, 22(184), 254–259. <https://doi.org/10.47750/qas/22.184.32>
- Muhammad, N., Scrimgeour, F., Reddy, K., & Abidin, S. (2015). The relationship between environmental performance and financial performance in periods of growth and contraction: Evidence from Australian publicly listed companies. *Journal of Cleaner Production*, 102, 324–332. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.039>
- Nursaid, N., Qomariah, N., & Satoto, E. B. (2020). Efforts to Improve the Financial Performance of Manufacturing Companies Based on Environmental Performance , Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital. *International Journal of Engineering Research and Technology*., 13(11), 3278–3286.
- Nursaid, N., Zakiyyah, A. M., Rochmadoni, M., Nafi'ah, N. I., & Qomariah, N. (2023). Efforts to Increase Corporate Value Based on Environmental Performance and Corporate Governance with Corporate Financial Performance as Intervening Variables in LQ 45 Companies. *Budapest International Research and Critics Intitute Journal (BIRCI)*, 6(2), 1244–1256.
- Ong, T. S., Lee, A. S., Teh, B. H., & Magsi, H. B. (2019). Environmental innovation, environmental performance and financial performance: Evidence from Malaysian environmental proactive firms. *Sustainability (Switzerland)*, 11(12), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su10023494>
- Pramukti, A., & Buana, A. P. (2019). Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dan Kinerja Keuangan. *Owner*, 3(2), 301. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.153>
- Putra, Y. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 227. <https://doi.org/10.32502/jab.v2i2.1175>
- Qomariah, N. (2015). The Effect of Corporate Social Responsibility, Size, and Profitability Toward On the Value of Corporate. *Journal of Business and Management*, 17(2), 25–30. <https://doi.org/10.9790/487X-17212530>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY
- Qomariah, N., & Satoto, E. B. (2021). Improving Financial Performance and Profits of Pharmaceutical Companies During a Pandemic : Study on Environmental Performance ,

- Intellectual Capital and Social Responsibility. *Quality - Access to Success*, 22(184), 154–165. <https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.20>
- Sekaran, U. (2016). *Research Methods For Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suciwati, D. P., Pradnyan, D. P. A., & Ardina, C. (2016). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI Tahun 2010-2013). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 104–113.
- Sukandi, A., Sofiati, N. A., & Sudaryo, Y. (2019). DIGITAL MARKETING IMPLEMENTATION TO IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION AND IMPACT ON BANKING INDUSTRY IMAGES (A Survey of National Banking Institutions) PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 21(3), 355–364. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.23464>
- Sulastri, T. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Citra Perguruan Tinggi. *Jurnal Inspir*, 1(1), 41–52. Retrieved from <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/jibm/article/view/491/305>
- Tahu, G. P. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3(1), 14–26.
- Testa, F., Iraldo, F., & Frey, M. (2011). The effect of environmental regulation on firms' competitive performance: The case of the building & construction sector in some EU regions. *Journal of Environmental Management*, 92(9), 2136–2144. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.03.039>
- Yoon, B., & Chung, Y. (2018). The effects of corporate social responsibility on firm performance: A stakeholder approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37(August), 89–96. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.005>
- Yulianingtyas, D. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1994), 1–21.