

Influence Of Financial Performance and Environmental Performance On Company Reputation

Laurentius Christian Oktavianus¹, Fransiskus E. Daromes, Marselinus Asri
Faculty Economics and Business, Atma Jaya Makassar University, Indonesia

Abstract: *The purpose of this research is to analyze the reciprocal influence between financial performance and environmental performance on corporate reputation. The population used consists of non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) from 2019 to 2022. The sample size is 28 companies each year, selected using purposive sampling. This study utilizes documentary data, including annual reports, the Corporate Image Index (CII) published by Frontier Consulting Group, and the PROPER index published by the Ministry of Environment and Forestry. The results of this research, using simple linear regression analysis, indicate that financial performance has a positive and significant effect on corporate reputation. Corporate reputation has a positive and significant effect on financial performance. Environmental performance has a negative and non-significant effect on corporate reputation, while corporate reputation has a negative and significant effect on environmental performance. Environmental performance has a negative and significant effect on financial performance, and financial performance has a negative and significant effect on environmental performance. The implications of this research, especially for companies, are that it can serve as a basis for strategic decision-making. On the other hand, performance is a key aspect in developing reputation for the future.*

Keywords: *Financial Performance, Environmental Performance, Corporate Reputation.*

Article Info:

Received: January 12th, 2024 | **Revised:** February 1st, 2024 | **Accepted:** February 29th, 2024

DOI: <https://doi.org/10.35129/ajar.v7i01.488>

¹ e-mail: laurentiuschristianoktavianus@gmail.com (Correspondence Author)

Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Reputasi Perusahaan

Laurentius Christian Oktavianus, Fransiskus E. Daromes, Marselinus Asri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Atma Jaya Makassar, Indonesia

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh resiprokal antara kinerja keuangan dan kinerja lingkungan terhadap reputasi perusahaan. Populasi yang digunakan adalah perusahaan non-keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019 – 2022. Jumlah sampel sebanyak 28 perusahaan setiap tahunnya yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data dokumenter, yaitu annual report, Corporate Image Index (CII) yang dipublikasikan oleh Frontier Consulting Group, dan indeks PROPER yang dipublikasikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Hasil penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, kinerja lingkungan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap reputasi perusahaan, reputasi perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja lingkungan, kinerja lingkungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, dan kinerja keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja lingkungan. Implikasi dari penelitian ini khususnya bagi perusahaan adalah dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis. Di sisi lain, kinerja merupakan aspek kunci dalam mengembangkan reputasi di masa yang akan datang.

Kata-kata kunci: Kinerja Keuangan, Kinerja Lingkungan, Reputasi Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Perusahaan telah menunjukkan sejarah perkembangan yang sukses dalam menghadapi berbagai tantangan dan selalu beradaptasi dengan perubahan. Tujuan utama suatu perusahaan adalah memenuhi kebutuhan anggotanya, dan kesuksesan mereka dihargai oleh manajemen. Evaluasi kinerja keuangan menjadi kunci dalam pengambilan keputusan dan menarik minat investor. Analisis keuangan dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan mematuhi aturan keuangan dengan baik. Penilaian kinerja keuangan melibatkan penggunaan alat seperti rasio likuiditas, rasio leverage/ solvensi, rasio aktivitas, rasio profitabilitas/ rentabilitas, dan rasio penilaian. Kondisi ekonomi yang fluktuatif dapat berdampak signifikan pada kesehatan keuangan perusahaan. Namun, perusahaan yang dapat mengantisipasi dan beradaptasi dengan dinamika tersebut memiliki peluang lebih besar untuk mencapai kinerja keuangan yang optimal.

Evaluasi kinerja perusahaan memainkan peran krusial dalam pengambilan keputusan investor sebelum mereka berinvestasi. Kinerja perusahaan, yang mencerminkan hasil dari serangkaian kegiatan dan prosedur, menunjukkan bagaimana perusahaan menggunakan sumber dayanya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Tanggung jawab lingkungan sebuah perusahaan bisa dinilai dari seberapa baik kinerja lingkungan perusahaan itu sendiri. Para pemangku kepentingan dapat menilai sejauh mana perusahaan memperhatikan lingkungan dengan melihat peringkat warna yang diberikan kepada perusahaan melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang diadakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Semakin baik aktivitas lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan, semakin tinggi kepercayaan yang akan diberikan oleh para pemangku kepentingan, dan hal ini dapat berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan (Putra, 2018).

Pencemaran lingkungan akibat aktivitas pertambangan dapat merusak citra perusahaan di mata masyarakat. Ini dapat menurunkan kepercayaan masyarakat dan mengganggu hubungan dengan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, reputasi buruk perusahaan dalam hal lingkungan dapat mengancam kelangsungan operasionalnya, terutama jika menyebabkan penurunan penjualan produk atau peningkatan biaya pengelolaan dampak lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kinerja lingkungan sebagai bagian integral dari keseluruhan strategi bisnisnya.

Kinerja lingkungan melibatkan kebijakan, praktik, dan inisiatif perusahaan terkait konservasi lingkungan dan tanggung jawab sosial. Aspek ini mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan dan memengaruhi reputasi serta keberlanjutan bisnis jangka panjang. Faktor internal dan eksternal berperan penting dalam membentuk dan memengaruhi kinerja lingkungan perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik tidak hanya memberikan manfaat langsung pada lingkungan, tetapi juga berdampak positif pada citra perusahaan.

Jika dilihat secara mendalam tentang hubungan antara kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan reputasi perusahaan itu dapat dilihat pada Sungai Gangga, yang berlokasi di India, memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat lokal. Sungai ini menjadi sumber kehidupan bagi banyak orang, tidak hanya di India tetapi juga di Nepal. Masyarakat mengandalkan Sungai Gangga untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka, mulai dari mencuci, mendapatkan air bersih, hingga melakukan ritual keagamaan. Bagi umat Hindu di India, Sungai

Gangga bukan hanya tempat di mana air mengalir. Sungai ini juga dianggap suci dan harus dihormati. Dewi Gangga, yang merupakan personifikasi sungai ini dalam ajaran Hindu, dipandang sebagai dewi kesuburan dan pembersihan dosa (Putri, 2021). Setiap hari, banyak umat Hindu yang melakukan ritual mandi di tepi sungai ini sebagai cara untuk membersihkan diri baik secara fisik maupun spiritual. Meskipun mereka sadar bahwa Sungai Gangga telah tercemar oleh limbah industri dan manusia, mereka tetap menggunakan airnya. Sungai Gangga juga menjadi tempat pembuangan abu jenazah, yang diyakini dapat membantu arwah menuju surga. Meskipun terancam oleh polusi dan rencana pembangunan bendungan, Sungai Gangga tetap dihormati dan dijaga sebagai bagian yang sangat penting dari budaya dan spiritualitas India (Sasmita, 2018).

Di Indonesia, perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam pengelolaan lingkungan terus menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah penerima anugerah Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (Proper) pada tahun 2022 yang diberikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (LHK). Selama lebih dari 25 tahun, anugerah Proper telah ditujukan untuk mendorong industri agar melampaui sekadar pemenuhan ketaatan terhadap peraturan lingkungan hidup. Setiap tahun, kriteria penilaian dalam pemberian anugerah Proper semakin kompleks untuk mengikuti kebutuhan dan tuntutan zaman. Dari 3.200 peserta pada tahun ini, sejumlah perusahaan mendapatkan peringkat emas, hijau, dan biru, sementara beberapa lainnya mendapatkan peringkat merah dan hitam. Indonesia berkomitmen untuk meningkatkan target penurunan emisi menjadi 31,89% dengan kemampuan sendiri dan 43,20% dengan dukungan internasional pada 2030. Untuk mencapai target tersebut, dibutuhkan peran serta dari industri dan dukungan banyak pihak. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 872 eko-inovasi dilahirkan oleh perusahaan dan dinilai sebagai penghematan sebesar Rp126,28 triliun atau 23% lebih hemat dari tahun 2021. Jumlah inovasi juga meningkat sekitar 25% dari tahun sebelumnya yaitu 697 inovasi. (Astuti, 2022).

Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana kinerja keuangan dan kinerja lingkungan perusahaan pertambangan dapat memengaruhi reputasi perusahaan. Tujuannya adalah untuk membantu perusahaan, pemerintah, dan semua pihak terkait memahami pentingnya menjaga keseimbangan antara keuangan dan lingkungan dalam membangun reputasi yang baik. Banyak literatur telah menyoroti hubungan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan dari berbagai sudut pandang. Meskipun begitu, hasil penelitian hingga saat ini belum secara konsisten menunjukkan adanya hubungan yang tetap antara ketiga variabel penelitian tersebut misalnya penelitian yang dilakukan oleh Verma et al., (2022) bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan pada 67 perusahaan manufaktur India yang terdaftar. Hasil analisis menunjukkan hubungan positif antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan pada kedua kategori perusahaan.

Renaldo et al., (2022) menginvestigasi pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja sosial terhadap kinerja keuangan dengan tata kelola perusahaan yang baik sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, kinerja sosial juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan, *Good Corporate Governance* memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan, dan *Good Corporate Governance* memperlemah dampak kinerja sosial terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur.

Gholami et al., (2022) bertujuan untuk menginvestigasi hubungan antara pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) perusahaan dengan profitabilitas. Penelitian ini menyoroti perbedaan signifikan antara sektor keuangan dan non-keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan kinerja ESG yang lebih tinggi berhubungan dengan profitabilitas yang lebih tinggi. Namun, analisis perbandingan antar industri menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sektor keuangan dan non-keuangan. Studi ini juga menemukan bahwa untuk perusahaan di sektor non-keuangan, kecuali tata kelola perusahaan, tidak ada hubungan signifikan antara elemen lingkungan dan sosial perusahaan dengan profitabilitas.

Rumusan masalah dalam penelitian, yaitu: Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja lingkungan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap kinerja lingkungan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

2. TINJAUAN LITERATUR

Review Penelitian Terdahulu

Gholami *et al.*, (2022) bertujuan untuk menginvestigasi hubungan antara pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) perusahaan dengan profitabilitas. Penelitian ini menyoroti perbedaan signifikan antara sektor keuangan dan non-keuangan. Data yang digunakan berasal dari contoh perusahaan di Australia selama periode 2007–2017 dari database Bloomberg. Model regresi data panel digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara pengungkapan kinerja ESG perusahaan dan profitabilitas, serta melakukan analisis industri. Keandalan hasil penelitian diuji melalui beberapa uji keandalan untuk memeriksa masalah metodologis, pemilihan sampel, endogenitas, dan kausalitas yang terkait dengan pengungkapan kinerja ESG perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan kinerja ESG yang lebih tinggi berhubungan dengan profitabilitas yang lebih tinggi. Namun, analisis perbandingan antar industri menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sektor keuangan dan non-keuangan. Studi ini juga menemukan bahwa untuk perusahaan di sektor non-keuangan, kecuali tata kelola perusahaan, tidak ada hubungan signifikan antara elemen lingkungan dan sosial perusahaan dengan profitabilitas. Implikasi penelitian ini relevan bagi regulator dan perusahaan, serta menekankan pentingnya peningkatan pengungkapan kinerja ESG untuk kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan dalam jangka panjang. Namun, penegakan perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial hanya meningkatkan profitabilitas di sektor keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar regulator menciptakan lingkungan institusional yang mendukung kinerja ESG di sektor keuangan, dengan tujuan meningkatkan kesadaran tentang ESG serta membantu perkembangan ekonomi.

Renaldo *et al.*, (2022) menginvestigasi pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja sosial terhadap kinerja keuangan dengan tata kelola perusahaan yang baik sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2017-2021. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder, diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan melalui perantara atau media internet. Analisis data melibatkan analisis deskriptif, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan Analisis Regresi Moderat (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, kinerja sosial juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan, *Good Corporate Governance* memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan, dan *Good Corporate Governance* memperlemah dampak kinerja sosial terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur.

Landasan Teori

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori stakeholder pertama kali muncul sebagai hasil dari peningkatan kesadaran tentang adanya berbagai kelompok yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, yang disebut sebagai stakeholder. Pemahaman tentang peran stakeholder ini telah menjadi fokus diskusi yang intens dalam literatur manajemen, baik dalam konteks akademis maupun profesional. Pada tahun 1984, konsep stakeholder diperkenalkan oleh Freeman melalui buku berjudul "*Strategic Management: a Stakeholder Approach*," yang kemudian menjadi dasar bagi banyak penelitian selanjutnya (Freeman *et al.*, 2010).

Teori pemangku kepentingan (stakeholder theory) menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik dan investor (*shareholders*), tetapi juga harus memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, termasuk kreditor, supplier, konsumen, masyarakat, dan pemerintah. Dalam teori ini, manajer memiliki tugas utama untuk menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan dan menyeimbangkan kepentingan yang berbeda demi menciptakan keuntungan bersama. Selain itu, teori ini menekankan pentingnya pertimbangan etis dalam pengambilan keputusan bisnis (Hörisch *et al.*, 2020).

Teori Pembuktian Sosial (Social Proof Theory)

Teori pembuktian sosial (*social proof theory*), yang digagas oleh Cialdini, (2007) adalah konsep psikologi sosial yang mengemukakan bahwa dalam situasi yang tidak jelas atau tidak pasti, orang cenderung mengikuti perilaku atau tindakan orang lain sebagai panduan atau bukti bahwa tindakan tersebut tepat atau benar. Dalam konteks kinerja keuangan, konsep ini berarti bahwa ketika perusahaan menghadapi keputusan investasi atau strategi keuangan yang kompleks, mereka cenderung melihat apa yang dilakukan oleh perusahaan sejenis atau pesaing mereka sebagai panduan. Misalnya, jika perusahaan A berhasil meningkatkan kinerja keuangan mereka dengan mengadopsi praktik kinerja lingkungan, maka perusahaan B cenderung mengikuti jejak mereka untuk mencapai hasil serupa.

Selain itu, teori pembuktian sosial juga berlaku dalam konteks reputasi perusahaan. Jika perusahaan A memiliki reputasi yang baik karena praktik kinerja lingkungan yang kuat dan kinerja keuangan yang solid, perusahaan tersebut menjadi bukti sosial bagi perusahaan lain bahwa investasi dalam keberlanjutan dapat meningkatkan reputasi mereka. Ini bisa menginspirasi perusahaan lain untuk mengadopsi praktik serupa untuk membangun reputasi yang lebih baik di mata pemangku kepentingan mereka, seperti pelanggan dan investor.

Dengan kata lain, teori pembuktian sosial memahami bahwa tindakan perusahaan dalam hal kinerja keuangan dan kinerja lingkungan dapat menjadi contoh yang kuat bagi perusahaan lain, dan bahwa reputasi yang baik dalam hal keberlanjutan dapat menjadi bukti sosial bahwa perusahaan tersebut melakukan bisnis dengan baik. Dalam hal ini, pemahaman tentang teori ini dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih baik terkait investasi keberlanjutan dan memahami peran reputasi dalam memengaruhi persepsi dan tindakan pemangku kepentingan mereka.

Teori *Resource Based View* (RBV)

Teori *Resource-Based View* (RBV) merupakan suatu pandangan yang esensial dalam memahami peran krusial sumber daya dan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan serta meningkatkan kinerjanya. Teori ini menegaskan bahwa fondasi daya saing sebuah perusahaan terletak pada sumber daya dan kemampuannya. Konsep RBV pertama kali diperkenalkan oleh Wernerfelt pada tahun 1984. Dalam teori ini, Wernerfelt menekankan signifikansi sumber daya perusahaan sebagai kunci untuk meraih keunggulan bersaing. Sumber daya yang dimaksud mencakup aset fisik, aset tidak berwujud, dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan (Wernerfelt, 1984).

Pentingnya pengelolaan yang efektif dan optimal dari sumber daya tersebut menjadi asumsi dasar dalam RBV. Oleh karena itu, memiliki sumber daya yang berharga saja tidaklah cukup; bagaimana sumber daya tersebut dimanfaatkan secara tepat juga menjadi fokus utama. Kemampuan perusahaan dalam mengelola serta menggabungkan sumber daya tersebut dengan efektif menjadi kunci untuk mencapai tujuan dan meraih keunggulan kompetitif. Sumber daya yang berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan dapat membantu perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kinerja Keuangan

Analisis mengenai kinerja keuangan telah menjadi fokus utama para ahli keuangan selama beberapa dekade. Beberapa konsep dan metode analisis telah dikembangkan oleh para ahli terdahulu untuk memahami kinerja keuangan suatu perusahaan dengan lebih baik.

Salah satu pendekatan yang penting dalam analisis kinerja keuangan adalah rasio keuangan. Rasio keuangan adalah alat penting yang digunakan oleh para analis keuangan dan investor untuk menilai kondisi keuangan perusahaan. Salah satu ahli terdahulu yang menciptakan konsep rasio keuangan adalah Graham (1949) seorang ekonom dan investor terkenal. Graham mengembangkan metode analisis fundamental yang melibatkan penggunaan rasio-rasio seperti *Price-to-Earnings* (P/E), *Price-to-Book* (P/B), dan *Current Ratio* untuk mengevaluasi saham.

Selain rasio keuangan, William Beaver, seorang ekonom dan profesor di Universitas Chicago, memainkan peran penting dalam pengembangan analisis keuangan. Beaver mengembangkan metode analisis laporan keuangan yang melibatkan analisis rasio dan tren dalam laporan keuangan perusahaan. Ia juga mengemukakan konsep accruals dan cash flow yang menjadi dasar bagi banyak model analisis keuangan.

Konsep yang lebih modern dalam analisis kinerja keuangan adalah analisis *Porter's Five Forces*, yang dikembangkan oleh Porter (1980). Porter berfokus pada analisis lingkungan eksternal perusahaan dan bagaimana faktor-faktor seperti persaingan industri, kekuatan tawar-menawar pelanggan dan pemasok, ancaman produk pengganti, dan ancaman dari pesaing baru dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan akses ke data yang lebih baik, analisis kinerja keuangan telah semakin canggih. Salah satu inovasi terbaru dalam analisis keuangan adalah penggunaan analisis big data dan machine learning untuk memprediksi kinerja keuangan masa depan berdasarkan data historis.

Kinerja Lingkungan

Konsep kinerja lingkungan mengacu pada evaluasi sejauh mana suatu perusahaan dapat memengaruhi tingkat kerusakan lingkungan hidup melalui pelaksanaan berbagai kegiatan operasionalnya (Lankoski, 2000). Kinerja lingkungan merupakan kerangka konseptual yang mencakup beberapa dimensi yang melibatkan perusahaan, seperti struktur organisasi yang dirancang untuk meningkatkan produk dan proses, hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, tingkat kepatuhan terhadap peraturan dan regulasi lingkungan, serta dampak nyata yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan pada lingkungan (Henri & Journeault, 2010).

Dalam konteks ini, Wood (2017) menghasilkan definisi yang lebih rinci, yang memandang kinerja lingkungan perusahaan sebagai suatu konfigurasi organisasi bisnis yang terdiri dari prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, proses-proses responsif sosial, kebijakan-kebijakan, program-program, dan hasil-hasil yang dapat diobservasi, semuanya terkait dengan interaksi perusahaan dalam lingkungan sosialnya. Dalam pandangan Wood (2017), kinerja lingkungan terpecah menjadi tiga aspek kunci, yaitu prinsip-prinsip yang mendasari tindakan, proses-proses yang digunakan untuk mengelola masalah lingkungan, dan hasil-hasil yang dapat diukur.

Dengan demikian, kinerja lingkungan terkait dengan konsekuensi yang timbul dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan, mencakup dampak dari penggunaan sumber daya, dampak dari proses operasional perusahaan, dampak dari produk dan layanan yang dihasilkan, serta upaya pemulihan dan pengelolaan produk yang sesuai dengan persyaratan hukum dan regulasi lingkungan yang berlaku. Kinerja lingkungan dapat dianalisis melalui dua dimensi utama: pertama, hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang mencerminkan ketaatan terhadap kebijakan, tujuan, dan target lingkungan yang ditetapkan; kedua, dampak konkret yang dihasilkan oleh manajemen lingkungan pada ekosistem dan lingkungan sekitarnya.

Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan tidak muncul secara instan; ia berkembang sebagai hasil dari kinerja dan tindakan perusahaan dalam berbagai aspek bisnisnya. Ini mencakup etika bisnis, komitmen terhadap keberlanjutan, kualitas produk atau layanan yang disediakan, hubungan dengan karyawan, dan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan dengan reputasi baik cenderung lebih diminati oleh konsumen karena mereka merasa lebih percaya diri tentang produk atau layanan yang mereka beli. Selain itu, perusahaan dengan reputasi baik juga memiliki kemudahan dalam mengakses modal dan mendapatkan investasi dengan biaya yang lebih rendah.

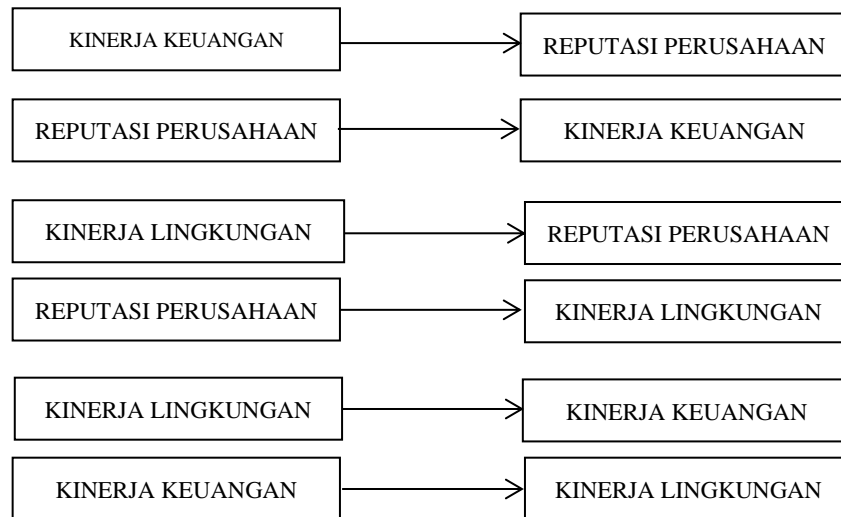
Reputasi perusahaan juga berdampak pada kemampuan mereka untuk menarik dan mempertahankan bakat terbaik di industri mereka. Karyawan cenderung ingin bekerja untuk perusahaan yang dihormati dan memiliki budaya kerja yang baik. Selain itu, reputasi perusahaan sangat terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan yang aktif dalam inisiatif sosial dan berkomitmen pada praktik bisnis yang berkelanjutan cenderung memiliki reputasi yang lebih baik.

Namun, reputasi perusahaan juga rentan terhadap kerusakan jika perusahaan terlibat dalam skandal, tindakan ilegal, atau perilaku yang merugikan. Ini dapat mengakibatkan penurunan penjualan, harga saham yang turun, dan hilangnya kepercayaan dari pemangku kepentingan. Oleh karena itu, manajemen reputasi menjadi krusial bagi perusahaan, dan banyak perusahaan memiliki tim atau departemen khusus yang bertanggung jawab untuk membangun dan menjaga reputasi mereka. Mereka melakukan berbagai kegiatan seperti kampanye iklan, komunikasi korporat, hubungan masyarakat, dan pengawasan media sosial untuk mengelola reputasi perusahaan dengan cermat.

Kerangka Pemikiran Teoretis

Hubungan antara kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan reputasi perusahaan merupakan subjek penelitian yang penting dalam konteks bisnis dan keberlanjutan. Penelitian ini membahas bagaimana kinerja keuangan dapat memengaruhi kinerja lingkungan, di mana peningkatan profitabilitas dapat memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk inisiatif berkelanjutan, seperti investasi dalam teknologi hijau atau pengelolaan limbah yang lebih baik. Sebaliknya, kinerja lingkungan yang baik, seperti efisiensi sumber daya dan pengurangan dampak negatif, dapat mengurangi risiko bisnis, menghemat biaya jangka panjang, dan meningkatkan daya tarik bagi pelanggan dan investor yang peduli lingkungan. Keduanya, kinerja keuangan dan kinerja lingkungan, secara bersama-sama dapat memengaruhi reputasi perusahaan, menciptakan persepsi positif terhadap perusahaan di mata investor, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Reputasi yang baik dapat menghasilkan kepercayaan, memengaruhi akses modal, dan membedakan perusahaan dari pesaingnya. Sebaliknya, reputasi perusahaan yang baik dalam tanggung jawab lingkungan dapat mendorong perusahaan untuk mematuhi standar yang lebih tinggi dalam hal berkelanjutan dan peduli terhadap lingkungan. Secara keseluruhan, interaksi kompleks antara kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan reputasi perusahaan memainkan peran kunci dalam strategi bisnis jangka panjang dan kesuksesan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan teoritis tersebut, dapat dirangkai kerangka pemikiran teoritis yang menggambarkan hubungan variabel-variabel dalam penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H1: Kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.
- H2: Reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- H3: Kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.
- H4: Reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan.
- H5: Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
- H6: Kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis, dengan maksud untuk menentukan apakah teori tersebut diterima atau ditolak. Penelitian dilakukan untuk mengkaji hubungan dan peran kinerja keuangan dan kinerja lingkungan terhadap reputasi perusahaan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah seluruh himpunan dari semua individu, objek, atau entitas yang memiliki kesamaan kriteria untuk diteliti atau dikaji. Populasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2019 – 2022. Peneliti mengambil perusahaan non-keuangan untuk diteliti karena issue mengenai dampak lingkungan terbesar itu dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan (kecuali keuangan) yang dalam kegiatan operasinya banyak menghasilkan limbah tidak terurai.

Sampel adalah sekelompok unit dari populasi yang diambil dari populasi untuk dijadikan sebagai data dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampel yang diteliti nantinya. Sampel yang digunakan di dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria-kriteria. Adapun kriteria tersebut antara lain:

1. Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2022.
2. Perusahaan yang menerbitkan *annual report* tahun 2019 – 2022 dengan menggunakan mata uang rupiah serta periode tutup buku 31 Desember.
3. Perusahaan yang mempunyai skor *Corporate Image Index* (CII).
4. Perusahaan aktif melaksanakan PROPER tahun 2019 – 2022.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter yang terdiri dari laporan tahunan yang secara rutin diterbitkan oleh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019 – 2022 dan PROPER Score. Sumber data yang diperoleh atas penelitian ini bersumber dari data tidak langsung atau melalui perantara. Sumber data penelitian ini dapat diakses melalui website www.idx.com dan www.proper.menlhk.go.id

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi yang mana mengacu pada bukti pelacakan seperti catatan, buku dan dokumen untuk melacak informasi sejarah. Data dokumenter yang dikumpulkan peneliti terdiri dari *annual report* yang diterbitkan secara teratur di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2022, serta PROPER Score yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menggambarkan situasi finansial suatu perusahaan yang dapat dianalisis dengan berbagai alat analisis. Hal ini memungkinkan para pemangku kepentingan atau pengguna laporan untuk memahami kondisi finansial perusahaan tersebut dalam suatu periode tertentu. Kondisi finansial perusahaan dapat mencerminkan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan asetnya, yang dapat bersifat positif atau negatif. Dalam konteks evaluasi kinerja keuangan, penting untuk mencatat bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki selisih waktu satu tahun dibandingkan dengan catatan sejarah perusahaan. Oleh karena itu, data kinerja keuangan yang diambil sebagai dasar analisis memiliki perbedaan satu tahun lebih lama dibandingkan dengan informasi tentang reputasi perusahaan. Alat ukur yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih (Net Income)}}{\text{Total Aset (Total Assets)}} \dots\dots\dots(1)$$

Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan adalah citra yang dipersepsikan oleh masyarakat dan pemangku kepentingan terhadap suatu perusahaan. Citra ini mencerminkan bagaimana perusahaan dilihat oleh orang lain, termasuk pelanggan, investor, karyawan, pemasok, regulator, dan masyarakat umum. Reputasi perusahaan dapat dianggap sebagai aset yang sangat berharga karena berdampak pada berbagai aspek bisnis, seperti penjualan, kepercayaan pemegang saham, dan kemampuan perusahaan untuk menarik bakat terbaik.

Dalam konteks reputasi perusahaan, data yang diamati memiliki perbedaan waktu satu tahun dengan kinerja keuangan, yang berarti data reputasi yang digunakan mengacu pada tahun sebelumnya dibandingkan dengan kinerja keuangan saat ini. Penelitian ini menggunakan variabel yang telah digunakan oleh peneliti sebelumnya, yakni Corporate Image Index (CII) yang diterbitkan oleh Frontier Consulting Group (Erasputranto dan Hermawan, 2017; Jao, Daromes, et al., 2020).

CII mencakup 110 sektor industri di Indonesia yang dapat mewakili penilaian dari berbagai pihak terkait. Ini disebabkan karena survei melibatkan sebanyak 3.000 responden yang terdiri dari beragam kelompok, yaitu manajemen (40%), investor (30%), jurnalis (20%), dan masyarakat (10%). Responden melakukan penilaian terhadap reputasi perusahaan menggunakan Corporate Image Index Framework. Kerangka ini menghasilkan indeks reputasi perusahaan berdasarkan empat aspek utama, yaitu kualitas, kinerja, tanggung jawab, dan daya tarik, yang dibagi menjadi sepuluh sub-aspek. Keempat aspek tersebut menjadi landasan untuk menilai setiap perusahaan, dengan indikasi bahwa semakin tinggi nilai CII yang diperoleh, semakin baik citra perusahaan tersebut.

Tabel 1. Corporate Image Index Framework

No	Dimension	Measurement Attributes
1.	Quality	Good care for customers
		High quality product or services
		Trusted company
		Innovative company
2.	Performance	Company with growth and development opportunity
		Well-managed company
3.	Responsibility	Eco-friendly company
		Company with social responsibility
4.	Attractiveness	Dream workplace company
		Company with high quality employees

Sumber: www.imacaward.com

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah evaluasi tentang sejauh mana sebuah organisasi atau sistem mampu mencapai tujuan yang berkaitan dengan perlindungan dan keberlanjutan lingkungan alam. Ini melibatkan pengukuran dampak aktivitas atau kebijakan organisasi terhadap lingkungan, termasuk upaya untuk mengurangi dampak negatifnya. Kinerja lingkungan dapat diukur dan dinilai dengan menggunakan berbagai metode dan kriteria yang telah ditentukan. Hal ini mencerminkan upaya untuk mengelola aktivitas manusia agar lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Ini juga penting dalam konteks global yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan dan berusaha untuk menjaga kelestarian bumi.

Penelitian ini menggunakan alat ukur PROPER yang telah digunakan oleh peneliti sebelumnya, yaitu Deswanto dan Siregar (2018). Kinerja lingkungan diukur berdasarkan sistem peringkat yang diterbitkan Kementerian Lingkungan Hidup dalam lampiran PROPER mulai dari skor 1 hingga 5 yang dijabarkan sebagai berikut:

1. skor 5 diberikan kepada perusahaan yang manajemen kinerja lingkungannya diberi warna emas dalam PROPER.
2. skor 4 untuk warna hijau dalam PROPER.
3. skor 3 untuk warna biru dalam PROPER.
4. skor 2 untuk warna merah dalam PROPER.
5. skor 1 untuk hitam dalam PROPER.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besaran proporsi variable independen yang dapat menjelaskan variable dependen.

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

	R	R Square
KK-RP	0,275	0,075
RP-KK	0,242	0,059
KL-RP	0,176	0,031
RP-KL	0,227	0,051
KL-KK	0,435	0,189
KK-KL	0,457	0,209

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 20 (2023)

Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 0,075 atau 7,5% menunjukkan variasi dalam reputasi perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel kinerja keuangan yang diuji dalam model. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan, sebagaimana diukur oleh variabel-variabel yang dimasukkan, hanya memberikan kontribusi terbatas terhadap variasi dalam reputasi perusahaan. Begitupun variable reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan yang memperoleh hasil 0,059 atau 5,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan, sebagaimana diukur oleh variabel-variabel yang dimasukkan, hanya memberikan kontribusi terbatas terhadap variasi dalam kinerja keuangan.

Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 0,031 atau 3,1% menunjukkan variasi dalam reputasi perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel kinerja lingkungan yang diuji dalam model. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan, sebagaimana diukur oleh variabel-variabel yang dimasukkan, hanya memberikan kontribusi terbatas terhadap variasi dalam reputasi perusahaan. Begitupun variable reputasi perusahaan terhadap kinerja lingkungan yang memperoleh hasil 0,051 atau 5,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan, sebagaimana diukur oleh variabel-variabel yang dimasukkan, hanya memberikan kontribusi terbatas terhadap variasi dalam kinerja lingkungan.

Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 0,189 atau 18,9% dari kinerja lingkungan dapat dijelaskan oleh kinerja keuangan. Tetapi, sekitar 81,1% sisanya menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan kinerja keuangan tidak saling memengaruhi secara signifikan. Ini menunjukkan bahwa ada banyak faktor lain yang turut berperan dalam memengaruhi kinerja lingkungan perusahaan selain dari kinerja keuangan. Begitupun variable kinerja keuangan terhadap kinerja lingkungan yang memperoleh hasil 0,209 atau 20,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan sebagaimana diukur oleh variable-variabel yang dimasukkan hanya memberikan kontribusi terbatas terhadap variasi kinerja lingkungan.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini, pengujian menggunakan uji parsial atau uji t untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variable independent terhadap variable dependen, yaitu: kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan reputasi perusahaan. Hasil dari uji parsial ini penting untuk menentukan apakah kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan reputasi perusahaan saling berpengaruh. Jika hasil uji menunjukkan nilai yang melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh signifikan satu terhadap yang lain. Berikut adalah hasil dari uji parsial (uji t).

1. Berdasarkan Tabel 4.3, hasil uji t pada persamaan 1 adalah sebesar 0,011 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Dengan demikian, H1 yang menegaskan bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, diterima.
2. Hasil uji t pada persamaan 1 adalah sebesar 0,026 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, H2 yang menegaskan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, diterima.
3. Berdasarkan Tabel 4.3, hasil uji t pada persamaan 2 adalah sebesar 0,109, lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa kinerja lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian H3 yang menegaskan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, ditolak.
4. Hasil uji t pada persamaan 2 adalah sebesar 0,038 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan. Dengan demikian, H4 yang menegaskan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh signifikan kinerja lingkungan, diterima.
5. Berdasarkan Tabel 4.3, hasil uji t pada persamaan 3 adalah sebesar 0,000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian H5 yang menegaskan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, diterima.
6. Hasil uji t pada persamaan 3 adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan. Dengan demikian, H6 yang menegaskan bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan kinerja lingkungan, diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Reputasi Perusahaan

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan yang diteliti oleh Jao, Hamzah, et al. (2020); Kaur dan Singh (2020) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan dapat mempengaruhi reputasi perusahaan. Kinerja keuangan yang positif memberikan gambaran bahwa perusahaan mampu memenuhi berbagai kebutuhan *stakeholder*, termasuk pencapaian laba yang optimal dan pengelolaan sumber daya yang efisien. Pemahaman mendalam mengenai hubungan antara kinerja keuangan dan reputasi perusahaan menjadi kunci penting dalam konteks bisnis modern.

Sejalan dengan hasil penelitian ini, teori stakeholder memandang perusahaan sebagai entitas yang harus mempertimbangkan kepentingan berbagai kelompok pemangku kepentingan, atau "stakeholder." Kinerja keuangan perusahaan dapat memengaruhi persepsi dan kepuasan stakeholder ini. Sebagai contoh, ketika perusahaan mencapai pertumbuhan pendapatan yang signifikan, ini dianggap sebagai kesuksesan bagi pemangku kepentingan eksternal seperti investor. Oleh karena itu, kinerja keuangan yang baik dapat memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Teori pembuktian sosial mengemukakan bahwa orang cenderung mengikuti perilaku atau tindakan orang lain sebagai panduan atau bukti bahwa tindakan tersebut tepat atau benar. Dalam konteks ini, kinerja keuangan yang kuat dapat dianggap sebagai "bukti" kesuksesan perusahaan di mata pemangku kepentingan eksternal, seperti investor. Ketika investor melihat bahwa perusahaan telah mencapai kinerja keuangan yang baik, mereka cenderung lebih percaya diri dan lebih cenderung berinvestasi dalam perusahaan tersebut, yang pada akhirnya dapat memengaruhi reputasi perusahaan.

Teori RBV berpendapat bahwa sumber daya dan kapabilitas unik perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif. Dalam konteks ini, kinerja keuangan yang kuat dapat memungkinkan perusahaan untuk mengakses lebih banyak sumber daya dan kapabilitas yang mendukung upaya membangun dan memelihara reputasi yang kuat. Misalnya, perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik lebih mudah mendapatkan akses ke modal untuk inisiatif keberlanjutan yang dapat meningkatkan reputasi mereka

Aspek kinerja keuangan tidak hanya mencakup dimensi finansial semata, tetapi juga merangkum efisiensi operasional, inovasi, dan keberlanjutan. Kinerja keuangan yang terintegrasi dengan baik dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan, menciptakan dampak positif dalam komunitas, dan merespons kebutuhan pasar dengan fleksibilitas. Oleh karena itu, interpretasi terhadap kinerja keuangan harus melibatkan analisis yang holistik untuk menggambarkan kontribusi nyata terhadap reputasi perusahaan.

Selain itu, keterlibatan *stakeholder* dalam evaluasi kinerja keuangan dapat memperkuat ikatan antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Hal ini dapat menciptakan siklus positif di mana reputasi perusahaan yang baik mendukung kinerja keuangan, sementara kinerja keuangan yang baik juga memperkuat reputasi. Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan komunitas dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan citra perusahaan.

Variabel kinerja keuangan memiliki peran krusial dalam pembentukan reputasi perusahaan. Pihak manajemen memiliki kemampuan untuk membentuk citra positif melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial, memberikan kompensasi yang adil kepada karyawan, dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Melalui langkah-langkah tersebut, para pemangku kepentingan akan melihat bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan sendiri, melainkan juga memperhatikan kesejahteraan bersama, yang dapat membantu meningkatkan reputasi perusahaan. Upaya seperti ini perlu ditempuh agar peningkatan kinerja dapat beriringan dengan peningkatan reputasi perusahaan (Oktavianus et al., 2022).

Dampak kinerja keuangan perusahaan terhadap reputasi perusahaan sangat bervariasi tergantung pada kepentingan kelompok pemangku kepentingan yang berbeda, karena mereka menggunakan informasi ini dalam proses pengambilan keputusan. Secara khusus, pengaruh persepsi investor terhadap kinerja keuangan terhadap komponen keuangan reputasi perusahaan jauh lebih substantif dibandingkan persepsi konsumen, karena analisis data ini merupakan salah satu langkah umum dalam pengambilan keputusan investasi (Derun dan Mysaka, 2018).

Berdasarkan hasil pengujian data diperoleh kinerja keuangan memiliki pengaruh yang kuat sebagai *variable predictor* dalam memprediksi reputasi perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengelolaan kinerja keuangan di masa lalu dapat memprediksi dan mengontrol reputasi perusahaan di masa yang akan datang.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pengaruh kinerja keuangan terhadap reputasi perusahaan, tetapi juga mengajak untuk memahami kompleksitas dan saling ketergantungan antara keduanya. Kesadaran akan hubungan ini memberikan landasan bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tidak hanya mengoptimalkan kinerja keuangan, tetapi juga membangun dan memelihara reputasi yang positif di tengah dinamika bisnis yang terus berkembang.

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan

Temuan ini secara konsisten sejalan dengan riset-riset terdahulu yang juga mengamati korelasi positif antara reputasi perusahaan dan kinerja keuangan. Blajer-Gołębiewska dan Kozłowski (2016); Kaur dan Singh (2020); Lee dan Roh (2012) telah mencatat bahwa reputasi perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan. Hasil temuan ini tidak hanya bersifat mendukung, tetapi juga memperkuat kerangka penelitian sebelumnya yang menyiratkan bahwa reputasi yang baik memiliki peran penting dalam mempertahankan stabilitas kinerja keuangan perusahaan. Dalam konteks ini, riset-riset sebelumnya oleh Inglis et al (2006), Lee dan Hall Jr (2008), dan Roberts dan Dowling (1997) telah menunjukkan bahwa reputasi yang baik bukan hanya mempengaruhi kinerja keuangan secara positif, tetapi juga dapat berkontribusi pada pemeliharaan kinerja keuangan yang kokoh. Dengan kata lain, reputasi yang baik dapat menjadi aset strategis bagi perusahaan dalam menciptakan kepercayaan dan loyalitas dari berbagai pemangku kepentingan, yang pada gilirannya, dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk keberlanjutan dan pertumbuhan finansial. Keseluruhan, temuan ini mendukung konsep bahwa reputasi perusahaan memegang peran sentral dalam mengarahkan arus kinerja keuangan perusahaan menuju pencapaian tujuan jangka panjang.

Sejalan dengan hasil penelitian ini, sumber daya yang berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat diganti akan memberikan keunggulan kompetitif kepada perusahaan. Reputasi yang baik dapat dianggap sebagai salah satu sumber daya yang berharga dan sulit ditiru (Barney, 1991). Perusahaan dengan reputasi yang kuat dapat menarik bakat terbaik, menjalin kemitraan yang menguntungkan, dan memiliki akses yang lebih baik ke sumber daya eksternal. Semua ini dapat mengarah pada peningkatan kinerja keuangan jangka panjang.

Selain itu, teori pembuktian sosial juga dapat dihubungkan dengan pengaruh reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan. Teori ini berargumen bahwa perusahaan dengan reputasi baik akan mendapatkan keuntungan dari persepsi positif yang diciptakan di antara para pemangku kepentingan. Para investor, pelanggan, dan mitra bisnis cenderung lebih percaya pada perusahaan yang telah membuktikan diri sebagai entitas yang dapat diandalkan. Ini dapat meningkatkan daya tarik perusahaan bagi investor potensial, mengurangi biaya modal, dan memperluas peluang pertumbuhan.

Perusahaan yang memiliki reputasi baik mampu menarik perhatian para *stakeholder* atau memiliki kemampuan retensi yang lebih baik untuk staf yang baik, yang membantu mereka mempertahankan keterampilan bisnis yang spesifik perusahaan. Reputasi juga dapat mendorong loyalitas pelanggan dan menetapkan stabilitas yang lebih besar untuk hasil bisnis. Efisiensi lingkungan yang ditingkatkan, ditambah dengan reputasi positif perusahaan, dapat menghasilkan efek gabungan pengurangan biaya dan harga premium. Perusahaan yang paling ramah lingkungan dan terkenal mempunyai risiko yang lebih rendah dan biaya modal yang lebih rendah, dengan implikasi positif untuk keberlanjutan keuangan mereka. Dari sudut pandang *stakeholder*, reputasi perusahaan adalah aset kunci untuk membangun hubungan berbasis kepercayaan dengan berbagai pemangku kepentingan. Sebagai aset tak berwujud yang spesifik perusahaan, reputasi perusahaan yang lebih baik dapat membantu menjaga keunggulan kompetitif, yang kemudian memiliki manfaat bisnis seperti sensitivitas harga yang lebih rendah, loyalitas pelanggan yang lebih kuat, motivasi staf yang lebih baik, risiko yang lebih rendah, dan biaya yang lebih rendah. Menikmati reputasi yang lebih baik adalah bentuk *goodwill* yang penting yang dapat menempatkan perusahaan dalam posisi yang menguntungkan dalam mencapai target pasar yang sensitif terhadap kualitas proses dan produk perusahaan (Gangi et al., 2020).

Persepsi reputasi ini ditafsirkan oleh pemangku kepentingan sebagai sinyal kepercayaan perusahaan ketika mengambil keputusan investasi sumber daya. Persepsi reputasi yang lebih tinggi berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan dan semakin tinggi tingkat kepercayaan akan menghasilkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dan sebaliknya. Kecenderungan individu pemangku kepentingan untuk mempercayai secara positif memoderasi keputusan untuk memercayai berdasarkan reputasi yang dirasakan. Kepercayaan yang dikembangkan akan berdampak positif terhadap keputusan alokasi sumber daya, yang berarti alokasi sumber daya lebih tinggi jika kepercayaan tinggi. Risiko yang dirasakan dalam transaksi akan memoderasi secara negatif hubungan antara kepercayaan dan keputusan alokasi sumber daya. Pada akhirnya, besarnya sumber daya yang dialokasikan oleh masing-masing pemangku kepentingan akan berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (Gunawardena et al., 2019).

Temuan hasil penelitian ini dapat dikaitkan dengan teori RBV, yang merupakan kerangka kerja strategis yang menekankan pada peran sumber daya internal perusahaan sebagai sumber keunggulan kompetitif. Dalam konteks RBV, reputasi perusahaan dapat dianggap sebagai salah satu sumber daya *intangible* yang bernilai tinggi. Reputasi yang baik mencerminkan aset tidak berwujud yang dapat menjadi keunggulan kompetitif karena sulit untuk ditiru oleh pesaing.

Selain itu, reputasi perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dapat diinterpretasikan sebagai indikasi bahwa faktor-faktor *intangible*, yang dapat menjadi bagian dari sumber daya perusahaan memiliki dampak yang lebih besar pada keberhasilan jangka panjang daripada faktor-faktor yang dapat diukur secara finansial. Ini mendukung pandangan RBV bahwa nilai suatu perusahaan tidak hanya dapat ditemukan dalam aset finansial, tetapi juga dalam kapasitasnya untuk memanfaatkan sumber daya dan kompetensi *intangible* yang unik.

Kesenjangan reputasi yang lebih besar antara karyawan dan pelanggan dapat berkontribusi pada meningkatkan pendapatan masa depan (diukur dengan pertumbuhan penjualan) jika persepsi karyawan terhadap reputasi perusahaan lebih tinggi secara signifikan dibandingkan dengan persepsi pelanggan, sehingga menunjukkan bahwa kesenjangan reputasi tidak selalu perlu memiliki dampak negatif pada kinerja perusahaan (Davies et al., 2009).

Reputasi perusahaan tidak hanya terbatas pada tingkat konsumen, tetapi juga memengaruhi aspek lain dari operasional perusahaan. Perusahaan dengan reputasi baik memiliki daya tarik yang lebih besar bagi calon karyawan yang berkualitas, sementara hubungan yang lebih baik dengan supplier dapat membuka pintu untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif. Dengan demikian, hasil penelitian ini menyiratkan bahwa investasi dalam membangun dan menjaga reputasi perusahaan tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif, tetapi juga berkontribusi secara positif terhadap berbagai aspek strategis dan operasional perusahaan.

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan

Dalam kasus ini, ketika kinerja lingkungan tidak terbukti secara signifikan memengaruhi reputasi perusahaan, ini menunjukkan bahwa elemen-elemen pembuktian sosial yang dapat memvalidasi dampak kinerja lingkungan terhadap reputasi perusahaan belum mencapai tingkat yang memadai atau terdapat faktor-faktor lain yang memoderasi hubungan tersebut. Masyarakat atau pemangku kepentingan belum memperoleh cukup bukti atau pemahaman tentang upaya lingkungan perusahaan sehingga tidak memengaruhi secara signifikan reputasi perusahaan.

Sejalan dengan hasil penelitian ini, perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan berbagai kelompok pemangku kepentingan dalam praktik kinerja lingkungan. Pemangku kepentingan seperti masyarakat, pemerintah, dan organisasi lingkungan memiliki pengaruh besar pada reputasi perusahaan. Praktik kinerja lingkungan yang kuat dapat memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan ini.

Evaluasi terhadap kinerja lingkungan tidak hanya bergantung pada faktor internal perusahaan tetapi juga dipengaruhi oleh pembuktian sosial dari luar, seperti respon masyarakat, liputan media, dan pandangan para *stakeholder*. Selama masa pandemi covid-19, perusahaan non-keuangan menghadapi tantangan baru terkait limbah, termasuk limbah dari proses produksi dan pengelolaan. Respons dan tanggapan masyarakat terhadap cara perusahaan mengelola limbah selama pandemi dapat menjadi faktor eksternal yang signifikan dalam membentuk persepsi terhadap tanggung jawab lingkungan perusahaan.

Teori pembuktian sosial mengemukakan bahwa praktik kinerja lingkungan yang kuat dapat dianggap sebagai "bukti" bahwa perusahaan bertanggung jawab secara sosial. Hal ini memengaruhi persepsi pemangku kepentingan bahwa perusahaan tersebut adalah pemain yang baik dalam masalah lingkungan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Sementara itu, teori RBV berpendapat bahwa sumber daya dan kapabilitas unik perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif. Dalam konteks ini, perusahaan yang memiliki kemampuan untuk mengadopsi dan mengintegrasikan praktik kinerja lingkungan memiliki keunggulan dalam membangun reputasi positif. Kemampuan untuk menggunakan teknologi ramah lingkungan atau inovasi dalam praktik keberlanjutan bisa menjadi sumber daya unik yang membedakan perusahaan.

Temuan penelitian ini tidak menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh dalam meningkatkan reputasi perusahaan, artinya pemangku kepentingan dan pemegang saham tidak mengutamakan kinerja lingkungan sebagai faktor utama dalam menilai investasi di suatu perusahaan. Para investor lebih mempertimbangkan keuangan dan laba perusahaan dibandingkan dengan lini lingkungan perusahaan, karena para investor menginginkan pengembalian yang besar terhadap modal yang telah diinvestasikannya. Hal tersebut membuat perusahaan tersebut mampu mempunyai reputasi baik di mata investor (Rabbani, 2023).

Menurut (Daddi et al., 2019), menyatakan bahwa komunikasi terkait kinerja lingkungan sangat kompleks karena melibatkan aspek teknis, seringkali sulit diukur atau tidak konkret bagi pemangku kepentingan, yang mungkin tidak sepenuhnya memahaminya. Selain itu, kinerja lingkungan juga dapat dipengaruhi oleh tingkat ketidakpastian atau menjadi sumber perdebatan di media. Temuan dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Daddi et al., 2019), yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Hasil penelitian yang menunjukkan kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan dapat dikaitkan dengan teori pembuktian sosial. Teori pembuktian sosial menyatakan bahwa orang cenderung mencari bukti dari orang lain atau entitas sebelum membuat keputusan atau membentuk persepsi. Dalam konteks reputasi perusahaan, persepsi positif atau negatif terhadap kinerja lingkungan dapat dipengaruhi oleh pembuktian sosial yang diberikan oleh faktor eksternal, seperti tanggapan masyarakat, ulasan media, atau opini pemangku kepentingan lainnya.

Selain itu, teori pembuktian sosial juga menggarisbawahi peran interaksi dan komunikasi antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Jika perusahaan tidak berhasil membuktikan secara efektif bagaimana kinerja lingkungan mereka dapat berkontribusi positif terhadap reputasi, maka dampaknya tidak terasa secara signifikan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami bagaimana cara berkomunikasi dan membuktikan dampak positif dari praktik lingkungan mereka kepada pemangku kepentingan agar reputasi perusahaan dapat ditingkatkan.

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Lingkungan

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi reputasi perusahaan, semakin rendah kinerja lingkungan yang dapat diukur. Interpretasi dari temuan ini bisa mengindikasikan adanya trade-off antara fokus pada reputasi perusahaan dan kinerja lingkungan. Perusahaan cenderung mengorbankan atau mengurangi upaya dalam aspek lingkungan demi menjaga atau meningkatkan reputasi mereka.

Sejalan dengan hasil penelitian ini teori RBV mengemukakan bahwa sumber daya dan kapabilitas internal perusahaan dapat menjadi sumber daya kompetitif yang berharga. Dalam konteks kinerja lingkungan, reputasi yang baik dapat dianggap sebagai salah satu sumber daya yang berharga. Perusahaan dengan reputasi baik memiliki akses lebih mudah ke sumber daya dan peluang bisnis yang mendukung praktik-praktik lingkungan yang berkelanjutan.

Teori pembuktian sosial juga memainkan peran penting dalam hal ini. Teori ini berbicara tentang bagaimana individu atau organisasi cenderung mengikuti norma sosial yang ada dalam upaya untuk mempertahankan atau meningkatkan reputasi mereka. Dalam konteks perusahaan, reputasi yang baik dalam hal praktik lingkungan berkelanjutan dapat memotivasi perusahaan untuk mematuhi standar-standar lingkungan yang ketat dan bahkan berinovasi dalam hal praktik-praktik berkelanjutan untuk mempertahankan reputasi positif mereka.

Dalam perspektif manajerial, hasil ini menunjukkan perlunya perhatian lebih terhadap integritas dan keberlanjutan lingkungan, terlepas dari upaya membangun atau memelihara reputasi perusahaan. Mempertimbangkan dampak reputasi perusahaan terhadap kinerja lingkungan dapat menjadi aspek kunci dalam pengembangan strategi bisnis yang seimbang dan berkelanjutan. Temuan ini juga dapat memicu pertimbangan etis terkait tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan di tengah upaya membangun citra yang positif.

Menurut teori pembuktian sosial, persepsi atau tindakan seseorang sering kali dipengaruhi oleh apa yang diamati atau diterima dari orang lain atau entitas lainnya. Dalam konteks reputasi perusahaan dan kinerja lingkungan, masyarakat atau pemangku kepentingan akan memandang prestise perusahaan lebih tinggi daripada kepedulian terhadap praktik-praktik lingkungan yang bertanggungjawab. Dengan kata lain, jika reputasi perusahaan dianggap sebagai ukuran utama kesuksesan atau keberhasilan, perusahaan akan lebih cenderung untuk fokus pada faktor-faktor yang meningkatkan reputasi daripada aspek-aspek lingkungan yang kurang terlihat oleh masyarakat. Ini menciptakan dinamika di mana perusahaan mengabaikan atau mengorbankan kinerja lingkungan demi mempertahankan atau meningkatkan reputasinya.

Menurut teori RBV, reputasi perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap kinerja lingkungan dapat menggambarkan *trade-off* di antara sumber daya ini. Meskipun reputasi perusahaan dapat dianggap sebagai sumber daya yang bernilai dalam menciptakan keunggulan kompetitif, namun dalam kasus ini, dampak negatifnya terhadap kinerja lingkungan menciptakan pertanyaan etis dan strategis.

RBV menekankan pentingnya sumber daya yang langka dan bernilai sebagai sumber keunggulan kompetitif jangka panjang. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus mempertimbangkan bagaimana mengelola dan mengintegrasikan sumber daya ini secara efektif agar tidak terjadi konflik antara reputasi perusahaan dan tanggung jawab lingkungan. Strategi yang seimbang dan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan reputasi positifnya sambil tetap memprioritaskan kinerja lingkungan yang bertanggungjawab.

Berdasarkan hasil pengujian data diperoleh reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang kuat sebagai *variable predictor* dalam mendorong pembentukan kinerja lingkungan. Akan tetapi, kesadaran ini perlu didukung oleh pola pikir para stakeholder tentang pentingnya membangun reputasi dan kesadaran akan lingkungan khususnya lingkungan di mana perusahaan tersebut berdiri.

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan

Variabel kinerja lingkungan, yang diwakili oleh PROPER, dalam hasil penelitian menunjukkan ketidaksesuaian dengan ekspektasi teoretis. Tujuan dari implementasi PROPER adalah mendorong kesadaran perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Apabila perusahaan berhasil meraih peringkat tinggi dalam PROPER, hal ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan perusahaan karena keberlanjutan tersebut tidak hanya bergantung pada peningkatan aspek keuangan semata, melainkan juga melibatkan berbagai *stakeholder* (Pujiasih, 2013). Hal ini disebabkan oleh fokus penilaian PROPER pada tahun pengamatan yang lebih terpusat pada kepatuhan terhadap regulasi terkait kontrol pencemaran air, udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL, dan pengendalian pencemaran laut. Selain itu, penilaian PROPER juga mencakup izin lingkungan, izin pengawasan, dan penyediaan data perusahaan, sehingga aspek-aspek penilaian tersebut tidak secara langsung mencerminkan dampak pada kepentingan masyarakat, dan hasil kinerja lingkungan tersebut tidak dapat langsung dirasakan oleh masyarakat. Keterbatasan ini dapat menyebabkan ketidakpuasan masyarakat dan menciptakan citra negatif terhadap perusahaan, sehingga perusahaan tidak dapat membangun hubungan positif dan saling menguntungkan dengan masyarakat (Setyaningsih dan Asyik, 2016).

Di sisi lain, kurangnya kesesuaian antara kualitas atau volume pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan harapan masyarakat. Selain itu, ketidakpedulian perusahaan terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya juga menyebabkan citra perusahaan tersebut merosot di mata masyarakat. Dampak dari hal ini termasuk penurunan kinerja keuangan perusahaan. Untuk menjaga keberlanjutan perusahaan, penting bagi perusahaan untuk memperoleh dukungan positif dari masyarakat, dengan berupaya membangun citra positif. Oleh karena itu, perusahaan perlu berusaha keras untuk memperoleh legitimasi yang baik dari masyarakat, karena hal ini merupakan strategi yang esensial untuk pengembangan perusahaan ke depan (Pujiasih, 2013).

Interpretasi dari temuan ini adalah semakin tinggi kinerja lingkungan, semakin rendah kinerja keuangan yang dapat diukur. Faktor signifikansi yang sangat rendah menunjukkan bahwa hubungan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan bersifat kuat dan tidak mungkin terjadi secara kebetulan. Dalam konteks ini, temuan ini dapat menimbulkan pertanyaan-pertanyaan penting terkait strategi perusahaan. Apakah terdapat trade-off antara upaya perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan kinerja lingkungan dengan kinerja keuangan yang optimal. Dalam beberapa kasus, investasi besar dalam kinerja lingkungan memiliki dampak negatif pada kesehatan keuangan perusahaan.

Dari perspektif teori pembuktian sosial, temuan ini juga dapat diartikan bahwa masyarakat atau pemangku kepentingan lebih cenderung memberikan penilaian positif terhadap perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik, bahkan jika hal itu berimplikasi pada kinerja keuangan yang lebih rendah. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan dengan cermat dampak dan manfaat jangka panjang dari inisiatif kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan mereka.

Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Kinerja Lingkungan.

Suatu perusahaan yang memiliki kinerja keuangan baik cenderung memiliki kemampuan yang lebih besar untuk mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya untuk praktik lingkungan berkelanjutan. Perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik mempunyai banyak sumber daya untuk inovasi dan peningkatan efisiensi operasional terkait pengembangan teknologi ramah lingkungan. Akan tetapi, hasil yang diperoleh dari penelitian ini justru berbalik. Hal ini diakibatkan karena adanya tekanan keuangan sehingga perusahaan akan berfokus kepada tindakan untuk mengembalikan modal cepat.

Hasil ini memberikan pandangan terkait dinamika antara aspek keuangan dan keberlanjutan lingkungan dalam konteks perusahaan. Teori *stakeholder* mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa keputusan perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh pemangku kepentingan internal seperti pemegang saham, tetapi juga oleh pemangku kepentingan eksternal seperti masyarakat dan lingkungan sekitar. Adanya pengaruh signifikan dengan arah negatif ini dapat diinterpretasikan sebagai respons terhadap tekanan yang dihadapi perusahaan untuk memenuhi harapan stakeholders terkait keberlanjutan lingkungan, bahkan ketika kinerja keuangan perusahaan terpengaruh.

Menurut teori kepentingan sosial, temuan ini dapat dihubungkan dengan pergeseran paradigma bisnis menuju tanggung jawab sosial dan lingkungan. Meskipun kinerja keuangan yang positif diinginkan oleh pemegang saham, perusahaan juga dihadapkan pada tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Penekanan pada *profitabilitas* dapat menghasilkan kebijakan atau praktik yang kurang ramah lingkungan, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan kinerja lingkungan yang menurun. Oleh karena itu, hasil negatif signifikan ini menyoroti pentingnya integrasi kebijakan keberlanjutan dalam strategi bisnis untuk mencapai keselarasan antara kinerja keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan landasan bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan keberlanjutan lingkungan dalam pengambilan keputusan bisnis guna memitigasi potensi dampak negatif terhadap kinerja lingkungan.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian di atas maka dapat diambil sebuah kesimpulan yang menyatakan bahwa:

1. Kinerja keuangan yang baik memiliki dampak positif terhadap reputasi perusahaan. Ketika perusahaan mencatat hasil keuangan yang positif, ini memberikan sinyal kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan memiliki manajemen yang efektif dan daya tahan finansial yang kuat. Reputasi yang baik, sebagai hasil dari kinerja keuangan yang positif, dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, perusahaan dengan reputasi baik lebih menarik bagi konsumen dan mitra bisnis, serta memiliki keunggulan dalam persaingan di pasar. Karyawan potensial juga cenderung tertarik bekerja di perusahaan yang dianggap sukses dan memiliki manajemen yang baik. Selain itu, reputasi yang baik dapat memengaruhi harga saham perusahaan, karena investor lebih percaya pada perusahaan dengan reputasi positif. Dengan demikian, hubungan antara kinerja keuangan dan reputasi perusahaan memiliki implikasi yang signifikan dalam mengelola perusahaan secara berkelanjutan.
2. Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan reputasi yang baik cenderung mencapai kinerja keuangan yang lebih positif. Reputasi yang baik dapat memberikan sejumlah manfaat kepada perusahaan, seperti peningkatan kepercayaan dari pemangku kepentingan, daya tarik bagi investor, pelanggan, dan karyawan berkualitas, serta mendapatkan dukungan positif dari pasar keuangan. Dengan demikian, membangun dan memelihara reputasi yang positif dapat dianggap sebagai investasi yang menguntungkan untuk mendukung kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang.
3. Kinerja lingkungan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang memengaruhi hubungan antara kinerja lingkungan dan reputasi perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat mengambil langkah-langkah untuk lebih efektif mengkomunikasikan upaya-upaya lingkungan mereka kepada pemangku kepentingan, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan penghargaan terhadap praktik-praktik berkelanjutan yang mereka terapkan. Hal ini dapat membantu mengurangi dampak negatif kinerja lingkungan terhadap reputasi perusahaan.
4. Reputasi perusahaan berpengaruh negative dan signifikan terhadap kinerja lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan kebijakan-kebijakan atau strategi-strategi yang memungkinkan untuk peningkatan kinerja lingkungan, terlepas dari dampak potensial pada reputasi perusahaan. Upaya untuk mencapai keseimbangan antara reputasi yang baik dan tanggung jawab lingkungan menjadi penting dalam konteks ini. Langkah-langkah komunikasi yang efektif juga dapat membantu mengurangi dampak negatif reputasi terhadap persepsi kinerja lingkungan perusahaan di mata pemangku kepentingan.

5. Kinerja lingkungan berpengaruh negative dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya mempertimbangkan dampak praktik-praktik lingkungan terhadap kinerja keuangan dan strategi bisnis secara keseluruhan. Sementara tanggung jawab lingkungan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi keberlanjutan perusahaan, manajemen harus menjaga keseimbangan antara aspek keuangan dan lingkungan. Upaya untuk meningkatkan kinerja lingkungan memerlukan investasi awal, tetapi dampak positifnya dapat dirasakan dalam jangka panjang, terutama jika itu diintegrasikan dengan baik dalam strategi bisnis dan dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan.
6. Kinerja keuangan berpengaruh negative dan signifikan terhadap kinerja lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan diharapkan lebih cermat dalam mengelola dampak lingkungan mereka, bahkan dalam situasi di mana tekanan finansial. Kesimpulannya, keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan tidak hanya terletak pada pencapaian kinerja keuangan yang optimal, tetapi juga pada kemampuannya untuk merangkul tanggung jawab sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mengintegrasikan keberlanjutan dalam kebijakan bisnisnya mampu memitigasi potensi dampak negatif terhadap reputasinya dan akhirnya akan memperkuat posisinya dalam pandangan *stakeholder*.

Implikasi

Penelitian ini memberikan implikasi bagi 3 (tiga) pihak di antaranya adalah:

1. Bagi pemerintah:
 - a. Kebijakan keberlanjutan: penelitian ini dapat memberikan dasar data dan temuan empiris yang diperlukan untuk merancang dan mengimplementasikan kebijakan lingkungan yang lebih efektif.
 - b. Penyusunan anggaran: pemerintah dapat memanfaatkan informasi tentang hubungan antara kinerja keuangan dan kinerja lingkungan untuk merencanakan alokasi anggaran yang lebih baik, termasuk insentif keuangan untuk perusahaan yang menerapkan praktik keberlanjutan
2. Bagi perusahaan: penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis. Manajemen dapat menggunakan informasi ini untuk mengembangkan strategi yang lebih berkelanjutan dan sejalan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Di sisi lain, perusahaan juga perlu mengedepankan aspek kinerja karena aspek kinerja merupakan kunci dalam mengembangkan sebuah reputasi di masa yang akan datang.
3. Metodologi penelitian: penelitian ini dapat memperkaya metodologi yang digunakan dalam mengukur kinerja keberlanjutan dan memahami kaitannya dengan kinerja keuangan. Hal ini dapat memberikan wawasan baru bagi pengembangan teori dan praktik akuntansi.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu pada alat ukur yang digunakan banyak sampel yang tidak memiliki indeks PROPER (kinerja lingkungan) dan skala *Corporate Image Index* (reputasi perusahaan) lengkap selama periode 2019 – 2022 sehingga banyak sampel yang harus dieliminasi dalam penelitian ini.

Rekomendasi Penelitian yang Akan Datang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah dapat menggunakan alat ukur lain yang dapat mengukur kinerja lingkungan dan reputasi perusahaan yang mana banyak perusahaan diukur menggunakan alat ukur tersebut sehingga data yang digunakan di dalam penelitian itu lengkap dan konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, I. (2022, December 30). *Perusahaan Berkinerja Pengelolaan Lingkungan Hidup Meningkatkan*. Media Indonesia.
- Blajer-Gołębiewska, A., & Kozłowski, A. (2016). Financial Determinants of Corporate Reputation: a Short-Term Approach. *Managerial Economics*, 17(2), 179. <https://doi.org/10.7494/manage.2016.17.2.179>
- Cialdini, R. B. (2007). *Influence: The Psychology of Persuasion*. Collins.
- Daddi, T., Iraldo, F., Testa, F., & De Giacomo, M. R. (2019). The influence of managerial satisfaction on corporate environmental performance and reputation. *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 15–24. <https://doi.org/10.1002/bse.2177>
- Davies, G., Chun, R., & Kamins, M. A. (2009). Reputation Gaps and The Performance of Service Organizations. *Strategic Management Journal*, 31(5), 530–546. <https://doi.org/10.1002/smj.825>
- Derun, I., & Mysaka, H. (2018). Stakeholder Perception of Financial Performance in Corporate Reputation Formation. *Journal of International Studies*, 11(3), 112–123. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-3/10>
- 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>
- Erasputranto, R. A., & Hermawan, A. (2017). The Effect of Corporate Image on Company's Stock Return. *Simposiun Nasional Akuntansi (SNA) XX*.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder Theory*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815768>
- Gangi, F., Daniele, L. M., & Varrone, N. (2020). How do corporate environmental policy and corporate reputation affect risk-adjusted financial performance? *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1975–1991. <https://doi.org/10.1002/bse.2482>
- Gholami, A., Sands, J., & Rahman, H. U. (2022). Environmental, Social and Governance Disclosure and Value Generation: Is the Financial Industry Different? *Sustainability*, 14(5), 2647. <https://doi.org/10.3390/su14052647>
- Graham, B. (1949). *The Intelligent Investor*. HarperCollins.

- Gunawardena, M. M. D. D. S., Senathiraja, R., & Buvanendra, S. (2019). Corporate Reputation and Subsequent Financial Performance: A Theoretical Explanation of the Mediating Role of Trust. *International Journal of Business and Management*, 14(11), 209. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n11p209>
- Henri, J.-F., & Journeault, M. (2010). Eco-control: The influence of management control systems on environmental and economic performance. *Accounting, Organizations and Society*, 35(1), 63–80. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2009.02.001>
- Hörisch, J., Schaltegger, S., & Freeman, R. E. (2020). Integrating stakeholder theory and sustainability accounting: A conceptual synthesis. *Journal of Cleaner Production*, 275, 124097. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124097>
- Inglis, R., Morley, C., & Sammut, P. (2006). Corporate Reputation and Organisational Performance: an Australian Study. *Managerial Auditing Journal*, 21(9), 934–947. <https://doi.org/10.1108/02686900610705028>
- Jao, R., Daromes, F. E., & Yono, B. (2020). Peran Mediasi Reputasi Perusahaan terhadap Hubungan Ukuran Dewan Dikersi dan Return Saham. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.611>
- Jao, R., Hamzah, D., Laba, A. R., & Mediaty, M. (2020). Reputasi Perusahaan dan Reaksi Investor (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 3(2), 124–133. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i2.597>
- Kaur, A., & Singh, B. (2020). Disentangling The Reputation-Performance Paradox: Indian Evidence. *Journal of Indian Business Research*, 12(2), 153–167. <https://doi.org/10.1108/JIBR-02-2018-0081>
- Lankoski, L. (2000). Determinants of Environmental Profit. An Analysis of the Firm-level Relationship between Environmental Performance and Economic Performance. In *Department of Industrial Engineering and Management: Vol. Doctoral D* (Issue 3).
- Lee, J., & Hall Jr, E. H. (2008). An Empirical Investigation of The ‘Halo’ Effect of Financial Performance on The Relationships between Corporate Reputation and CEO Compensation. *American Journal of Business Research*, 1(1), 89–104.
- Lee, J., & Roh, J. J. (2012). Revisiting Corporate Reputation and Firm Performance Link. *Benchmarking: An International Journal*, 19(4/5), 649–664. <https://doi.org/10.1108/14635771211258061>

- Oktavianus, L. C., Randa, F., Jao, R., & Praditha, R. (2022). KINERJA KEUANGAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN: STUDI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 218–227. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.218-227>
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press.
- Pujiasih. (2013). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Variabel Intervening*.
- 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>
- Rabbani, M. F. (2023). *Pengaruh Green Accounting Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Intellectual Capital Sebagai Variabel Moderasi*.
- Renaldo, N., Suhardjo, S., Suyono, S., Andi, A., Veronica, K., & David, R. (2022). Good Corporate Governance Moderates The Effect Of Environmental Performance And Social Performance On Financial Performance. *International Conference on Business Management and Accounting*, 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.35145/icobima.v1i1.2741>
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (1997). Part IV: How Do Reputations Affect Corporate Performance?: The Value of a Firm's Corporate Reputation: How Reputation Helps Attain and Sustain Superior Profitability. *Corporate Reputation Review*, 1(1), 72–76. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540020>
- Setyaningsih, R. D., & Asyik, N. F. (2016). PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI PEMODERASI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(4).
- Verma, R., Sharma, D., & Priyanka. (2022). Relationship among Environmental Performance, R&D Expenditure and Financial Performance: Evidence from Indian Manufacturing Firms. *Global Business Review*, 23(6), 1316–1335. <https://doi.org/10.1177/09721509221129565>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of The Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Wood, D. J. (2017). Corporate social performance revisited. *Corporate Social Responsibility*, 16(4), 59–86. <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616>