



PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH REPUTASI PERUSAHAAN

Robert Jao¹, Kunradus Kampo², Anthony Holly³, Raynold Kusnadi⁴

Universitas Atma Jaya Makassar^{1,2,3,4}

jaorobert1808@gmail.com¹

INFORMASI ARTIKEL

Diterima: 29/11/2025

Direvisi : 10/12/2025

Disetujui: 29/12/2025

Keywords:

Environmental Performance, Financial Performance, Corporate Reputation, Firm Value

Kata Kunci:

Kinerja Lingkungan, Kinerja Keuangan, Reputasi Perusahaan, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This study aimed to partially examine the effect of environmental and financial performance on corporate reputation. Examine the effect of environmental performance and financial performance partially on firm value. It also tests the effect of environmental performance and financial performance partially on firm value through corporate reputation. The population used in this study are non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022-2024 period, with a total sample size of 55 company data. This study's secondary data is the Annual and sustainability reports obtained from the Indonesia Stock Exchange (IDX) and the company's official website. The results of this study indicate that environmental performance has a positive and significant effect on corporate reputation. Financial performance has a positive and significant effect on corporate reputation. Corporate reputation has a positive and significant effect on firm value. Environmental performance has a positive but insignificant effect on firm value. Financial performance has a positive and significant effect on firm value. The results of this study also show that corporate reputation can mediate the relationship between environmental performance and firm value, and corporate reputation can also mediate the relationship between financial performance and firm value.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan secara parsial terhadap reputasi perusahaan. Menguji pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Serta menguji pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan secara parsial terhadap nilai perusahaan melalui reputasi perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024 dengan jumlah sampel sebanyak 55 data perusahaan. Laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) serta situs resmi perusahaan merupakan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai



perusahaan. Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dapat memediasi hubungan antara kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, serta reputasi perusahaan juga dapat memediasi hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Menerapkan berbagai strategi yang efektif dan inovatif dalam meningkatkan nilai bisnis bagi seluruh pemangku kepentingan menjadi tanggung jawab perusahaan. Nilai perusahaan memegang peranan yang sangat penting yang mencerminkan kinerja suatu perusahaan dalam beberapa tahun terakhir dan mewakili prospek masa depan perusahaan, serta memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimal apabila harga saham meningkat (Handayani *et al.*, 2023). Proses peningkatan harga saham berbanding lurus dengan kemakmuran pemegang saham, sehingga nilai perusahaan menjadi hal yang vital bagi para investor. Nilai perusahaan menunjukkan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang menjadi gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui berbagai proses kegiatan selama beberapa tahun (Emanuel & Rasyid, 2019).

Reputasi perusahaan menjadi informasi menarik bagi investor. Reputasi yang baik menjadikan investor menyakini bahwa kinerja perusahaannya lebih terjamin. Perusahaan yang bereputasi lebih banyak diminati oleh para *stakeholder*. Reputasi perusahaan dapat dilihat sebagai alat yang sangat diperlukan bagi organisasi untuk bertahan dalam persaingan (Barney & Hesterly, 2019). Hal ini mendorong perusahaan untuk selalu menjaga reputasinya agar tetap unggul dalam persaingan pasar. Keunggulan perusahaan dalam bersaing di pasar akan menjadikan keuntungan yang dihasilkan perusahaan lebih terjamin dan dapat diandalkan. Hal ini yang membuat investor semakin tertarik terhadap perusahaan tersebut yang pada akhirnya nilai perusahaan akan meningkat. Meskipun reputasi merupakan hal yang penting tetapi sulit dinilai oleh *stakeholder* Oktavianus *et al.* (2024). Hasil penelitian Jao *et al.* (2020) menemukan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Reputasi perusahaan merupakan sinyal kualitas yang penting, dan memengaruhi proses pengambilan keputusan (Wei *et al.*, 2017). Rasa tanggung jawab pada kelestarian lingkungan serta masyarakat harus dimiliki oleh setiap perusahaan dalam melaksanakan segala kegiatannya. Perusahaan yang memfokuskan kinerja lingkungan maka akan meningkatkan citra perusahaan di masa yang akan datang sehingga akan berpengaruh pada peningkatan kinerja keuangan (Angelina & Nursasi, 2021). Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki citra yang baik serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat bahwa perusahaan telah melaksanakan kinerja lingkungan yang baik seperti penggunaan sumber daya alam dalam produksi serta operasional secara lebih efisien (Oktaviani & Sisdianto, 2025). Dewanto *et al.* (2023) menjelaskan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan Oktaviani & Sisdianto (2025) yang menyatakan penerapan akuntansi lingkungan yang efektif cenderung memiliki reputasi yang lebih baik bagi publik dan investor. Kinerja lingkungan perusahaan dinilai melalui seberapa besar dampak kerusakan yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Jika kerusakan lingkungan yang ditimbulkan rendah, maka kinerja lingkungan perusahaan



dikatakan baik dan sebaliknya, jika kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan operasi lingkungan itu banyak dampak negatifnya maka kinerja lingkungan perusahaan tersebut buruk (Chasbiandani *et al.*, 2019). Menurut Sapulette & Limba (2021), perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan baik, secara tidak langsung memiliki suatu informasi sosial yang baik pula sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Informasi kinerja lingkungan yang baik oleh perusahaan akan direspon oleh investor dan calon investor secara positif melalui fluktuasi harga saham perusahaan (Asyari & Hernawati, 2023). Selain itu perusahaan dengan penerapan kinerja lingkungan juga merupakan bukti tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder*. Penelitian Daromes & Kawilarang (2020) menemukan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian Sapulette & Limba (2021) yang menemukan kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kinerja lingkungan menunjukkan tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya. Apabila perusahaan melaksanakan kinerja lingkungan dengan baik maka perusahaan akan mendapatkan citra dan reputasi dari pihak eksternal yakni masyarakat. Reputasi perusahaan yang meningkat, pasti akan membuat minat investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan juga meningkat. Meningkatnya minat investor membuat harga saham meningkat. Nilai perusahaan akan terpengaruh oleh harga saham yang naik, yang membuat nilai perusahaan menjadi meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Khanifah *et al.* (2020) menghasilkan bahwa reputasi perusahaan dapat memediasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan memerlukan aksi dalam menciptakan dan memelihara reputasi perusahaan yang baik. Salah satu aksi perusahaan dengan meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui perkembangan perusahaan. Ukuran kinerja paling banyak digunakan adalah kinerja keuangan yang diukur dari laporan keuangan. Perusahaan juga dapat menggunakan kinerja keuangan sebagai sebuah acuan untuk menetapkan strategi yang akan perusahaan lakukan agar dapat bersaing dengan para pesaingnya. Mengukur kinerja secara akurat sangat penting untuk tujuan akuntansi, hal ini telah menjadi perhatian utama dalam organisasi pada umumnya. Hal ini membuat kinerja keuangan perusahaan memiliki peranan penting bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan. Jao *et al.* (2020) menyatakan bahwa kinerja keuangan memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Temuan ini tidak konsisten dengan penelitian Oktavianus *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Kinerja keuangan menjadi alat yang dapat dipergunakan untuk menaksir keberhasilan entitas dalam menciptakan keuntungan (Nisa & Astuti, 2024). Keuntungan besar yang didapatkan perusahaan memengaruhi kemampuan perusahaan dalam membayar dividen, sehingga hal tersebut berdampak pada nilai perusahaan (Rhomadani *et al.*, 2020). Jika perusahaan mempunyai keuntungan yang tinggi, investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan (Setiawati, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Jao *et al.* (2020), Handayani *et al.* (2023), dan Setiawati *et al.* (2023) menemukan bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Model dinamika reputasi-kinerja keuangan yang dikemukakan oleh Roberts & Dowling (2002) menjelaskan bahwa kinerja keuangan masa lalu dapat memengaruhi reputasi perusahaan dan reputasi perusahaan saat ini dapat berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Namun penggunaan pengukuran kinerja keuangan saha mungkin tidak mencerminkan manfaat reputasi yang baik dalam jangka panjang (Raithel & Schwaiger, 2015). Untuk itu, komitmen terhadap lingkungan tidak hanya memenuhi kewajiban moral tetapi juga menciptakan nilai



jangka panjang bagi perusahaan di pasar yang semakin kompetitif (Oktaviani & Sisdianto, 2025). Manfaat dari reputasi dapat meningkatkan nilai pemegang saham yang tercermin melalui harga pasar saham. Penelitian ini penting dilakukan karena investor memperhatikan reputasi perusahaan dalam mengambil keputusan investasi. Kinerja lingkungan dan keuangan yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan seiring dengan meningkatnya kepercayaan investor dan *stakeholder*. Investor tertarik untuk menanamkan modalnya lebih banyak lagi dan para calon investor juga membeli saham perusahaan yang disertai dengan peningkatan harga saham dan tentunya meningkatkan nilai perusahaan.

TINJAUAN LITERATUR

Teori *Stakeholder*

Freeman (1983) memperkenalkan konsep *stakeholder* dalam dua model yaitu: (1) model kebijakan dan perencanaan bisnis; dan (2) model tanggung jawab sosial perusahaan dari manajemen *stakeholder*. Para *stakeholder* dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu *primary* dan *secondary* (Clarkson, 1995). *Primary stakeholder* merupakan *stakeholder* yang secara resmi mempunyai relasi kontraktual dengan perusahaan. Klien perusahaan, pemasok barang perusahaan, dan karyawan perusahaan merupakan contoh dari pemangku kepentingan yang termasuk dalam *primary stakeholder*. Sedangkan *secondary stakeholder* merupakan *stakeholder* yang tidak mempunyai kontrak secara resmi dengan perusahaan. Teori *stakeholder* pertama kali berkembang pada tahun 1970an dan memiliki dasar yaitu perusahaan menjadi besar maka diperlukan akuntabilitas terhadap masyarakat (Suryani & Wijayanti, 2022). Kompleksitas tantangan bisnis saat ini menyebabkan banyak akademisi dan praktisi mencoba menggunakan konsep dan model untuk membantu memahami tantangan tersebut, salah satunya adalah *stakeholder theory* (Sentanu *et al.*, 2023). *Stakeholders* merupakan orang atau kelompok orang yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan (Solikhin & Lubis, 2019). Teori *stakeholder* menjadi paradigma dominan semakin memperkuat konsep bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham namun juga kepada para pemangku kepentingan atau *stakeholder* (Lara, 2022).

Teori Sinyal

Pada tahun 1970, Akerlof pertama kali memperkenalkan teori sinyal dengan istilah informasi yang asimetri (*asymmetrical information*) terkait fenomena ketidakseimbangan informasi mengenai kualitas produk antara pembeli dan penjual pada pasar mobil bekas. Akerlof (1970) menyatakan bahwa kondisi ini dapat dikurangi apabila penjual mengkomunikasikan produk mereka dengan memberi sinyal berupa informasi tentang kualitas produk tersebut. Temuan Akerlof (1970) ini nantinya akan menjadi dasar dari teori sinyal. Informasi asimetris adalah situasi di mana manajemen perusahaan memiliki informasi yang berbeda mengenai prospek perusahaan dibandingkan dengan informasi yang dimiliki investor. Adanya informasi yang asimetri antara perusahaan dan pihak luar akan membuat investor dan kreditor memiliki informasi yang minim tentang perusahaan dan prospeknya sehingga mereka akan cenderung melindungi diri dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi yang asimetri. Maka, teori sinyal menjelaskan pentingnya perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi pada pihak eksternal. Teori sinyal memberikan pandangan tentang tindakan perusahaan dalam rangka memberi gambaran berupa informasi keadaan perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Bentuk isyarat atau



sinyal sebagai petunjuk kepada pihak luar terutama investor tentang bagaimana semestinya prospek perusahaan. Informasi keuangan dan non - keuangan pada *annual report* penting untuk pelaku bisnis karena menyajikan keadaan historis, saat ini maupun masa depan perusahaan. Kelengkapan dan ketepatan waktu penyampaian informasi sangat diperlukan investor untuk menganalisis keputusan investasi di pasar modalnya. Informasi perusahaan yang diungkapkan kepada publik akan dinilai investor sebagai sinyal baik (*good news*) ataupun sinyal buruk (*bad news*). Integritas laporan keuangan sebagai sinyal positif yang bisa memotivasi reaksi dan kepercayaan pasar ataupun para pelaku bisnis yang berkepentingan. Perusahaan dengan *track record* yang baik justru sengaja memberikan sinyal pada pasar. Perusahaan menerapkan konsep teori sinyal agar memunculkan suatu citra dan reputasi perusahaan yang disertai dengan peningkatan nilai perusahaan.

Kinerja Lingkungan

Menurut Sapulette & Limba (2021), kinerja lingkungan merujuk pada seberapa besar dampak dan kerusakan yang ditimbulkan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Penilaian kinerja lingkungan diukur dengan penilaian peringkat PROPER yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Tujuan dari penilaian tersebut adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam pelestarian di bidang lingkungan. Dalam laporan tahunannya, Kementerian Lingkungan Hidup menjelaskan bahwa penilaian kinerja penaatan perusahaan dalam PROPER dilakukan berdasarkan atas kinerja perusahaan dalam memenuhi berbagai persyaratan ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku dan kinerja perusahaan dalam pelaksanaan berbagai kegiatan yang terkait dengan kegiatan pengelolaan lingkungan yang belum menjadi persyaratan penaatan (*beyond compliance*). Kedulian perusahaan dalam bidang manajemen lingkungan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Setiadi (2021) menjelaskan bahwa kegiatan perusahaan dalam bidang pelestarian lingkungan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, di antaranya ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Lase *et al.*, 2022). Kinerja keuangan menjadi gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik di mana hasil analisis kinerja keuangan perusahaan mencerminkan prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu serta tingkat kesehatan perusahaan tersebut. Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Analisis kinerja keuangan merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap evaluasi data, menghitung, mengukur, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu. Analisis kinerja keuangan ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan dengan baik dan benar, serta untuk menilai efektivitas dan efisiensi perusahaan. Dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan, perusahaan dapat menggunakan ukuran-ukuran kinerja. Ukuran-ukuran kinerja mencerminkan keputusan-keputusan strategis, operasi dan pembiayaan. Informasi dari analisis kinerja keuangan diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi, yang mungkin dikendalikan di masa depan dan untuk memprediksi kapasitas produksi dari sumber daya



yang ada. Laporan keuangan yang telah dianalisis sangat diperlukan pemimpin perusahaan atau manajemen untuk dijadikan sebagai alat pengambilan keputusan lebih lanjut untuk masa yang akan datang.

Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan aset berharga yang tidak berwujud namun hanya dapat dirasakan dengan hasil penilaian baik atau buruk (Oktavianus et al., 2022). Reputasi perusahaan harus dijaga oleh perusahaan karena menjadi aset yang berharga. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan menikmati nilai perusahaan yang tinggi serta menciptakan keunggulan kompetitif (Afifah et al., 2021). Reputasi perusahaan dapat datang dari berbagai pihak khususnya pemangku kepentingan yang memiliki pandangan tertentu pada perusahaan (Julythiawati & Ardiana, 2023). Reputasi perusahaan juga merupakan hasil dari akumulasi penilaian masyarakat terhadap citra perusahaan dari waktu ke waktu (Sumatriani et al., 2021). Reputasi perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang harus dicapai karena merupakan sebuah prestasi. Ketika masyarakat mempercayai suatu perusahaan, maka reputasi perusahaan akan meningkat, sehingga produk atau jasa perusahaan akan diminati dan berdampak pada penjualan perusahaan (Afifah et al., 2021). Reputasi yang baik dapat menarik pelanggan dan membangun kepercayaan serta kesetiaan dalam menggunakan produk-produk yang dihasilkan perusahaan (Jao et al., 2023).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran para investor untuk melihat kinerja perusahaan dalam beberapa waktu dan prospek perusahaan di masa yang akan datang yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin meningkat harga saham, maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Astuti, 2024). Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi, sehingga akan membuat investor tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan yang akan berdampak pada keputusan investor dalam mempertahankan sahamnya. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Rukmana & Widyawati, 2022). Utami (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan menjadi cerminan keseluruhan nilai aset yang dimiliki oleh perusahaan yang terdapat di pasar modal. Nilai perusahaan dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat perkembangan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan para pemegang saham, sehingga mampu menarik minat para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

METODE PENELITIAN

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kinerja lingkungan dan kinerja keuangan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Selain kedua variabel tersebut, dalam penelitian ini terdapat variabel mediasi yaitu reputasi perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu memilih sampel yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dapat didefinisikan sebagai sumber data penelitian yang



diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui media perantara yang telah dipublikasikan dan dibuat oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan tahunan, laporan keberlanjutan yang telah dipublikasikan melalui database Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2022-2024 yang diperoleh melalui situs resmi www.idx.co.id, PROPER, dan *Corparate Image Index*. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kinerja Lingkungan	55	3,00	5,00	3,64	0,82
Kinerja Keuangan	55	0,00	0,35	0,11	0,10
Reputasi Perusahaan	55	0,11	2,90	1,21	0,79
Nilai Perusahaan	55	0,52	10,57	2,92	2,56

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dengan jumlah data yang digunakan sebanyak 55 data, menunjukkan bahwa variabel kinerja lingkungan yang diukur dengan menggunakan peringkat PROPER menunjukkan nilai minimum sebesar 3,00, nilai maksimum sebesar 5,00, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,64, dan nilai standar deviasi sebesar 0,82. Rata-rata perusahaan sampel memiliki skor PROPER 3-4. Nilai *mean* yang lebih besar dibanding dengan nilai standar deviasi menandakan bahwa penyimpangan data kinerja lingkungan memiliki variasi yang lebih kecil sehingga nilai *mean* dapat digunakan dalam mewakili keseluruhan data. Data kinerja lingkungan dalam penelitian ini bersifat homogen. Kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan metode *return on asset* (ROA) menunjukkan nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 0,35, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,11, dan nilai standar deviasi sebesar 0,10. Rata-rata perusahaan sampel menghasilkan laba bersih sebesar 11% dari aset. Nilai *mean* yang lebih besar dibanding dengan nilai standar deviasi menandakan bahwa penyimpangan data kinerja keuangan memiliki variasi yang lebih kecil sehingga nilai *mean* dapat digunakan dalam mewakili keseluruhan data. Data kinerja keuangan dalam penelitian ini bersifat homogen.

Reputasi perusahaan yang diukur dengan skor CII menunjukkan nilai minimum sebesar 0,11, nilai maksimum sebesar 2,90, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,21, dan nilai standar deviasi sebesar 0,79. Rata-rata perusahaan sampel memiliki skor CII di atas 1 yang menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut dikategorikan sebagai perusahaan "excellent" yang berarti perusahaan-perusahaan tersebut memiliki skor CII yang lebih besar dari rata-rata industri. Nilai *mean* yang lebih besar dibanding dengan nilai standar deviasi menandakan bahwa penyimpangan data reputasi perusahaan memiliki variasi yang lebih kecil sehingga nilai *mean* dapat digunakan dalam mewakili keseluruhan data. Data reputasi perusahaan dalam penelitian ini bersifat homogen. Nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Tobin's Q* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,52, nilai maksimum sebesar 10,57, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2,92, dan nilai standar deviasi sebesar 2,56. Rata-rata perusahaan sampel dinilai 2,92 kali lebih besar dari nilai bukunya. Nilai *mean* yang lebih



besar dibanding dengan nilai standar deviasi menandakan bahwa penyimpangan data nilai perusahaan memiliki variasi yang lebih kecil sehingga nilai *mean* dapat digunakan dalam mewakili keseluruhan data. Data nilai perusahaan dalam penelitian ini bersifat homogen.

Tabel 2
Hasil Uji F

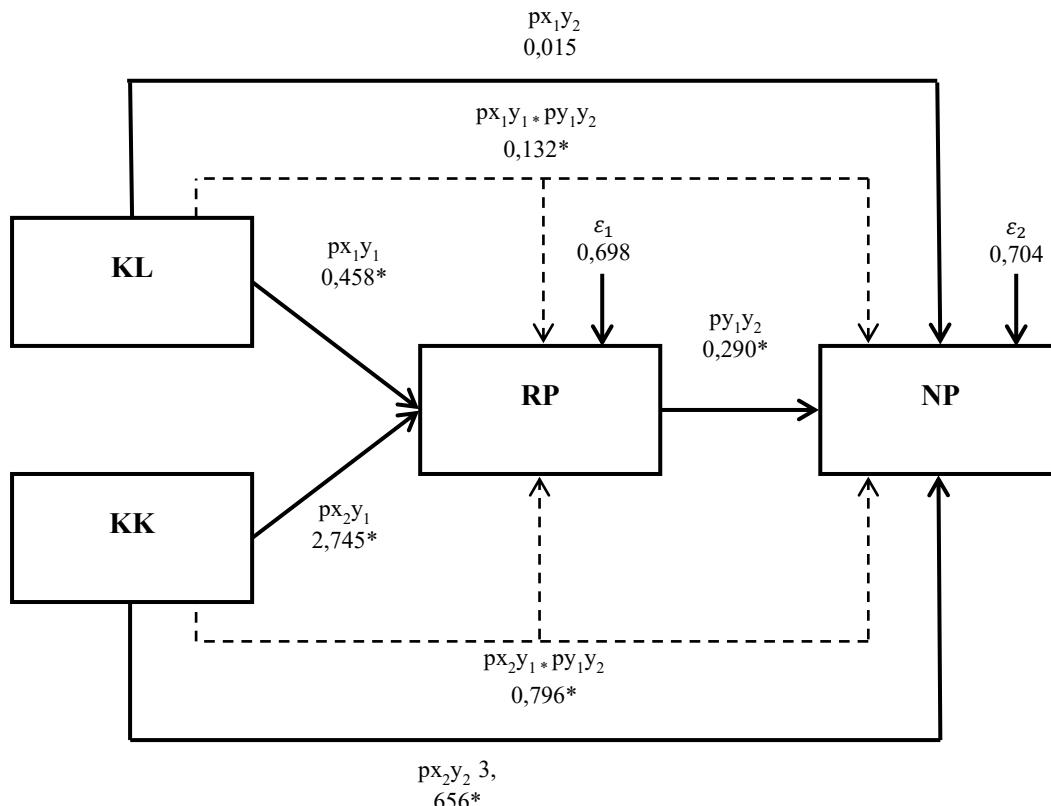
Variabel Independen	Variabel Dependen	F	Sig.
Substruktur 1 Kinerja Lingkungan Kinerja Keuangan	Reputasi Perusahaan	29,279	0,000
Substruktur 2 Kinerja Lingkungan Kinerja Keuangan Reputasi Perusahaan	Nilai Perusahaan	19,261	0,000

Hasil uji F substruktur 1 yang menguji pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan terhadap reputasi perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang mengindikasikan pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan secara simultan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan sehingga model penelitian pada substruktur 1 telah dibangun dengan baik. Hasil uji F substruktur 2 menguji pengaruh kinerja lingkungan, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Pengaruh kinerja lingkungan, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga model penelitian pada substruktur 2 telah dibangun dengan baik.

Tabel 3
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Struktur Model	R	R Square	Adjusted R Square
Substruktur 1	0,728	0,530	0,512
Substruktur 2	0,729	0,531	0,504

Hasil koefisien determinasi (R^2) untuk substruktur 1 memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,512 yang artinya 51,2% pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan terhadap reputasi perusahaan dapat dijelaskan dalam penelitian ini dan selebihnya sebesar 48,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini. Hasil koefisien determinasi (R^2) untuk substruktur 2 pada tabel 4.4 memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,504 yang artinya 50,4% pengaruh kinerja lingkungan, kinerja keuangan, dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan dalam model penelitian ini dan selebihnya sebesar 49,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.



Gambar 1. Model Analisis Jalur

Keterangan:

* = signifikan

KL = Kinerja Lingkungan

KE = Kinerja Lingkungan

KK = Kinerja Keuangan
RP = Reputasi Perusahaan

NP = Nilai Perusahaan

ε = Error

Persamaan struktural yang dapat dirumuskan berdasarkan model analisis jalur sebagai berikut:

Persamaan substruktur 1

$$y_1 \equiv 0.458x_1 + 2.745x_2 + 0.698$$

Persamaan substruktur 2.

$$y2 = 0.015x1 + 3.656x2 + 0.290y1 + 0.704$$

Tabel 4.
Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total

Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total			
Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
KL → RP	0,458	-	0,458
KK → RP	2,745	-	2,745



RP → NP	0,290	-	0,290
KL → NP (Via RP)	0,015	0,132	0,147
KK → NP (Via RP)	3,656	0,796	4,452

Kinerja lingkungan (x_1) terhadap nilai perusahaan (y_2) melalui reputasi perusahaan (y_1) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar $0,458 \times 0,290 = 0,132$ dan pengaruh total sebesar $0,015 + 0,132 = 0,147$. Kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan melalui reputasi perusahaan memiliki pengaruh tidak langsung sebesar $2,745 \times 0,290 = 0,796$ dan pengaruh total sebesar $3,656 + 0,796 = 4,452$.

Tabel 5
Hasil Uji Sobel

Pengaruh Variabel	Nilai Estimasi	Standard Error	P Value of Sobel Test	Keterangan
KL → NP (Via RP)	0,458; 0,290	0,112; 0,130	0,025	Signifikan
KK → NP (Via RP)	2,745; 0,290	0,952; 0,130	0,038	Signifikan

Hasil uji sobel menunjukkan bahwa pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan melalui reputasi perusahaan memiliki nilai *p value* sebesar $0,025 < 0,050$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini mampu dimediasi oleh reputasi perusahaan. Oleh karena itu, H_6 yang menyatakan reputasi perusahaan memediasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, diterima. Variabel reputasi perusahaan merupakan tipe mediasi penuh (*full mediation*) dalam memediasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan melalui reputasi perusahaan memiliki nilai *p value* $0,038 < 0,050$ yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini mampu dimediasi oleh reputasi perusahaan. Oleh karena itu, H_7 yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan memediasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, diterima. Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh reputasi termasuk tipe mediasi parsial (*partial mediation*).

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Reputasi Perusahaan

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa semua *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang aktivitas perusahaan yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka. Dengan mengungkapkan kinerja lingkungan yang baik, perusahaan dapat meningkatkan legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangan dalam jangka Panjang. Teori *stakeholder* berfungsi untuk meningkatkan kesadaran lingkungan dan menciptakan kebutuhan bagi perusahaan untuk memperluas perencanaan perusahaan serta mempertimbangkan tuntutan pemangku kepentingan dalam kegiatan perusahaan (Julythiawati & Ardiana, 2023). Dengan terlaksananya kinerja lingkungan menunjukkan kinerja dan citra perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan sehingga akan meningkatkan penilaian bagi *stakeholder*. Salah satunya, investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki citra yang baik serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat



bahwa perusahaan telah melaksanakan kinerja lingkungan yang baik seperti penggunaan sumber daya alam dalam produksi serta operasional secara lebih efisien (Angelina & Nursasi, 2021; Oktaviani & Sisdianto, 2025). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewanto *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Terlaksananya pelestarian lingkungan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya membuat citra perusahaan menjadi baik di mata masyarakat. Kinerja lingkungan memiliki dampak positif terhadap masyarakat serta dapat meningkatkan reputasi perusahaan (Rusmaningsih & Setiadi, 2021). Kinerja lingkungan yang baik menjadi nilai tambah bagi suatu perusahaan di mata pelanggan yang kemudian menciptakan reputasi yang baik di masyarakat. Kinerja lingkungan yang jelas dan nyata dapat meningkatkan reputasi perusahaan. *Stakeholder* tentu mengharapkan proses berjalannya operasi perusahaan bisa diimbangi dengan terjaganya lingkungan sekitar perusahaan agar tetap lestari. Masyarakat lebih percaya pada perusahaan yang jujur dan terbuka mengenai dampak lingkungan operasinya. Terwujudnya kinerja lingkungan juga membantu mengurangi kritik internal dan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Perusahaan akan terhindar dari berbagai kritik negatif atau bahkan penolakan dari masyarakat jika berhasil mewujudkan kinerja lingkungan yang baik.

Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Reputasi Perusahaan

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik akan memberikan sinyal pada pasar melalui informasi keuangan. Informasi keuangan yang positif, seperti laba yang meningkat, dapat memberikan indikasi bahwa kondisi keuangan perusahaan relatif baik dan akan terus meningkat dimasa depan. Investor dan *stakeholder* percaya bahwa perusahaan memperhatikan seluruh *stakeholder* dan menjaga hubungan baik dengan karyawan dan pemasok sehingga reputasi perusahaan bisa meningkat. Teori sinyal juga mengatasi asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar. Manajemen perusahaan memiliki informasi yang lebih banyak tentang prospek perusahaan dibandingkan dengan investor dan *stakeholder*. Manajemen perusahaan memberikan informasi melalui laporan keuangan untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kredibilitas perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Jao *et al.* (2020), Jao *et al.* (2022), dan Oktavianus *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Perusahaan dengan kinerja keuangan baik mampu memenuhi kebutuhan *stakeholder*, terciptanya pemenuhan laba serta pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efektif menjadi modal yang kuat untuk dapat memengaruhi reputasi perusahaan. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba secara terus-menerus menciptakan citra yang baik di mata masyarakat. Perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik dianggap lebih stabil dan efektif dalam mengelola aset, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan *stakeholder*. Semakin bertumbuh laba dari suatu perusahaan menandakan bahwa perusahaan memiliki kesempatan untuk terus bertahan dan bersaing di masa yang akan datang. Perusahaan yang bisa terus bertahan dan bersaing membuat reputasi perusahaan juga menjadi meningkat.

Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan yang berkualitas baik akan memberikan sinyal positif kepada pasar melalui informasi yang mereka umumkan. Perusahaan secara sengaja memberikan sinyal kepada pasar melalui berbagai cara, seperti penyampaian laporan keuangan dan keputusan yang diambil manajemen. Sinyal-sinyal ini diharapkan dapat



memberikan reaksi pada investor dan memengaruhi harga saham perusahaan. Perusahaan dengan reputasi baik memiliki sinyal yang lebih bermanfaat karena reputasi baiknya meningkatkan kredibilitas sinyal yang diberikan. Hal ini dapat memengaruhi *stock return* dan membuat investor lebih tertarik pada perusahaan dengan reputasi baik karena perusahaan dengan reputasi baik memiliki nilai tambah di mata masyarakat dibanding perusahaan lain pada sektor yang sama. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah *et al.* (2021) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik dapat menjadi salah satu aset perusahaan yang paling berharga. Loyalitas pelanggan dan kemakmuran karyawan merupakan perwujudan dari reputasi perusahaan yang baik. Reputasi perusahaan menjadi gambaran yang ditangkap oleh masyarakat tentang kualitas produk, layanan, karakteristik pekerjaan, strategi, dan prospek perusahaan. Persepsi positif ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Terciptanya reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat akan membuat kepercayaan investor semakin meningkat bahkan dapat menarik investor-investor baru bagi perusahaan.

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan menjadi tolak ukur sejauh mana perusahaan menjaga lingkungan sekitar dalam menjalankan operasinya. Kinerja lingkungan yang baik memberikan sinyal positif kepada investor tentang keberlanjutan dan reputasi perusahaan. Terciptanya kinerja lingkungan yang baik meningkatkan kepercayaan investor dan dapat meningkatkan harga saham. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa semua *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang aktivitas perusahaan yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka. Pengungkapan informasi tentang kinerja lingkungan dapat meningkatkan transparansi dan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Kinerja lingkungan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan pengaruh kinerja lingkungan masih terlalu kecil. Perusahaan biasanya menjalankan kinerja lingkungan hanya untuk membangun citra yang baik di mata masyarakat, sedangkan investor tidak merasakan manfaatnya secara langsung sehingga kinerja lingkungan belum dapat memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsoro & Adyaksana (2020) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan masih merupakan faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan. Jika kinerja keuangan perusahaan tidak baik, maka kinerja lingkungan yang baik saja tidak cukup untuk meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Hasil yang konsisten juga ditemukan oleh Maryanti & Fithri (2017) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik tidak cukup untuk meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan ketika kinerja keuangan tidak baik.

Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bahwa manajer perusahaan memiliki informasi yang lebih lengkap tentang prospek perusahaan dibandingkan dengan investor. Teori sinyal berfokus pada bagaimana informasi yang diterbitkan oleh perusahaan dapat menjadi sinyal yang membantu investor dalam mengambil keputusan investasi. Kinerja keuangan yang baik dapat menjadi sinyal positif yang meningkatkan nilai perusahaan. Kinerja keuangan yang baik dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan



keuntungan yang tinggi dan memiliki potensi untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa depan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Liswatin & Sumarata (2022) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan yang baik menjadi faktor penting untuk menarik investor menanam modalnya di perusahaan. Hasil yang konsisten juga ditemukan oleh Ningrum *et al.* (2021) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang terus meningkat mencerminkan bagaimana perusahaan mampu mengelola sumber dayanya dengan baik untuk menghasilkan laba. Kinerja keuangan yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan meningkatkan laba. Semakin bertumbuh laba dari suatu perusahaan menandakan bahwa perusahaan memiliki kesempatan untuk terus bertahan dan bersaing di masa yang akan datang. Hal ini dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan, karena investor percaya pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi di masa depan.

Peran Reputasi Perusahaan dalam Memediasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab kepada berbagai pihak yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh tindakan perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan dan harapan dari berbagai *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan. Kinerja lingkungan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan menjaga lingkungan dan turut serta dalam pelestarian alam, sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata *stakeholder*, karena perusahaan menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan. Terlaksananya kinerja lingkungan yang baik, perusahaan dapat memperoleh dukungan penuh dari para *stakeholder*, yang dapat berdampak positif pada kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khanifah *et al.* (2020) yang menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memediasi hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan melakukan pengelolaan lingkungan yang efektif akan dilihat positif oleh masyarakat dan investor. Reputasi perusahaan yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan. Investor lebih cenderung untuk membeli saham perusahaan yang memiliki reputasi positif karena dianggap lebih stabil dan berpotensi meningkatkan kekayaan mereka. Perusahaan yang beroperasi dengan cara yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab akan memiliki citra yang lebih baik di mata masyarakat dan investor. Citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan investor terhadap perusahaan. Mereka lebih cenderung untuk membeli saham perusahaan yang memiliki reputasi positif karena dianggap lebih stabil dan berkelanjutan.

Peran Reputasi Perusahaan dalam Memediasi Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan harus memberikan sinyal yang berupa informasi laporan keuangan yang akurat dan transparan. Reputasi perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan dan pengungkapan informasi yang transparan. Ketika perusahaan menunjukkan kinerja keuangan yang baik dan memberikan informasi yang akurat, reputasinya meningkat. Reputasi ini akan memengaruhi nilai perusahaan karena investor lebih percaya dan lebih siap untuk berinvestasi dalam perusahaan yang memiliki reputasi



baik. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Jao *et al.* (2020) yang menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memediasi hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Kinerja keuangan yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan yang memiliki reputasi baik akan lebih mampu menarik investor, meningkatkan penjualan, dan mempertahankan pelanggan. Kinerja keuangan yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan karena menunjukkan kemampuan manajemen yang baik dan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan keuangan. Reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya terhadap perusahaan. Terwujudnya reputasi yang baik meningkatkan penjualan produk atau jasa perusahaan dan memperbaiki kinerja keuangan secara keseluruhan. Peningkatkan nilai perusahaan akan terjadi karena perusahaan mampu meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya melalui reputasi yang baik, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

SIMPULAN

Bahwa kinerja lingkungan dan kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, yang menandakan bahwa kedulian perusahaan terhadap lingkungan serta kemampuan mengelola keuangan secara efektif mampu meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Reputasi perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, karena citra yang baik meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan minat investor. Namun, kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap nilai perusahaan, sedangkan kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, reputasi perusahaan mampu memediasi pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa reputasi memainkan peran penting dalam menghubungkan kinerja perusahaan dengan peningkatan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan), 5(3), 346-364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Akerlof, G. (1970). The Market for Lemons: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Angelina, M., & Nursasi, E. (2021). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 14(2), 211-224. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v14i2.286>
- Astiti, N. P. Y. (2024). Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1162-1170. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2>
- Asyari, S., & Hernawati, E. (2023). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Lingkungan terhadap Reaksi Investor dengan Media Exposure sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(2), 319-342. <http://dx.doi.org/10.25105/jat.v10i2.15899>
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic Management and Competitive Advantage*. Essex: Pearson/Education.



- Chasbiandani, T., Rizal, N., & Indra Satria, I. 2019. Penerapan Green Accounting terhadap Profitabilitas Perusahaan di Indonesia. *AFRe (Accounting and Financial Review)*, 2(2), 126–132. <https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3722>
- Clarkson, M. B. E. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271994>
- Daromes, F. E., & Kawilarang, M. F. (2020). Peran mediasi pengungkapan lingkungan pada pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 77-101. <https://doi.org/10.25170/jak.v14i1.1263>
- Dewanto, N., Kamil, I., Qomariah, N., Sanosra, A., & Susbiyani, A. (2023). Pengaruh Kepuasan Masyarakat, Kinerja Lingkungan, Tanggung Jawab Sosial terhadap Reputasi Perusahaan Pertambangan. *PROSENAMA*, 3, 315-323.
- Emanuel, R., & Rasyid, R. (2019). Pengaruh Sales Growth, Profitability, Firm Size, dan Leverage terhadap Firm Value pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Di BEI Pada Tahun 2015 2017. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(2), 468–476. <https://doi.org/10.24912/jpa.v1i2.5016>
- Freeman, R. E., dan Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, 25(3), 88-106. <https://doi.org/10.2307/41165018>
- Handayani, N., Asyikin, J., Ernawati, S., & Boedi, S. (2023). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Indonesia. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 20(2), 233-242. <https://doi.org/10.30872/jkin.v20i2.13024>
- Hapsoro, D., & Adyaksana, R. I. (2020). Apakah Pengungkapan Informasi Lingkungan Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan?. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41-52. <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i1>
- Jao, R., Hamzah, D., Laba, A.R., Mediaty (2020). Financial Performance, Reputation, and Firm Value: Empirical Evidence of Non-financial Companies Listed in Indonesia Stock Exchange, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* 10 (1): 117-124. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARAFMS/v10-i1/7007>
- Jao, R., Kampo, K., & Lie, A. V. (2020, November). Peran Kinerja Keuangan dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). In Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M) (Vol. 5, No. 1, pp. 272-277).
- Jao, R., Ng, S., Holly, A., Rotty, M. A., & Agustuty, L. (2023). Peran Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan serta Dampaknya terhadap Stock Return. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 14-29. <https://doi.org/10.33772/jak.v8i1.26>
- Jao, R., Tangke, P., Holly, A., & Loandy, B. K. (2022). Peran Mekanisme Good Corporate Governance dalam meningkatkan Reputasi Perusahaan serta dampaknya terhadap Kinerja Keuangan. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 138-158. <https://doi.org/10.24252/assets.v1i1.27907>
- Julythiawati, N. P. M., & Ardiana, P. A. (2023). Pengaruh Pelibatan Pemangku Kepentingan dan Tanggung Jawab Sosial pada Reputasi Perusahaan. *Public Service and Governance Journal*, 4(2), 239-246. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i2.1016>



- Kaur, A., & Singh, B. (2019). Does Firm's Size Speak of Its Reputation? Indian Evidence. *Global Business Review*, 2(4), 1038-1053 <https://doi.org/10.1177/0972150918817394>
- Khanifah, K., Udin, U., Hadi, N., & Alfiana, F. (2020). Environmental Performance and Firm Value: Testing the Role of Firm Reputation in Emerging Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 96–103. <https://doi.org/10.32479/ijep.8490>
- Lara, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Volume Perdagangan (Studi Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Sains Akuntansi Dan Keuangan*, 1(3), 180-188. <https://doi.org/10.55356/sak.v1i3.23>
- Lase, L. P. D., Telaumbanua, A., & Harefa, A. R. (2022). Analisis Kinerja Keuangan dengan Pendekatan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 254-260. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.37>
- Liswatin, L., & Sumarata, R. P. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 79-88. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i2.149>
- 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), 21-37. <https://doi.org/10.21070/jas.v1i1.773>
- Ningrum, N. R. W., Kirana, D. J., & Miftah, M. (2021). Pengaruh pengungkapan Sustainability Report, Asimetri Informasi, dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Penelitian Akuntansi (JPA)*, 2(1), 42-57.
- Nisa, A. P., & Astuti, B. (2024). Literatur review: Pentingnya laporan keuangan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(2), 646-654. <https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i2.1059>
- Oktaviani, R., & Sisdianto, E. (2025). Pengaruh Akuntansi Lingkungan terhadap Reputasi dan Nilai Pasar: Studi Empiris pada Perusahaan Publik di ASEAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 257-271. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i1.612>
- Oktavianus, L. C., Daromes, F. E., & Asri, M. (2024). Influence of Financial Performance and Environmental Performance on Company Reputation. *AJAR*, 7(01), 51-78. DOI: <https://doi.org/10.35129/ajar.v7i01.488>
- 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>
- Raithel, S., & Schwaiger, M. (2015). The Effects of Corporate Reputation Perceptions of The General Public on Shareholder Value. *Strategic Management Journal*, 36(6), 945-956. <https://doi.org/10.1002/smj.2248>
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093. <https://doi.org/10.1002/smj.274>
- Romadhani, A., Saifi, M., & Nuzula, N. F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 71-81. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.02.9>



- Rukmana, D., & Widyawati, W. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Populis: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(1), 32-47. <https://doi.org/10.47313/pjsh.v7i1.1469>
- Rusmaningsih, R., & Setiadi, I. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Financial Performance Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 19(1), 25-40. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v19i1.11219>
- Sapulette, S. G., & Limba, F. B. (2021). Pengaruh penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2018-2020. *Kupna Akuntansi: Kumpulan Artikel Akuntansi*, 2(1), 31-43. <https://doi.org/10.30598/kupna.v2.i1.p31-43>
- Sentanu, I. G. E. P. S., Tirani, Y. A., & Pradono, G. A. S. (2023). Kolaborasi dan Analisis Stakeholder: Teori, Konsep, dan Aplikasi. Universitas Brawijaya Press.
- Setiadi, I. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 17(4), 669-679. <https://doi.org/10.30872/jinv.v17i4.10054>
- Setiawati, L. P. E., Mariati, N. P. A. M., & Dewi, K. I. K. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran terhadap Nilai Perusahaan. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 222-228. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12024>
- Setiawati, L. W. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan Sosial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29-57. <https://doi.org/10.25170/jara.v12i1.57>
- Solikhin, A., & Lubis, T. A. (2019). Kinerja Perusahaan: Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR. Salim Media Indonesia.
- Sumatriani, S., Pane, D., & Kamaruddin, N. (2021). Peranan Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan pada PT Semen Tonasa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 15-36.
- Suryani, L., & Wijayanti, R. (2022). Kinerja Bank Syariah: Pengungkapan ICSR Berdasarkan Teori Stakeholder Dari Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 479-486. <https://doi.org/10.34308/eqien.v10i1.564>
- Utami, I. (2019). Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *JASA (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 3(3), 389-397. <https://doi.org/10.36555/jasa.v3i3.1273>
- Wei, J., Ouyang, Z., & Chen, H. (2017). Well Known or Well Liked? The Effects of Corporate Reputation on Firm Value at the Onset of a Corporate Crisis. *Strategic Management Journal*, 38(10), 2103-2120. <https://doi.org/10.1002/smj.2639>