

**ANALISIS PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* TERHADAP REPUTASI
PERUSAHAAN MELALUI KINERJA LINGKUNGAN
PADA PT BIMASAKTI MULTI SINERGI**

PROPOSAL TESIS

**Disusun untuk memenuhi syarat memperoleh
gelar Magister Manajemen Inovasi**



M ADISTYA DWI KURNIAWAN

NIM: 132220018

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN INOVASI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Thesis yang berjudul: **Analisis Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan .**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : M. Adistya Dwi Kurniawan

NIM : 132220018

Program Studi : Magister Manajemen Inovasi

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi Magister Manajemen Inovasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung, pada 4 Agustus 2025 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen Inovasi Strata Dua (S2).

Dosen Pembimbing I

Prof. Dr. Anna Triwijayati, S.E., M.Si.
NIP 20070072

Dosen Pembimbing II

Dr. Seno Aji Wahyono, S.E., S.T., M.M.
NIP. 20180012

Dosen Penguji I

Prof . Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, M.S., M.Sc
NIP. 20070027

Dosen Penguji II

Prof. Dr. Pieter Sahertian, S.E., M.Si.
NIP. 20100033

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tarsisius Renald Suganda, SE., M.Si., CRA

NIP. 20100023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Thesis yang berjudul:

Analisis Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan.

merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan karya plagiat yang sudah dipublikasikan atau yang pernah di pakai untuk mendapatkan gelar magister di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi sebagaimana semestinya, baik Sebagian maupun seluruhnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Malang, 01 Agustus 2025

M. Adistya Dwi Kurniawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga kegiatan penelitian ini dapat tersusun sampai dengan selesai. Tidak lupa kami mengucapkan terima kasih terhadap bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan dukungan dan sumbangan baik pikiran maupun materinya. Penulis sangat berharap semoga tesis ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi pembaca. Bahkan kami berharap lebih jauh lagi agar makalah ini bisa pembaca praktekkan dalam kehidupan sehari-hari.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian tesis ini tidak terlepas dari bantuan pihak-pihak lain. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof . Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, M.S., M.Sc., selaku Rektor Universitas Ma Chung dan juga sebagai Dosen Ketua Penguji.
2. Bapak Tarsisius Renald Suganda, SE., M.Si., CRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.
3. Bapak Prof. Dr. Pieter Sahertian, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Inovasi Universitas Ma Chung dan Dosen Penguji.
4. Ibu Prof. Dr. Anna Triwijayati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan pembinaan dalam penyelesaian laporan ini.
5. Bapak Dr. Seno Aji Wahyono, S.E., S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan pembinaan dalam penyelesaian laporan ini.

6. Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.
7. Orang Tua dan Istri tercinta Ida Apriyanti dan Kedua Anak Javad Ale Sena dan Fayola Isvara Bsagita yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materiil, membantu Penulis dalam menyelesaikan kegiatan penelitian ini.
8. Pimpinan PT Bimasakti Multi Sinergi Bapak Ibnu Sunanto, Bapak Suroto dan Bapak Bagus Cahyono yang telah memberikan dukungan terhadap penelitian ini.
9. Teman-teman Program Studi Magister Manajemen Inovasi Batch 4 Universitas Ma Chung yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan kegiatan penelitian ini.

Pengerjaan karya tulis ini telah dilakukan dengan upaya optimal, mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan dalam karya tulis ini. Besar harapan atas pemberian saran dan kritik yang membangun untuk penulisan karya tulis ini sehingga dapat menjadi salah satu referensi dalam mendukung perkembangan ilmu manajemen.

Malang, 01 Agustus 2025

M. Adistya Dwi Kurniawan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Ma Chung, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Adistya Dwi Kurniawan
NIM : 132220018
Program Studi : Magister Manajemen Inovasi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Thesis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** kepada Universitas Ma Chung atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Ma Chung berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Malang
Pada tanggal : 01 Agustus 2025XXXXXX

Yang menyatakan,

M Adistya Dwi Kurniawan

ABSTRAK

Peran perusahaan dalam masyarakat telah berubah secara signifikan pasca pandemi. Perusahaan tidak hanya fokus mencari keuntungan, mereka juga harus mengambil tanggung jawab sosial yang lebih besar terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Konsep ini, yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), menjadi bagian integral dari strategi bisnis modern dan semakin mendapat perhatian dari berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, investor, dan masyarakat umum. Penelitian yang terdahulu, banyak mengupas CSR dan Reputasi Perusahaan. Untuk itu, penelitian ini bermaksud mengidentifikasi apakah penerapan *Corporate Social Responsibility* dapat berdampak positif terhadap Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Warga Sekitar PT Bimasakti Multi Sinergi yakni Masyarakat Desa Claket, Kecamatan Pacet. Metode analisis menggunakan alat uji analisis path melalui SPSS. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat sebagai rekomendasi bagi CSR perusahaan, masyarakat desa, komunitas, pelaku bisnis dan pemerintah dalam mengembangkan kebijakan yang berdampak pada reputasi perusahaan dan kinerja lingkungan di era ekonomi hijau, dengan diwujudkan melalui publikasi ilmiah dan laporan akhir penelitian.

Kata-kata kunci: *corporate social responsibility, kinerja lingkungan, reputasi perusahaan, bisnis, inovasi.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II: LANDASAN TEORI.....	11
2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.2 Kinerja Lingkungan.....	13
2.3 Reputasi Perusahaan.....	16
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	20
2.3.1 Hipotesis 1.....	20
2.3.2 Hipotesis 2.....	21
2.3.3 Hipotesis 3.....	22
2.3.4 Hipotesis 4.....	23
2.5 Kerangka Konseptual.....	24
BAB III: METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24

3.2	Variabel Penelitian.....	24
3.2.1	Variabel Dependen.....	24
3.2.2	Variabel Independen.....	24
3.2.3	Variabel Antara.....	24
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4	Populasi dan Sampel.....	26
3.5	Teknik Sampel.....	27
3.6	Data dan Sumber Data.....	28
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.8	Uji Kualitas Data.....	29
3.8.1	Uji Validitas.....	29
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.8.3	Uji Normalitas.....	30
3.8.4	Uji Multikolinearitas.....	30
3.8.5	Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.9	Teknik Analisis Data.....	32
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.9.2	Analisis Path.....	34
BAB IV:	HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.2	Deskripsi Data.....	35
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	35
4.2.2	Deskripsi Variabel.....	37
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.4	Asumsi-asumsi Klasik.....	44
4.4.1	Uji Normalitas.....	44
4.4.2	Uji Heterokedastisitas.....	45
4.4.3	Uji Multikolinieritas.....	45
4.5	Hasil Analisis Jalur.....	47

4.5.1 Analisis Langsung Pengaruh X dan Z.....	49
4.5.1 Analisis Langsung Pengaruh X, Z Terhadap Y.....	51
BAB V: KESIMPULAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3 Saran.....	63
5.3.1 Untuk Peneliti Selanjutnya.....	63
5.3.2 Untuk Pemangku Kepentingan.....	63
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Variabel Penelitian	26
Tabel 2. Data Penduduk Kecamatan Pacet	27
Tabel 3. Karakteristik Penentuan Sampel	28
Tabel 4.1 Data berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Data berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Data berdasarkan Golongan Masyarakat	36
Tabel 4.4 Data berdasarkan Penerima Manfaat	36
Tabel 4.5 Interpretasi Rata-Rata Jawaban Responden	37
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>CSR</i> (X)	38
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Lingkungan (Z)	39
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Reputasi Perusahaan (Y)	40
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel	42
Tabel 4.10 Uji Realibilitas Variabel	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.12 Uji heteroskedastisitas	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.14 Analisis Jalur Model 1	47
Tabel 4.15 Analisis Jalur Model 2	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Jalur Terhadap Kinerja Lingkungan	50
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Jalur Terhadap Reputasi Perusahaan	51
Tabel 4.18 Perhitungan Pengaruh Variabel Mediasi	55
Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Path	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lokasi CSR PT. Bimasakti Multi Sinergi	4
Gambar 2. Greenhouse Bimasakti Farm	5
Gambar 3. Kerangka Konseptual Penelitian	23
Gambar 4. Diagram Model Jalur Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> , Kinerja Lingkungan, dan Reputasi Perusahaan	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasca pandemi covid-19, peran perusahaan dalam masyarakat telah berubah secara signifikan. Perusahaan tidak hanya fokus mencari keuntungan, mereka juga harus mengambil tanggung jawab sosial yang lebih besar terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Konsep ini, yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis modern dan semakin mendapat perhatian dari berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, investor, dan masyarakat umum. Kesadaran akan pentingnya CSR meningkat pesat, Hal ini erat kaitannya dengan perubahan paradigma dunia bisnis global yang menuntut perusahaan untuk memperhatikan tidak hanya aspek ekonomi (*profit*), namun juga aspek sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*). Konsep ini diketahui, sebagai *triple bottom line* Elkington (1997). Pemerintah Indonesia menyikapi tren ini dengan mengeluarkan berbagai peraturan yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan program CSR, seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Dengan adanya UU tersebut diharapkan mampu meningkatkan partisipasi perusahaan dalam tanggung jawab sosial, namun praktik CSR di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan kajian Lembaga Penerangan Penelitian dan Pendidikan Ekonomi dan Sosial (LPPES, 2021) hanya sekitar 30% perusahaan besar di Indonesia yang melaksanakan program CSR secara terus

menerus dan berkelanjutan. Perusahaan-perusahaan lainnya masih mempraktikkan CSR sebagai bagian dari pemenuhan kewajiban hukum mereka atau sekadar sebagai alat hubungan masyarakat. Hal ini menunjukkan masih adanya kesenjangan antara peraturan dan praktik di bidang ini serta kurangnya pemahaman tentang potensi CSR dalam menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan.

Perusahaan yang menarik untuk dikaji dalam konteks implementasi CSR adalah PT Bimasakti Multi Sinergi adalah perusahaan dengan ekosistem digital dalam bidang industri *financial technology* (fintech), mempunyai layanan utama berbasis pada pembayaran elektronik (*electronic payment*) yang melayani segmen keagenan B2B dan segmen retail B2C, layanan atas permintaan (*on-demand services*) dan layanan retail (*online ticket & e-commerce*). PT Bimasakti Multi Sinergi berkembang dengan memiliki 6 anak perusahaan dalam Bimasakti Group, yang masing-masing memberikan layanan untuk kemudahan masyarakat di bidang *electronic payment, on-demand service & traveling* seperti:

1. Toko Modern (Fastpay)

Platform Pembayaran Elektronik & Sistem Bisnis Keagenan Terlengkap, Terbaik di Indonesia. Fastpay telah dijalankan oleh lebih dari 485.870 mitra diseluruh Indonesia dengan 7 layanan bisnis untuk melayani kebutuhan pembayaran masyarakat Indonesia.

2. SpeedCash

Platform E-Money dan Aplikasi Pembayaran Terbaik, Terlengkap serta Termurah SpeedCash juga mendukung pembayaran menggunakan QRIS, penerbit instrumen pembayaran dan penyedia alat pembayaran dengan izin Bank Indonesia.

3. Winpay

Payment Gateway Terlengkap dan Termudah untuk Bisnis Anda Solusi bisnis yang membantu terima pembayaran dengan mudah semua transaksi online dan offline dengan lebih dari 20 metode pembayaran yang lengkap.

4. Rajabiller

Billing Provider & Aggregator Terlengkap, Termurah di Indonesia Layanan H2H terlengkap produk PPOB, pulsa, e-money, game dan tiket dengan segmen marketplace, e-commerce, travel, server pulsa, perbankan, telkomunikasi, dll.

5. Tiketkai

Reservasi & Pesan Tiket Kereta Api Online, Layanan pembelian tiket kereta api Indonesia (Tiket KAI) yang mudah dan praktis dengan pembayaran yang lengkap, sebagai solusi untuk perjalanan Anda.

6. Pulsagram

Billing Provider & Aggregator H2H Terlengkap, Termurah Layanan H2H produk PPOB, pulsa, game, e-money dll dengan kemudahan integrasi untuk bisnis Anda dan menguntungkan.

7. JogjaKita

Platform Bisnis Digital & Layanan Transportasi Online dari Jogja untuk Indonesia. Solusi transportasi, kurir dan belanja gak perlu ribet dengan JogjaRide, JogjaCar, JogjaShop, JogjaSend dan 800 jenis layanan pembayaran.

8. ACI

Platform Layanan Transportasi Online dengan Semangat Merah Putih. Solusi transportasi online, pesan makan online, dan belanja barang dalam 1 aplikasi dan 800 jenis layanan pembayaran dengan teknologi karya anak negeri.

Sejak didirikan pada tahun 2009, telah melaksanakan berbagai program CSR di wilayah Indonesia dengan fokus pada aspek spiritual, pendidikan, sosial & kemanusiaan serta Kebudayaan. Memiliki kawasan terpadu Bimasakti Farm yang berada di Desa Claket, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto dengan luas lahan kurang lebih 12.000m², terdapat *greenhouse* praktik pertanian terpadu, asrama untuk anak yatim piatu pendampingan berkelanjutan, pendopo dan ruang gamelan yang diperuntukan melestarikan kebudayaan, serta masjid dan bangunan lain untuk penunjang kegiatan spiritual masyarakat sekitar dari berbagai agama.



Gambar 1. Lokasi CSR PT Bimasakti Multi Sinergi

Program CSR yang dilaksanakan oleh PT Bimasakti Multi Sinergi mempunyai sifat yang menarik untuk ditelusuri terutama dalam hal keberlanjutan. Berbeda dengan banyak program CSR yang bersifat sporadis atau berjangka pendek, program-program yang dilaksanakan oleh perusahaan ini dirancang

dengan pendekatan jangka panjang dan terpadu. Berbasis inovasi perusahaan tersebut memiliki program kewirausahaan dengan Aplikasi Fastpay untuk kalangan Pemuda, Perempuan dan juga disabilitas. Selain itu di bidang pertanian terpadu yang dilakukan pada *greenhouse*, dimana masyarakat diberikan wadah yang tidak hanya fokus pada pengelolaan lahan yang dibuat untuk produksi bibit unggul, maupun tanaman musiman yang dikelola dengan organik, tapi juga bagaimana mengolah hasil panen menjadi barang setengah jadi dan barang jadi. Selain itu di Desa Claket masyarakat sebagian banyak memiliki kearifan lokal ternak sapi susu perahan sehingga konsep pertanian terpadu ini bisa menjadi salah satu andalan program yang dijalankan.



Gambar 2. Green House Bimasakti

Untuk mendukung inovasi tersebut diintegrasikan pula dengan program pendidikan mereka, yang tidak hanya memberikan beasiswa, namun juga mempromosikan literasi terapan bekerja sama dengan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Mojokerto melibatkan warga dalam melaksanakan program keberlanjutan pada sektor Pertanian dan Ekonomi Kreatif. Pelatihan pembuatan

Ecoenzym, Pestisida Nabati, hingga pengolahan jamu. Selain itu inisiatif CSR berkelanjutan ini sejalan dengan konsep Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) yang diadopsi oleh PBB pada tahun 2015. SDGs menekankan pentingnya kemitraan antara sektor swasta, pemerintah dan masyarakat sipil untuk mencapai pembangunan berkelanjutan serta ikut serta dalam ketahanan pangan. Perusahaan saling berkompetisi untuk mendapatkan perhatian pasar dengan mengembangkan inovasi berkelanjutan dalam upaya mengurangi dampak pencemaran pada lingkungan. Kemampuan untuk berinovasi ramah lingkungan dan menjalankan CSR menjadi *competitive advantage* bagi perusahaan. Citra ramah lingkungan yang dimiliki perusahaan serta memiliki kepedulian terhadap lingkungan yang tinggi akan dinilai lebih baik oleh *stakeholder*, dengan demikian reputasi dan kinerja lingkungan akan meningkat.

Teori *Stakeholder Network* yang dikembangkan oleh Rowley (1997) dan diperbarui oleh Frooman dan Murrell (2022) menekankan pentingnya memahami kompleksitas hubungan antar *stakeholder* dalam konteks CSR dan keberlanjutan. Mereka berpendapat bahwa dampak CSR terhadap reputasi perusahaan dan kinerja lingkungan tidak hanya tergantung pada tindakan perusahaan itu sendiri, tetapi juga pada interaksi kompleks antara berbagai *stakeholder* dalam jaringan bisnis perusahaan. Dalam konteks global yang semakin terhubung Scherer, L., Boom, H. A., Barbarossa, V., & van Bodegom, P. M. (2023) mengeksplorasi peran CSR dan inovasi dalam mengatasi tantangan keberlanjutan global. Mereka berpendapat bahwa perusahaan multinasional memiliki potensi dan tanggung

jawab yang signifikan untuk berkontribusi pada solusi masalah lingkungan global melalui praktik CSR dan inovasi mereka.

Seperti yang dilakukan oleh Toyota pengembangan teknologi hidrogen telah berinvestasi besar dalam pengembangan kendaraan berbahan bakar hidrogen sebagai alternatif ramah lingkungan. Peluncuran Toyota Mirai, mobil hidrogen komersial pertama di dunia, Pengurangan emisi CO₂ hingga 100% dibandingkan mobil berbahan bakar fosil, Mendorong pengembangan infrastruktur hidrogen di berbagai negara (International Journal of Hydrogen Energy, 2023). Toyota memimpin dalam pengembangan kendaraan ramah lingkungan, seperti mobil hibrida dan mobil listrik. Program *Toyota Environmental Challenge 2050* adalah contoh CSR berbasis *green innovation*, yang menargetkan nol emisi karbon dari produk dan operasional perusahaan pada 2050. Melalui laporan tahunan kinerja lingkungan toyota menunjukkan bahwa mobil hibrida dan listriknya telah mengurangi emisi CO₂ lebih dari 120 juta ton dari tahun 1997 hingga 2020. Selain itu, Toyota berhasil mengurangi intensitas energi produksinya sebesar 23% dari 2000 hingga 2020.

Inovasi dalam pelaksanaan CSR semakin banyak diterapkan oleh perusahaan untuk mengatasi pemanasan global dan pencemaran yang timbul terus menerus. Inovasi digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan untuk meningkatkan daya saing. Perusahaan yang menerapkan inovasi memenangkan keunggulan kompetitif seperti harga saham yang tinggi, kinerja dan profitabilitas yang superior, meningkatkan reputasi perusahaan dan akses ke pasar yang baru Cahyaningtyas, S. R., Isnaini, Z., & Ramadhani, R. S. (2022). sebagai contoh PT

Tirta Investama melalui program pemulihan DAS Citarum lokasi di Jawa Barat melalui reboisasi dan edukasi masyarakat. Penanaman 1 juta pohon disepanjang DAS Citarum, Pengurangan sedimentasi sungai sebesar 30%, Peningkatan kualitas air sungai berdasarkan parameter BOD dan COD. (*Environmental Science and Policy*, 2024). Contoh ini menunjukkan bahwa praktik CSR dan inovasi hijau di Indonesia telah berkembang secara signifikan, dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pembangunan berkelanjutan.

Dalam program CSR PT Bimasakti Multi Sinergi, menarik untuk diteliti karena program tidak berhubungan dengan lini bisnis perusahaan akan tetapi lebih mengutamakan dengan tujuan pembangunan global. Meski telah melaksanakan program CSR yang terkesan berkelanjutan, namun belum ada kajian komprehensif yang menganalisis dampak pelaksanaan CSR tersebut terhadap kinerja lingkungan dan reputasi perusahaan PT Bimasakti Multi Sinergi sebagai perusahaan induk. Hal ini penting mengingat investasi pada program CSR sangat mahal dan pemangku kepentingan ingin memastikan manfaatnya baik dari sudut pandang sosial maupun ekonomi. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana program CSR berdampak pada reputasi perusahaan melalui kinerja lingkungan PT Bimasakti Multi Sinergi.

Analisis ini memberikan wawasan bagaimana perusahaan dapat merancang dan melaksanakan program CSR yang tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat tetapi juga menciptakan reputasi dan Kinerja lingkungan jangka panjang bagi perusahaan. Meskipun banyak penelitian menunjukkan hubungan positif antara

CSR dan reputasi perusahaan, beberapa studi juga mengidentifikasi kompleksitas dan potensi *trade-off* dan menemukan bahwa investasi dalam inovasi mungkin memiliki dampak negatif jangka pendek pada profitabilitas, meskipun memberikan manfaat jangka panjang dalam hal reputasi dan kinerja lingkungan Wagner (2023). Ini menyoroti pentingnya perspektif jangka panjang dalam mengevaluasi dampak CSR melalui Kinerja Lingkungan.

Mengingat kompleksitas dan dinamika hubungan antara CSR, reputasi perusahaan, dan kinerja lingkungan, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami mekanisme yang mendasarinya dan mengoptimalkan dampak positifnya. Studi ini bertujuan untuk menganalisis hubungan ini dalam konteks penerapan CSR pada PT Bimasakti Multi Sinergi.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah yang ditemukan penulis dalam rangka mengawali penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan CSR mempengaruhi Kinerja lingkungan?
2. Bagaimana pelaksanaan CSR mempengaruhi Reputasi perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh Kinerja lingkungan terhadap Reputasi perusahaan?
4. Bagaimana pelaksanaan CSR mempengaruhi Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Menganalisis pengaruh pelaksanaan CSR terhadap Kinerja lingkungan.
2. Menganalisis pengaruh pelaksanaan CSR terhadap Reputasi perusahaan.
3. Menganalisis pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan
4. Menganalisis pengaruh pelaksanaan CSR melalui Kinerja Lingkungan dalam meningkatkan Reputasi Perusahaan.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk memperluas literatur mengenai *Corporate Social Responsibility* dan manajemen inovasi serta untuk menjawab *research gap* mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan yang dimediasi dengan Kinerja Lingkungan.

1.4.2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada perusahaan untuk menjadi bahan evaluasi dalam mengelola dana CSR yang akan disalurkan kepada masyarakat. Hasil penelitian ini akan memberikan informasi seberapa penting dan seberapa besar kontribusi CSR dan keinovatifan dalam meningkatkan kinerja lingkungan yang selanjutnya dapat membentuk reputasi perusahaan. Selain itu, masyarakat penting untuk memahami program CSR yang dilakukan perusahaan. Sikap dan keterlibatan masyarakat terhadap suatu program CSR akan memberikan kinerja lingkungan yang baik, dan menjadi kunci dalam membangun reputasi perusahaan dalam jangka panjang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Corporate Social Responsibility*

CSR didefinisikan sebagai ekspektasi ekonomi, hukum, etika, dan filantropi yang masyarakat miliki terhadap organisasi pada waktu tertentu Carroll, (2016). Definisi ini menekankan bahwa CSR adalah konsep dinamis yang berkembang seiring waktu. Menyatakan bahwa CSR adalah integrasi sukarela dari kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis dan interaksi dengan pemangku kepentingan (Rasche et al., 2017).

Dalam Undang-Undang Pasal 3 Ayat 1 Tentang Perseroan Terbatas No.47 Tahun 2012 tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi perseroan menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang dengan adanya peraturan ini sudah mendukung perkembangan laporan mengenai penerapaaan CSR di berbagai perusahaan Indonesia, dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan harus memberikan informasi yang berkaitan langsung dengan aktivitas pada perusahaan tersebut (Verlina, 2022). Menurut Dwi Kartini (2019), ada enam jenis CSR:

- a. *Cause Promotion* dalam hal ini perusahaan merupakan pemberi dana untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian masyarakat terhadap masalah sosial contohnya pemberian sponsorship kegiatan Shell Eco- Maraton Mahasiswa Mesin di Lombok tahun 2023 yang pernah dilakukan PT Bimasakti Multi Sinergi bekerjasama dengan ITS.
- b. Pemasaran yang berhubungan dengan kegiatan sosial Perusahaan menyumbangkan pendapatan dari penjualan produknya untuk kegiatan sosial.

Contohnya termasuk pemberian beasiswa, dan pengembangan usaha kecil dalam penggunaan Qris PT Bimasakti Multi Sinergi pada UMKM di daerah Gerbang Kertasusila.

- c. Pemasaran Sosial perusahaan berupaya mengubah perilaku masyarakat untuk meningkatkan kesehatan, melindungi lingkungan, dan meningkatkan kesejahteraan memberikan pelatihan dan pendampingan karang taruna di daerah Kabupaten Mojokerto.
- d. Filantropi Perusahaan dalam hal ini perusahaan memberikan sumbangan langsung kepada komunitas tertentu dalam bentuk filantropi. Donasi dapat berupa uang tunai, hadiah, dana, atau layanan gratis contohnya dilakukan oleh PT Bimasakti Multi Sinergi.
- e. Pekerjaan sosial sukarela (*community volunteering*) Dalam hal ini perusahaan berperan sebagai pendukung bagi karyawannya dan sebagai mitra bagi pengusaha mikro yang mendukung organisasi masyarakat setempat contohnya seperti dilakukan PT Bimasakti Multi Sinergi ketika ada penyewaan fasilitas di Bimasakti Farm menggunakan jasa catering warga sekitar.
- f. Praktek Tanggung Jawab Sosial dalam hal ini perusahaan menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan hukum dan meningkatkan kesejahteraan karyawan, rekan kerja, mitra usaha, dan lingkungan sekitar perusahaan. Program CSR yang dijalankan oleh PT Bimasakti Multi Sinergi dapat dilihat sebagai upaya untuk mengimplementasikan CSR berkelanjutan dengan adanya kawasan terpadu untuk integrated farming yang menjadi tempat acuan

penerapan, dengan memberikan pelatihan, pendampingan demplot penerapan pupuk organik, hingga peternakan kambing dan sapi menggunakan pakan dll. Namun, efektivitas program ini dalam menciptakan reputasi bagi perusahaan dan kinerja lingkungan perlu diteliti lebih lanjut.

Adapun definisi CSR Menurut Kotler dan Nancy (2005:4) dalam Gassing (2016:163) mengemukakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan.

Cara terbaik untuk melacak dan mengukur upaya CSR adalah dengan mempertimbangkan ESG (Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola). Ketiga metrik objektif yang nyata ini mewakili tiga tujuan utama yang digunakan perusahaan dalam evaluasi. ESG merupakan standar praktik investasi perusahaan yang mengintegrasikan dan menjalankan kebijakan perusahaan dengan cara yang konsisten dengan konsep lingkungan (*environmental*), sosial (*social*) dan tata kelola (*governance*) Menurut (Noviarianti, 2020).

2.2 Kinerja Lingkungan

Tanggung jawab sosial dan lingkungan (*social and environment responsibility*). Merujuk pada kepercayaan konsumen bahwa perusahaan memiliki peran positif terhadap masyarakat dan lingkungan secara umum. Mendefinisikan kinerja lingkungan sebagai hasil dari manajemen aspek lingkungan perusahaan yang mencakup pengurangan dampak lingkungan, efisiensi penggunaan sumber

daya, dan kepatuhan terhadap regulasi lingkungan (Trumpp et al., 2016). Kinerja lingkungan dinilai dalam bentuk peringkat dengan dibentuknya program yaitu PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) oleh pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup. PROPER merupakan program pemeringkatan berdasarkan kinerja lingkungan tiap-tiap perusahaan, agar bisa dinilai dan dibandingkan, serta menjadi koreksi bagi perusahaan tersebut. Dengan adanya PROPER masyarakat dapat mengetahui perusahaan yang memiliki reputasi baik dan perusahaan dengan reputasi buruk dalam pengelolaan lingkungan hidup (Meiyana & Aisyah, 2019). Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan untuk ikut terlibat dalam melestarikan lingkungan. Aktivitas pengelolaan lingkungan pada perusahaan dapat dilihat dari kinerja lingkungannya. Menurut Ikhsan (2009) dalam Zainab dan Burhany (2020) kinerja lingkungan merupakan hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang berkaitan dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya

Menurut Hansen & Mowen dalam Meiyana (2018) dalam (I. Putri, 2019), berikut beberapa alasan yang melatarbelakangi adanya kinerja lingkungan:

- a. Pelanggan menginginkan produk yang lebih bersih tanpa merusak lingkungan serta penggunaan dan pembuangan yang ramah lingkungan.
- b. Karyawan lebih suka bekerja di perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, sehingga menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi.

- c. Perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan dan memiliki kinerja lingkungan yang baik cenderung memperoleh keuntungan eksternal serta dapat menghasilkan keuntungan sosial yang signifikan.
- d. Perbaikan kinerja lingkungan dapat meningkatkan keinginan manajer untuk melakukan inovasi dan mencari peluang baru.

Oleh karena itu kinerja lingkungan sangat penting pada saat ini, dikarenakan banyak masyarakat yang sudah sadar akan pentingnya bagaimana perusahaan terlibat secara aktif dalam berkontribusi pada lingkungan hidup. Menurut Mardikanto (2014), *environmental performance* merupakan gagasan manajemen kinerja lingkungan yang berfungsi untuk menjamin komitmen perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan berupa:

- a. Komitmen manajemen untuk memenuhi ketentuan kebijakan, tujuan dan aspirasi dalam melestarikan lingkungan.
- b. Fokus pada penyebaran budaya pelestarian lingkungan, bukan melalui bentuk peneguran, pengobatan atau tindakan korektif di kemudian hari.
- c. Proses perbaikan terus menerus sebagai imbalan untuk menerapkan sistem manajemen lingkungan serta keuntungan ekonomi dapat direalisasikan.

Dalam mengukur bagaimana kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan menurut Soewarno et al. (2022) ada beberapa indikator kinerja lingkungan meliputi:

- a. Efisiensi penggunaan sumber daya, dilakukan dalam kawasan Bimasakti Farm dengan contoh pada penggunaan Otomasi penghemat daya pada lampu taman.
- b. Pengurangan emisi, dilakukan dengan melakukan penanaman dan penghijauan di kawasan terpadu berupa pohon endemik asli Indonesia juga bertujuan melestarikan spesies tumbuhan tersebut dan penanaman pohon di wilayah desa Claket.
- c. Pengelolaan limbah, diterapkan oleh pengelola kawasan Bimasakti Farm dengan menjadikan sampah organik menjadi Biocompos, Biogas dan Ecoenzym.
- d. Kepatuhan terhadap regulasi lingkungan, dengan dilengkapinya persyaratan dan perijinan berkegiatan di wilayah Kecamatan Pacet. Inovasi produk dan proses ramah lingkungan dilakukan melalui aplikasi yang telah dibuat oleh PT Bimasakti Multi Sinergi.

2.3 Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan keseluruhan dari estimasi perusahaan yang dipegang oleh konstitusinya. Reputasi perusahaan memberikan gambaran hasil dari baik buruknya perusahaan serta hasil keefektifan atau tindakan emosional, melihat sisi kuat lemahnya perusahaan terhadap pandangan dari perspektif karyawan, investor, konsumen, serta masyarakat publik (Fombrun et.al., 2015). Ide atau gagasan perusahaan yang dapat di terima oleh publik dapat menjadikan acuan bagaimana perusahaan itu di kenal dan bagaimana perusahaan itu di pandang oleh masyarakat publik terkait dengan kondisi perusahaan,

sehingga memberikan citra yang positif terhadap perusahaan tersebut (Wicaksono, 2020).

Corporate reputation dapat diukur dari 3 indikator Newburry dalam (Hur et al. 2014), yaitu: Pendapat yang baik terhadap perusahaan, Kegaguman dan penghormatan terhadap perusahaan dan Reputasi yang baik secara menyeluruh. Sehingga dengan 3 indikator diatas diharapkan dapat mempermudah dalam penelitian ini. Dalam metode tersebut memuat elemen dan atribut reputasi perusahaan, yaitu sebagai berikut (Fajrina, 2014):

a. *Emotional Appeal*

1. *Good felling about the company*, memiliki perasaan yang baik, senang atau cinta terhadap perusahaan. (didetailkan)
2. *Admire and respect the company*, perasaan kagum dan menghargai perusahaan.
3. *Trust the company*, memiliki perasaan percaya kepada perusahaan.

b. *Product and Service*

1. *Stands behind products/services*, beranggapan bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan sesuai dengan core bisnisnya, sesuai dengan identitas perusahaannya.
2. *Offer high quality products/services*, beranggapan bahwa perusahaan menawarkan produk atau jasa berkualitas tinggi.

3. *Devellops innovative products/services*, beranggapan bahwa perusahaan selalu berinovasi untuk mengembangkan produk ataupun jasa yang dihasilkan.
4. *Offer product/service that are good value*, yaitu beranggapan perusahaan menghasilkan produk ataupun jasa yang menghasilkan nilai jual.

c. *Vision and Leadership*

1. *Has excellent leadership*, beranggapan bahwa perusahaan berjalan di bawah kepemimpinan yang handal.
2. *Has a clear vission for the future*, beranggapan bahwa perusahaan memiliki visi yang jelas untuk menghadapi tantangan kedepan.
3. *Recognize/takes advantage of market opportunities*, beranggapan bahwa perusahaan mahir dalam mencari dan memanfaatkan peluang yang ada.

d. *Workplace Environtment*

1. *Looks well managed*, beranggapan bahwa perusahaan dikelola dengan baik.
2. *Looks like a good company to work for*, perusahaan terlihat sebagai tempat yang baik untuk bekerja.
3. *Looks like has a good employees*, terlihat sebagai perusahaan yang memiliki pegawai profesional.

e. *Financial Performance*

1. *Record of profitability*, beranggapan bahwa catatan kinerja keuangan perusahaan selama ini menunjukkan profitabilitas.

2. *Look like a low risk invesment*, dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai tempat berinvestasi yang rendah risiko.
3. *Strong prospect for future growth*, dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai perusahaan yang memiliki prospek yang kuat pada perkembangan di masa depan.
4. *Tends to out performs its competitors*, dari kinerja keuangan perusahaan terlihat bahwa perusahaan cenderung lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

f. *Social Responsibility*

1. *Supported good causes*, beranggapan bahwa perusahaan memberikan dukungan yang baik terhadap masalah-masalah sosial.
2. *Environtmentally reponsible*, beranggapan bahwa organisasi memiliki tanggung jawab terhadap masalah lingkungan.
3. *Treats people well*, beranggapan bahwa perusahaan memperlakukan masyarakat sekitar dengan baik.

Sedangkan menurut Walsh, dkk (2008), konsumen menilai reputasi sebuah perusahaan melalui lima faktor utama, yaitu sebagai berikut:

1. Orientasi pelanggan (*customer orientation*). Merujuk pada persepsi konsumen atas kesediaan karyawan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumennya.
2. Pemberi kerja yang baik (*good employer*). Merujuk pada persepsi konsumen mengenai bagaimana pihak perusahaan dan jajaran manajemen

memperlakukan karyawannya dan memperhatikan kebutuhan mereka, dan harapan konsumen bahwa perusahaan memiliki karyawan yang kompeten.

3. Perusahaan dapat diandalkan dan kuat secara finansial (*reliable and financially strong company*). Merujuk pada persepsi konsumen terhadap perusahaan dalam hal kecakapan (*competence*), ketangguhan (*solidity*), dan kemampuan dalam menghasilkan laba (*profitability*), serta harapan konsumen bahwa perusahaan menggunakan sumber keuangannya dengan cara yang bijaksana sehingga berinvestasi di perusahaan tersebut dipersepsikan memiliki risiko yang kecil.
4. Kualitas produk dan jasa (*product and service quality*). Merujuk pada persepsi konsumen akan kualitas, inovasi, nilai, dan kehandalan dari barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Adapun hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.4.1 Penerapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Lingkungan.

Dalam Penelitian Septyaweni dan Cahyaningsih (2021), yang membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan. Namun Kraus et al.(2020) dan Rehman et al. (2022) menyatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini membutuhkan studi lebih lanjut tentang hubungan antara CSR dan kinerja lingkungan.

H1 : *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Lingkungan

2.4.2 Penerapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

Praktik CSR yang konsisten dapat meningkatkan reputasi perusahaan secara signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR cenderung dipersepsikan lebih positif oleh pemangku kepentingan (Park et al.,2020). Menegaskan bahwa CSR yang berfokus pada isu-isu lingkungan dan sosial yang relevan dengan industri perusahaan memiliki dampak yang lebih kuat terhadap reputasi (Li et al.,2022). Temuan ini menunjukkan pentingnya menyelaraskan kegiatan CSR dengan ekspektasi pemangku kepentingan. Dari penelitian terdahulu ini terdapat dampak positif CSR terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis berikut diusulkan :

H2 : *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

2.4.3 Penerapan Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

Hasil penelitian Sari (2020) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, yang kemudian berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Pertamina menjalankan program revitalisasi kawasan mangrove di Provinsi Riau sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Upaya ini meningkatkan citra Pertamina sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap pelestarian lingkungan, memperkuat reputasinya di mata masyarakat dan pemangku

kepentingan.

H3 : Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

2.4.4 Hubungan *Corporate Social Responsibility* melalui Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan.

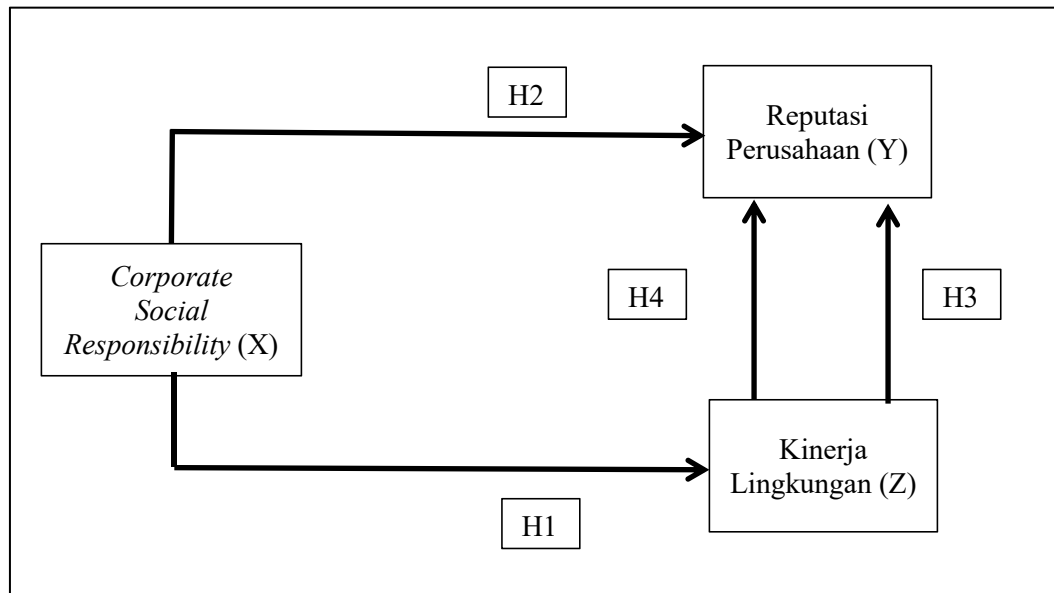
Dalam penelitian Yang et al., (2024) mereka mengkonfirmasi bahwa praktik CSR dengan peningkatan reputasi perusahaan dan kinerja lingkungan. Analisis pada 400 perusahaan multinasional menunjukkan bahwa:

- a. Perusahaan yang mengintegrasikan CSR dengan inovasi mengalami peningkatan skor reputasi 40% lebih tinggi.
- b. Efisiensi penggunaan sumber daya meningkat 35% lebih baik.
- c. Pengurangan emisi karbon mencapai 50% lebih efektif.

Berdasarkan kajian literatur dan temuan empiris di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam hubungan antara CSR terhadap reputasi perusahaan melalui kinerja lingkungan.

H4 : *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan .

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Model Hubungan Variabel

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, Sugiyono (2018:13) “Penelitian kuantitatif berdasarkan data yang bersifat angka dan akan dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menemukan solusi terhadap masalah yang sedang dipelajari”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research*, menurut Sugiyono (2020) metode penelitian *explanatory research* pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara CSR terhadap reputasi perusahaan melalui kinerja lingkungan. Metode kuantitatif memungkinkan pengukuran yang objektif terhadap variabel-variabel penelitian dan pengujian hipotesis dengan analisis path menggunakan aplikasi statistik (SPSS).

2. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab perubahan atau dapat mempengaruhi pada variabel lain (Sahir, 2022). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (X)*.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sahir, 2022). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi

akibat, Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Reputasi Perusahaan (Y).

3. Variabel Antara (Z)

Variabel antara adalah variabel yang secara teoritis dapat memperkuat atau memperlemah suatu hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak secara langsung berpengaruh pada variabel terikat (Abdullah, et al., 2022) . Variabel antara yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja Lingkungan (Z).

3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi terhadap variabel berdasarkan konsep teori namun bersifat operasional, agar variabel tersebut dapat diukur atau bahkan diuji baik oleh peneliti maupun peneliti lain. Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah:

- a. ***Corporate Social Responsibility*** adalah Program pemberdayaan masyarakat melalui program pendidikan dan budaya, pertanian terpadu, panti asuhan yatim piatu, kewirausahaan pemuda dan pemilahan sampah.
- b. **Kinerja Lingkungan:** pencapaian perusahaan dalam pengurangan dampak lingkungan seperti mengurangi limbah sampah yang dibuang ke TPS, penggunaan limbah sampah menjadi pupuk, perputaran ekonomi di masyarakat, bantuan sosial yang transparan dan penanaman varietas tumbuhan di area.
- c. **Reputasi Perusahaan** merupakan penilaian terhadap kemampuan

perusahaan untuk mempengaruhi dan menjaga kepercayaan setiap stakeholder, menjaga citra positif serta mendapatkan pengakuan.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>CSR (X)</i>	Tanggung jawab sosial dalam bentuk komitmen perusahaan sebagai pengungkapan kepedulian terhadap kesejahteraan para masyarakat dan lingkungan (Harahap, 2019)	1. Komitmen 2. Konsisten 3. Keterlibatan Masyarakat 4. Manfaat Ekonomi 5. Alokasi Dana. 6. Transparansi. Yudharma et al. (2023)	Skala <i>likert</i>
<i>Kinerja Lingkungan (Z)</i>	hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya. (Ikhsan, 2019)	1. Pengurangan Emisi 2. Pengelolaan Limbah. 3. Efisiensi energi. 4. Penggunaan Energi Lain Walker (2017)	Skala <i>likert</i>
<i>Reputasi Perusahaan (Y)</i>	kepercayaan, kekaguman, dan penghargaan dari publik terhadap perusahaan (Sasmita, 2024)	1. Kepercayaan 2. Kekaguman 3. Penghargaan 4. Persepsi (Damayanti, 2020)	Skala <i>likert</i>

4. Populasi dan Sampel

Adapun populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah Seluruh lapisan masyarakat warga Kecamatan Pacet 60.567 Orang (Dispendukcapil Kab.Mojokerto, 2023). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya

akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul representatif.

Tabel 2. Data Populasi di Kecamatan Pacet

Desa/Kelurahan <i>Villages/Urban Villages</i>	Penduduk <i>Population</i>	Distribusi Persentase Penduduk <i>Population Percentage Distribution</i>	Kepadatan Penduduk <i>Density Population</i>	Rasio Jenis Kelamin Penduduk <i>Population Sex Ratio</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kemiri	4 001	6,61	25910,63907	99
Sajen	4 789	7,91	1446,827795	99
Pacet	6 665	11,00	2007,53012	102
Padusan	1 723	2,84	2650,769231	106
Cepokolimo	3 349	5,53	839,3483709	98
Claket	3 347	5,53	1480,973451	104
Cembor	848	1,40	1087,179487	101
Nogosari	2 004	3,31	1421,276596	98
Kembangbelor	2 481	4,10	566,4383562	103
Mojokembang	1 360	2,25	194,2857143	97
Bendunganjati	3 204	5,29	1232,307692	104
Petak	4 161	6,87	1513,090909	98
Kesimantengah	2 895	4,78	1196,280992	101
Wiyu	2 451	4,05	907,7777778	96
Candiwatu	2 035	3,36	1190,05848	98
Warugunung	4 230	6,98	1208,571429	104
Tanjungkenongo	2 664	4,40	1624,390244	107
Sumberkembar	3 332	5,50	1234,074074	101
Kuripansari	2 851	4,71	910,8626198	103
Pandanarum	2 177	3,59	1814,166667	99
Kecamatan Pacet	60 567	100,00	25910,63907	101

Catatan/Note:

Sumber / Source : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Mojokerto/ Civil Registration Departement of Mojokerto Regency, 2023

Maka dari itu MacCallum et al. (2020) menekankan pentingnya mempertimbangkan kekuatan statistik, kompleksitas model, dan reliabilitas pengukuran dalam menentukan ukuran sampel, dengan rekomendasi umum minimal 200 responden.

5. Teknik Sampling

Menurut Abdullah, et al., (2022) *non-probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberi kesempatan atau peluang sama bagi tiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Lebih spesifik, penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dengan warga kecamatan pacet dan claket yang menerima langsung manfaat dan terlibat dalam pelaksanaan CSR PT Bimasakti Multi Sinergi. Teknik *purposive sampling* adalah saat penulis secara sengaja memilih individu dan tempat untuk mempelajari atau memahami fenomena sentral, seperti yang dipaparkan Creswell (2015:407).

Tabel 3 Karakteristik Penentuan Sampel

No.	Karakteristik	Keterangan
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki. Perempuan.
2.	Usia	20-35 tahun 36-45 tahun 45-60 tahun 60 tahun Keatas
3.	Golongan Masyarakat	Perangkat Desa/Kecamatan Tokoh Masyarakat Warga Desa Komunitas
4.	Kategori Penerima Manfaat CSR	Bantuan Sembako dan Uang Tunai Program Kewirausahaan Program Peduli Lingkungan
5	Wilayah	Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto

6. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan ialah data primer. Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari lapangan atau objek penelitian, baik berupa pengukuran, pengamatan, (Uceo, 2016). Dalam penelitian ini, sumber data primer yang diperoleh dari jawaban responden dalam kuesioner. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Dillman, Smyth, & Christian, 2014; Oppenheim, 2000).

7. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penulis menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden untuk mencari data langsung dari warga yang diambil sebagai sampel.

8. Uji Kualitas Data

Berikut adalah beberapa uji kualitas data yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Uji Validitas

Uji validitas melibatkan berbagai teknik seperti analisis faktor eksploratori (EFA) atau analisis konfirmatori (CFA) untuk menguji validitas instrumen pengukuran.

2. Uji Reliabilitas

Biasanya menggunakan koefisien alfa Cronbach untuk menguji reliabilitas instrumen pengukuran. Biasanya menggunakan koefisien alfa Cronbach untuk menguji reliabilitas instrumen pengukuran.

Rumus: Koefisien Alfa Cronbach dihitung dengan menggunakan rumus: $\alpha = (k / (k - 1)) \times (1 - (\sum(\sigma_i^2) / \sigma^2))$ Di mana k adalah jumlah item dalam instrumen, σ_i^2 adalah varians item i, dan σ^2 adalah varians total instrumen.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tak terhingga (Suliyanto, 2011). Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik nonparametik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan membuat hipotesis H_0 : Data residual berdistribusi normal H_a : Data residual tidak berdistribusi normal Dasar pengambilan keputusan dengan melihat tingkat signifikansinya adalah sebagai berikut Jika signifikansi > 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima (data residual tidak berdistribusi normal).dan jika signifikansi < 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak (data residual berdistribusi normal).

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya memiliki multikolinearitas yang rendah. Salah satu cara untuk menguji gejala multikolinearitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Adapun kriteria penilaiannya data dikatakan tidak mengandung multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ berarti nilai VIF > 10 (Ghozali,2013).

5. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji statistik yang menguji apakah variabilitas (residual atau deviasi) suatu variabel acak tidak konstan (sama) pada rentang nilai prediksi. Dalam konteks regresi, heteroskedastisitas dapat terjadi ketika distribusi variasi residu tidak seragam pada seluruh tingkat nilai variabel independen. Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastisitas dapat digunakan metode analisis grafik dan metode statistik.

Metode analisis grafik dilakukan dengan mengamati *scatterplot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai *Predicted Standarized*, sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai *Residual studentized*. Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu, hal itu menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi, namun jika *scatterplot* ini menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada regresi. Dan data layak digunakan (Suliyanto,2011).

9. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden yang terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan analisis path. Alat analisis data yang digunakan adalah SPSS (Statistical Package for Social Sciences) adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk menganalisa sebuah data dengan analisis statistika.

3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik untuk merangkum dan mendeskripsikan data secara ringkas. Tujuan utama statistik deskriptif adalah untuk memahami dengan jelas karakteristik dasar suatu kumpulan data. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya (Sugiyono, 2017).

3.10.2 Analisi Path

Menurut Ghozali (2013) analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk

menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat yang digambarkan dalam analisis jalur merupakan pengaruh langsung maupun tidak langsung. Pemilihan metode analisis jalur dilakukan dengan pertimbangan sebagai berikut :

- a. Metode ini mampu memberikan kejelasan hubungan dan besaran antar variabel penelitian yang sangat berguna bagi upaya peneliti dalam mengupas secara lebih dalam berbagai variabel yang diteliti.
- b. Analisis jalur cocok digunakan untuk menganalisis hubungan variabel CSR (variabel bebas), baik untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui Kinerja Lingkungan (variabel antara) terhadap set variabel Reputasi Perusahaan (variabel terikat), baik secara simultan maupun parsial.
- c. Analisis jalur cocok untuk sampel yang melebihi atau diatas 100 responden dan data diolah dan diobservasi secara langsung di lapangan (Sitepu, 2015; Kusnendi, 2013). Analisis jalur ini mengikuti pola struktural atau disebut model struktural (Kusnendi, 2013). Model struktural secara umum dapat digambarkan dengan persamaan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 (H1): $CSR \rightarrow \text{Kinerja Lingkungan}$

Persamaan 1: $Z = \alpha X + e_1$, Di mana α adalah koefisien jalur yang menunjukkan pengaruh langsung CSR terhadap kinerja lingkungan.

2. Hipotesis 2 (H2): $CSR \rightarrow \text{Reputasi Perusahaan}$

Persamaan 2: $Y = c'X + e_2$, Di mana c' adalah koefisien jalur yang menunjukkan pengaruh langsung CSR terhadap reputasi perusahaan.

3. Hipotesis 3 (H3): Kinerja Lingkungan $\rightarrow$ Reputasi Perusahaan

Persamaan 3: $Y = bZ + e_3$,Di mana b adalah koefisien jalur yang menunjukkan pengaruh langsung kinerja lingkungan terhadap reputasi perusahaan.

4. Hipotesis 4 (H4): CSR $\rightarrow$ Kinerja Lingkungan $\rightarrow$ Reputasi Perusahaan

Efek Tidak Langsung = $\alpha \times b$

Efek Total = $c' + (\alpha \times b)$,Efek total menggambarkan pengaruh keseluruhan CSR terhadap reputasi perusahaan, baik secara langsung maupun melalui mediasi kinerja lingkungan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada masyarakat di Kecamatan Pacet yang berjumlah 200 responden, maka dapat diperoleh gambaran karakteristik responden yang menerima manfaat dari *Corporate Social Responsibility* dari PT Bimasakti Multi Sinergi.

4.2 Deskripsi Data

4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil analisis data dari kuesioner, diketahui gambaran karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu; berdasarkan jenis kelamin, usia, golongan masyarakat dan penerima manfaat. Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan peneliti dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Data berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi Orang	Persentase
1	Laki-Laki	127	63,5%
2	Perempuan	73	36,5%
	Total	200	100%

Berdasarkan dari data Tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin dalam penelitian ini didominasi oleh responden Laki-Laki dengan jumlah 127 Orang atau 63,5%, sedangkan untuk responden Perempuan sebanyak 73 Orang atau 36,5%.

Tabel 4.2 Data berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi Orang	Persentase
1	20-35 Tahun	83	41,5%
2	36-45 Tahun	60	30%
3	46-60 Tahun	39	19,5%
4	> 60 Tahun	18	9%
	Total	200	100%

Berdasarkan dari data Tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa karakteristik responden usia dalam penelitian ini didominasi oleh responden umur 20-35 Tahun dengan jumlah 83 Orang atau 41,5%, untuk responden umur 36-45 sebanyak 60 Orang atau 30%, kemudian 46-60 tahun dengan jumlah 39 Orang atau 19,5% dan umur diatas 60 tahun sebanyak 19 orang atau 9%.

Tabel 4.3 Data berdasarkan Golongan Masyarakat

No	Golongan Masyarakat	Frekuensi Orang	Persentase
1	Warga Desa	104	52%
2	Perangkat Desa	23	11,5%
3	Komunitas	63	31,5%
4	Tokoh Masyarakat	10	5%
	Total	200	100%

Berdasarkan dari data Tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Golongan Masyarakat dalam penelitian ini didominasi oleh responden Warga Desa dengan jumlah 104 Orang sekitar 52%, responden Komunitas dengan jumlah 63 Orang atau 31,5%, responden Perangkat desa sebanyak 23 Orang atau 11,5% dan yang terakhir yaitu responden Toko Masyarakat 10 Orang atau 5%.

Tabel 4.4 Data berdasarkan Penerima Manfaat

No	Penerima Manfaat	Frekuensi Orang	Persentase
1	Bantuan Tunai dan Sembako	82	41%
2	Program Peduli Lingkungan	67	33,5%
3	Kewirausahaan	51	25,5%
	Total	200	100%

Berdasarkan dari data Tabel 4.4 di atas, menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Penerima Manfaat dalam penelitian ini didominasi oleh responden penerima manfaat berupa Bantuan Tunai dan Sembako dengan jumlah 82 Orang 41%, untuk responden Penerima Manfaat Program Peduli Lingkungan sebanyak 67 Orang atau 33,5%, kemudian responden Penerima Manfaat Kewirausahaan sebanyak 51 Orang atau 25,5%.

4.2.2 Deskripsi Variabel

Berdasarkan kuisioner yang telah diberikan kepada 200 orang responden, maka untuk mengetahui mayoritas jawaban responden pada masing-masing item dapat dibuat rumus sturges sebagai berikut :

$$\text{Interval Kelas } (c) = (X_n - X_1) : k$$

dimana c = perkiraan besarnya

k = banyaknya kelas

X_n = nilai skor tertinggi

X_1 = nilai skor terendah

$$c = (5-1) : 5, \quad c = 4 : 5 = 0,8$$

Tabel 4.5 Interpretasi Rata-Rata Jawaban Responden

Interval rata-rata	Pernyataan
1,0 – 1,79	Sangat Tidak Baik
1,8 – 2,59	Tidak Baik
2,6 – 3,39	Sedang
3,4 – 4,19	Baik
4,2 – 5,00	Sangat Baik

1. Distribusi Frekuensi Variabel *Corporate Social Responsibility* (X1)

Dalam variabel *Corporate Social Responsibility* terdapat tujuh item

pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel *Corporate Social Responsibility* (X)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X1	46	23.00	100	50.00	49	24.50	4	2.00	1	0.50	200	100	3.93
X2	48	24.00	95	47.50	45	22.50	12	6.00	0	0.00	200	100	3.90
X3	48	24.00	97	48.50	51	25.50	4	2.00	0	0.00	200	100	3.95
X4	45	22.50	96	48.00	56	28.00	3	1.50	0	0.00	200	100	3.92
X5	38	19.00	95	47.50	59	29.50	8	4.00	0	0.00	200	100	3.82
X6	46	23.00	100	50.00	47	23.50	7	3.50	0	0.00	200	100	3.93
X7	40	20.00	100	50.00	43	21.50	16	8.00	1	0.50	200	100	3.81
Grand Mean													3.89

Sumber : data primer diolah

Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 200 responden, penilaian responden tentang variabel *Corporate Social Responsibility*. Paling banyak sebesar 100 orang atau 50% setuju bahwa Bimasakti memiliki program pemberdayaan masyarakat dan Rata-rata item sebesar 3.93 menunjukkan bahwa sebagian besar menyatakan setuju bahwa Bimasakti memiliki program kewirausahaan yang ada di area Pacet. Kemudian dari 200 responden, paling banyak sebesar 95 orang atau 47,5% setuju bahwa Bimasakti memiliki program pemberdayaan untuk lingkungan dan pertanian. Selanjutnya dari 200 responden, paling banyak sebesar 97 orang atau 48,5% setuju bahwa Bimasakti melaksanakan program Santunan Yatim Piatu dan Dhuafa secara konsisten. Selanjutnya dari 200 responden, paling banyak sebesar 96 orang atau 48% setuju bahwa Bimasakti melibatkan masyarakat dalam program sosial. Selanjutnya dari 200 responden, paling banyak sebesar 95 orang atau 47,5% setuju bahwa Program sosial perusahaan melibatkan dan memberikan manfaat ekonomi nyata bagi masyarakat. Selanjutnya dari 200

responden, paling banyak sebesar 100 orang atau 50% setuju bahwa Bimasakti mengalokasikan dana untuk program sosial perusahaan untuk masyarakat pacet. Dan yang terakhir 200 responden, paling banyak sebesar 100 orang atau 50% setuju bahwa Bimasakti melaporkan kegiatan sosial perusahaan secara transparan melalui media sosial dan website resmi yang dapat diakses oleh masyarakat.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Lingkungan (Z)

Dalam variabel Kinerja Lingkungan terdapat enam item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.7 :

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Lingkungan (Z)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
Z1	52	26.00	108	54.00	36	18.00	4	2.00	0	0.00	200	100	4.04
Z2	46	23.00	103	51.50	45	22.50	6	3.00	0	0.00	200	100	3.95
Z3	44	22.00	102	51.00	46	23.00	8	4.00	0	0.00	200	100	3.91
Z4	47	23.50	102	51.00	50	25.00	1	0.50	0	0.00	200	100	3.98
Z5	44	22.00	105	52.50	46	23.00	5	2.50	0	0.00	200	100	3.94
Z6	46	23.00	108	54.00	42	21.00	4	2.00	0	0.00	200	100	3.98
Grand Mean													3.965

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 200 responden, penilaian responden tentang variabel Kinerja Lingkungan. Paling banyak sebesar 108 orang atau 54% setuju bahwa Bimasakti memiliki program peduli lingkungan dengan rata-rata item sebesar 4.04 menunjukkan bahwa sebagian besar menyatakan setuju bahwa Bimasakti memiliki program penanaman pohon di wilayah Pacet. Kemudian dari 200 responden, paling banyak sebesar 103 orang atau 51,5% setuju bahwa Bimasakti mendorong masyarakat ikut terlibat dalam program pembuatan

kompos organik untuk 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*). Selanjutnya dari 200 responden, paling banyak sebesar 102 orang atau 51% setuju bahwa Bimasakti bersama masyarakat dalam pengelolaan limbah sampah di Desa. Selanjutnya dari 200 responden, paling banyak sebesar 102 orang atau 51% setuju bahwa Bimasakti mendukung program peduli lingkungan dari Masyarakat. Kemudian dari 200 responden, paling banyak sebesar 105 orang atau 52,5% setuju bahwa Bimasakti mengajak masyarakat dalam mengolah kotoran hewan menjadi Pupuk Organik. Dan yang terakhir 200 responden, paling banyak sebesar 108 orang atau 54% setuju bahwa Bimasakti mendorong penggunaan Pupuk Organik dan Pestisida Nabati di Masyarakat.

d. Distribusi Frekuensi Variabel Reputasi Perusahaan (Y)

Dalam variabel Reputasi Perusahaan terdapat enam item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.8 :

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Reputasi Perusahaan (Y)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
Y1	57	28.50	113	56.50	28	14.00	2	1.00	0	0.00	200	100	4.13
Y2	45	22.50	107	53.50	46	23.00	2	1.00	0	0.00	200	100	3.98
Y3	52	26.00	97	48.50	48	24.00	3	1.50	0	0.00	200	100	3.99
Y4	41	20.50	111	55.50	43	21.50	5	2.50	0	0.00	200	100	3.94
Y5	38	19.00	119	59.50	40	20.00	3	1.50	0	0.00	200	100	3.96
Y6	42	21.00	102	51.00	55	27.50	1	0.50	0	0.00	200	100	3.93
Grand Mean													3.986

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 200 responden, penilaian responden tentang variabel Reputasi Perusahaan. Paling banyak sebesar 113 orang

atau 56,5% setuju bahwa Bimasakti merupakan perusahaan yang peduli lingkungan dengan rata-rata item sebesar 4.13 menunjukkan bahwa sebagian besar menyatakan setuju bahwa Bimasakti dikenal sebagai perusahaan yang peduli lingkungan. Kemudian dari 200 responden, paling banyak sebesar 107 orang atau 53,5% setuju bahwa Bimasakti mampu bekerjasama dengan seluruh lapisan masyarakat. Selanjutnya dari 200 responden, paling banyak sebesar 97 orang atau 48,5% setuju bahwa Bimasakti memiliki citra positif di masyarakat. Selanjutnya dari 200 responden, paling banyak sebesar 111 orang atau 55,5% setuju bahwa Bimasakti menjadi rujukan dalam praktik program sosial perusahaan. Selanjutnya dari 200 responden, paling banyak sebesar 119 orang atau 59,5% setuju bahwa Bimasakti memiliki prestasi terkait kegiatan sosial perusahaan. Dan yang terakhir 200 responden, paling banyak sebesar 102 orang atau 51% setuju bahwa Bimasakti memiliki pengalaman yang baik dalam kepedulian lingkungan.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan sebagai alat untuk menganalisis data. Dalam proses analisis, hasilnya bergantung pada skor yang diberikan oleh responden pada setiap pertanyaan. Apakah skor tersebut benar atau tidak, tergantung pada cara pengumpulan data. Sebuah instrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi dua syarat penting, yaitu valid dan reliabel

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas sangat penting dalam sebuah penelitian, terutama yang menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana alat tersebut mampu menggambarkan hubungan antara

konsep dan kenyataan empiris. Uji validitas adalah cara untuk menilai tingkat keabsahan dan kebenaran alat tersebut. Sebuah instrumen dianggap valid jika mampu mengukur hal yang diinginkan atau mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tingkat validitas instrumen menunjukkan seberapa jauh data yang dikumpulkan sesuai dengan gambaran variabel yang diteliti. Instrumen penelitian dianggap valid jika koefisiennya sama atau lebih besar dari nilai di tabel. Jika nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan 0,5, maka hasilnya valid. Namun, jika nilai r_{hitung} lebih kecil dari 0,5, maka hasilnya tidak valid. Pengujian validitas untuk setiap indikator dari variabel penelitian ini dilakukan menggunakan program SPSS for Windows.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	0.741	0.5	Valid
X2	0.684	0.5	Valid
X3	0.699	0.5	Valid
X4	0.693	0.5	Valid
X5	0.674	0.5	Valid
X6	0.722	0.5	Valid
X7	0.679	0.5	Valid
Z1	0.628	0.5	Valid
Z2	0.648	0.5	Valid
Z3	0.691	0.5	Valid
Z4	0.656	0.5	Valid
Z5	0.729	0.5	Valid
Z6	0.746	0.5	Valid
Y1	0.621	0.5	Valid
Y2	0.631	0.5	Valid
Y3	0.762	0.5	Valid
Y4	0.687	0.5	Valid
Y5	0.709	0.5	Valid
Y6	0.767	0.5	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} pada alfa 0.05 ($\alpha = 5\%$) yang berarti tiap-tiap indikator variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. alat ukur uji reliabel atau tidak dalam penelitian ini, diuji dengan rumus *Alpha Conbrach* karena menggunakan skala likert yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butiran

σ_t^2 = varians total

Berdasarkan rumus *Alpha Conbrach*, suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki koefisien sebesar 0,6 dan sebaliknya apabila suatu instrumen memiliki koefisien lebih kecil dari 0,6 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) terbaru *for Window*.

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.824	Reliabel
Kinerja Lingkungan	0.771	Reliabel
Reputasi Perusahaan	0.789	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

4.4 Asumsi-Asumsi Klasik

Asumsi-asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi berganda melalui alat bantu SPSS for Windows, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

4.4.1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis yang digunakan :

H_0 : residual tersebar normal

H_1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai **sig.** (*p-value*) > 0,05 maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual Z	Unstandardized Residual Y
N		200	200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	2.17224407	1.86720022
Most Extreme Differences	Absolute	.060	.043
	Positive	.033	.043
	Negative	-.060	-.036
Test Statistic		.060	.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Sumber: Data primer diolah

Dari hasil perhitungan didapat nilai **sig.** sebesar 0.075 dan 0,200 dapat dilihat pada Tabel 4.11 atau lebih besar dari 0.05; maka ketentuan H_0 ditolak yaitu bahwa asumsi normalitas sudah terpenuhi.

4.4.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan Uji Scatter Plot. Pengujian kehomogenan ragam sisaan dilandasi pada hipotesis:

H_0 : ragam sisaan homogen

H_1 : ragam sisaan tidak homogen

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4.12

Tabel 4.12 Uji heteroskedastisitas

Dependen	Independent	Sig.	Keterangan
Absres Z	X	0.721	Tidak ada heteroskedastisitas
Absres Y	X	0.254	Tidak ada heteroskedastisitas
	Z	0.503	Tidak ada heteroskedastisitas

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa nilai probabilitas (sig.) untuk semua hubungan dengan nilai mutlak residual sudah lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.4.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas atau dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 : Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X	1.000	1.000
2	X	0.514	1.946
	Z	0.514	1.946

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 4.13, hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dari hasil pengujian tersebut dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat terpenuhi.

Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model analisis path yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis path yang telah dilakukan.

4.5 Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Path analysis (analisis jalur) pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan. Untuk menguji model analisis jalur ini menggunakan 2 model regresi. Regresi yang pertama digunakan untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Kinerja Lingkungan (Z) dapat dilihat pada Tabel 14, sedangkan regresi kedua digunakan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X) dan Kinerja Lingkungan (Z) terhadap Reputasi Perusahaan (Y) pada Tabel 15.

Tabel 4.14. Analisis jalur model 1

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Z			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.697 ^a	.486	.483	2.17772	1.977
a. Predictors: (Constant), X					
b. Dependent Variable: Z					

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	888.170	1	888.170	187.280	.000 ^b
	Residual	939.010	198	4.742		
	Total	1827.180	199			
a. Dependent Variable: Z						
b. Predictors: (Constant), X						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.921	1.097		8.130	.000		
	X	.546	.040	.697	13.685	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Z								

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.15. Analisis Jalur Model 2

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Z, X ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Y			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.774 ^a	.599	.595	1.87665	1.950
a. Predictors: (Constant), Z, X					
b. Dependent Variable: Y					

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1037.754	2	518.877	147.332	.000 ^b
	Residual	693.801	197	3.522		
	Total	1731.555	199			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), Z, X						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.403	1.092		4.947	.000		
	X	.300	.048	.393	6.252	.000	.514	1.946
	Z	.435	.061	.447	7.102	.000	.514	1.946
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: Data primer diolah

4.5.1 Analisis Pengaruh Langsung X Terhadap Z

Berdasarkan pada analisis persamaan struktur pertama pada tabel 4.14 diatas persamaannya adalah $Z = \beta_1 X + e_1$. Dimana Z adalah Kinerja Lingkungan dan X adalah *Corporate Social Responsibility*. Berikut adalah hasil analisis persamaan sub struktur pertama, Hasil analisis yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari X terhadap Z dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Jalur Terhadap Kinerja Lingkungan

Variabel bebas	Koefisien Jalur (Beta)	t hitung	Sig.	Keterangan
X	0.697	13.685	0.000	Signifikan
Variabel terikat Z				
R square (R ²) : 0,486				

Sumber: data primer diolah

1. Persamaan Struktural

Berdasarkan Tabel diatas didapatkan persamaan struktural model peratma yaitu :

$$Z = 0,697 X$$

Persamaan struktur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut Beta (β_1) sebesar 0,697 , merupakan koefisien regresi (X), yang bermakna Kinerja Lingkungan (Z) akan meningkat sebesar 0,697 setiap peningkatan *Corporate Social Responsibility* (X). Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin meningkat *Corporate Social Responsibility* maka akan meningkatkan Kinerja Lingkungan

a. Pengujian Koefisien Jalur *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Lingkungan

Hasil pengujian secara langsung pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Lingkungan dapat dilihat pada Tabel 4.16. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Lingkungan.

Tabel 4.16 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,697 menunjukkan bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Lingkungan, dengan t_{hitung} sebesar dan probabilitas sebesar 0,000 (Sig.<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan *Corporate Social*

Responsibility berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Lingkungan diterima. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *Corporate Social Responsibility* maka akan memberikan peningkatan terhadap Kinerja Lingkungan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,486 atau 48.6%. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Lingkungan sebesar 48,6%, sedangkan kontribusi variabel-variabel lain di luar model penelitian ini sebesar 51,4%.

4.5.2 Analisis Jalur *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan

Hasil perhitungan analisis jalur antara *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan terdapat dalam tabel berikut :

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Jalur Terhadap Reputasi Perusahaan

Variabel bebas	Koefisien Jalur (Beta)	t hitung	Sig.	Keterangan
X	0.393	6.252	0.000	Signifikan
Z	0.447	7.102	0.000	Signifikan
Variabel terikat Y				
R square (R ²) : 0,599				

Sumber: data primer diolah

1. Persamaan Struktural

Berdasarkan Tabel diatas didapatkan persamaan struktural model kedua yaitu : $Y = 0,393 X + 0,447 Z$

Persamaan struktur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Beta (β_1) sebesar 0,393, merupakan koefisien regresi (X), yang bermakna Reputasi Perusahaan (Z) akan meningkat sebesar 0,393 setiap peningkatan *Corporate Social Responsibility* (X). Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin meningkat *Corporate Social Responsibility*

maka akan meningkatkan Reputasi perusahaan.

- b. Beta (β_2) sebesar 0,447, merupakan koefisien regresi (Z), yang bermakna Reputasi Perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 0,447 setiap peningkatan Kinerja Lingkungan (Z). Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin meningkat Kinerja Lingkungan maka akan meningkatkan Reputasi perusahaan.
2. Pengujian Koefisien Jalur *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan.

Hasil pengujian pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan dapat dilihat pada Tabel 4.17. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H₂ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

Tabel 4.17 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,393 menunjukkan bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan, dengan t_{hitung} sebesar 6,252 dan probabilitas sebesar 0,000 (Sig.<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan diterima. arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa jika semakin beraneka ragam *Corporate Social Responsibility* maka akan semakin memberikan peningkatan terhadap Reputasi Perusahaan.

3. Pengujian Koefisien Jalur Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan

Hasil pengujian pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan dapat dilihat pada Tabel 4.17. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

H₃ : Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

Tabel 4.17 menunjukkan koefisien beta sebesar 0,447 menunjukkan bahwa pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan, dengan t_{hitung} sebesar 7,102 dan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan diterima. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa jika semakin tinggi Kinerja Lingkungan konsumen maka akan semakin memberikan peningkatan terhadap Reputasi Perusahaan

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,599 atau 59,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan sebesar 59,9%, sedangkan kontribusi variabel-variabel lain di luar model penelitian ini sebesar 40,1%.

4. Pengujian Kinerja Lingkungan sebagai Variabel *Intervening* dalam Hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan analisis pada tabel 4.15 sebelumnya yang berhubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Reputasi Perusahaan terdapat dugaan variabel Kinerja Lingkungan sebagai variabel *intervening*. Dapat diterjemahkan

dalam perhitungan besarnya pengaruh Kinerja Lingkungan sebagai variabel *intervening* adalah sebagai berikut:

Persamaan struktural: $Y = PYX + (PZX \times PYZ)$

Indirect Effect (IE) = $PZX \times PYZ$

$$= 0,697 \times (0,447)$$

$$= 0,311$$

Pengujian terhadap pengaruh mediasi antar variabel *intervening* dengan variabel dependen yaitu pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap variabel Reputasi Perusahaan (Y) yang melalui *intervening* Kinerja Lingkungan (Z) dilakukan dengan perhitungan rumus Sobel. Hasil dari kedua pengujian diringkas sebagai berikut:

$$Se_{12} = \sqrt{P_1^2 \cdot S_{e2}^2 + P_2^2 \cdot S_{e1}^2}$$

$$P_1 \text{ (koefisien path } X \rightarrow Z) = 0,697$$

$$Se_1 \text{ (Standar error path } X \rightarrow Z) = 0,048$$

$$P_2 \text{ (koefisien path } Z \rightarrow Y) = 0,447$$

$$Se_2 \text{ (Standar error path } Z \rightarrow Y) = 0,061$$

$$Se_{12} = \sqrt{P_1^2 \cdot S_{e2}^2 + P_2^2 \cdot S_{e1}^2}$$

$$= \sqrt{(0,697)^2 \cdot (0,048)^2 + (0,447)^2 \cdot (0,061)^2}$$

$$= 0,0463$$

Dengan demikian nilai uji t diperoleh sebagai berikut:

$$t = \frac{0,311}{0,0463} = 6,732$$

Tabel 4.18 Perhitungan pengaruh variabel mediasi

Hubungan Variabel	Koefisien Langsung		standar error		Koefisien Tidak Langsung	s.e Sobel	t Hitung	Sig.
	X→ Z	Z→Y	X→ Z	Z→Y				
X→ Z→Y	0.697	0.447	0.040	0.061	0.311	0.0463	6.732	0.000

Sumber: Data olahan penulis

Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh variabel mediasi menggunakan metode sobel test, didapat nilai t hitung sebesar 6,732 tersebut lebih besar dari 1,972 yang berarti bahwa variabel mediasi tersebut membeirkan pengaruh yang signifikan. Maka dengan demikian Hipotesis model pengaruh tidak langsung dari variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kinerja Lingkungan dapat memediasi dengan signifikan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan.

Hasil rekapitulasi hasil analisis Path dapat dilihat pada Tabel 4.19

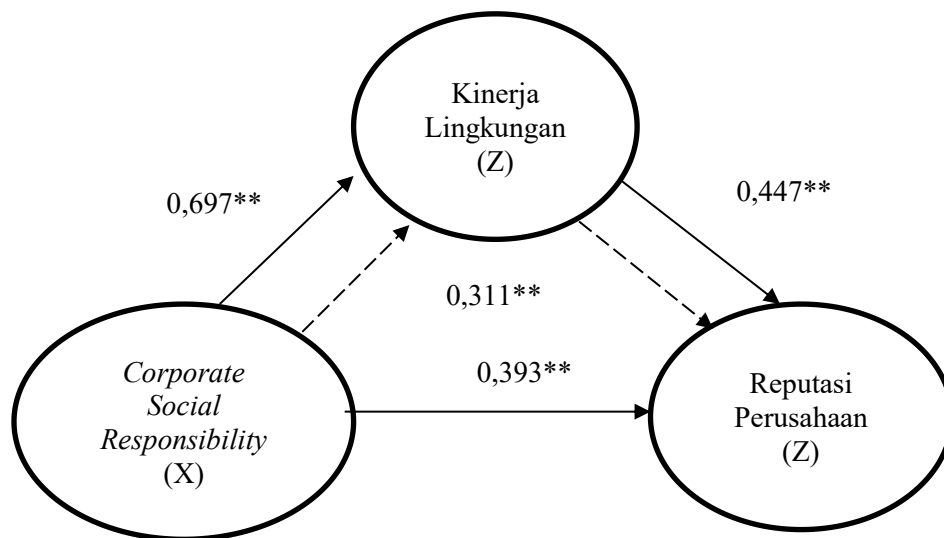
Tabel 4.19 Rekapitulasi hasil Path

Hubungan Variabel	pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak langsung	Total Pengaruh
X → Z	0.697	-	0.697
X → Y	0.393	-	0.705 = 0,393+ 0,311
Z → Y	0.447	-	0.447
X → Z → Y	-	0.311	

Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa Kinerja Lingkungan terbukti sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Reputasi Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan *Indirect Effect* yang bernilai 0,311. Hal ini menunjukkan bahwa semakin membaiknya Kinerja Lingkungan akan menjadi mediasi yang baik bagi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Reputasi Perusahaan.

4.5.3 Hubungan Antar Jalur

Dari keseluruhan perhitungan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan koefisien jalur antar variabel. Gambar 4.5 menampilkan diagram hasil analisis jalur secara keseluruhan. Koefisien variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Lingkungan sebesar 0,704 Koefisien variabel Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan sebesar 0,571. Koefisien variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan sebesar 0,258.



Gambar 4.1. Diagram Model Jalur Variabel *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Lingkungan, dan Reputasi Perusahaan

Keterangan:

X sebagai variabel *exogenous* (bebas) *Corporate Social Responsibility*

Z sebagai variabel *mediasi* (antara) Kinerja Lingkungan

Y sebagai variabel *endogenous* (terikat) Reputasi Perusahaan

Diagram hasil analisis jalur pada Gambar 4 mempunyai persamaan sebagai berikut:

Sub Struktur I : $Z = 0,697 X$

Sub Struktur II : $Y = 0,393 X + 0,447 Z$

Ketepatan Model

Ketepatan model hipotesis dari data penelitian ini diukur dari hubungan koefisien determinasi (R^2) pada kedua persamaan. Hasil model sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 R^2_{\text{model}} &= 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \\
 &= 1 - (1 - 0,486) (1 - 0,599) \\
 &= 1 - (0,514) (0,401) \\
 &= 1 - 0,2061 \\
 &= 0,7939 \text{ atau } 79,39\%
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan ketetapan model sebesar 79,39% menerangkan bahwa kontribusi model untuk menjelaskan hubungan struktural dari ketiga variabel yang diteliti adalah sebesar 79,39%. Sedangkan sisanya sebesar 20,61% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Kinerja Lingkungan (Z)

Pada hasil analisis menggunakan metode analisis Path, diperoleh nilai t hitung sebesar 13,685 dengan sig. t sebesar 0,000 dengan t tabel sebesar 1,972 sehingga variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap Kinerja Lingkungan. Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari α yang dipakai yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Lingkungan. Dapat dilihat dalam tabel 4.6 diatas, Program pemberdayaan yang dilakukan di area Kecamatan Pacet oleh PT Bimasakti Multi Sinergi secara

konsisten dan melibatkan masyarakat dengan fokus pada permasalahan lingkungan khususnya seperti pengolahan sampah dan program peduli lingkungan untuk mengurangi dampak buruk limbah dapat dirasakan secara signifikan ini sesuai dengan penelitian Septyaweni dan Cahyaningsih (2021), yang membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Lingkungan. Beberapa peneliti lainnya, seperti Bacinello et al. (2020) dan Orazalin (2020), menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan. Namun, hasil ini tidak konsisten dengan penelitian oleh Kraus et al. (2020) dan Rehman et al. (2022), yang menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja lingkungan. Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian lain yang menunjukkan hubungan positif antara CSR dan kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan yang baik dapat diukur dari berbagai aspek, seperti pengurangan limbah, penggunaan energi yang efisien, dan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan.

4.6.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Reputasi Perusahaan (Y)

Pada hasil analisis menggunakan metode analisis Path, diperoleh nilai t hitung sebesar 6,252 dengan sig. t sebesar 0,000 dengan t tabel sebesar 1,972 sehingga variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap Reputasi Perusahaan. Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari α yang dipakai yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

Reputasi Perusahaan. Komitmen yang dilakukan oleh PT Bimasakti Multi Sinergi dengan melakukan program CSR baik itu bantuan tunai dan sembako, program peduli lingkungan dan Kewirausahaan memberikan contoh praktik CSR yang konsisten dapat meningkatkan reputasi perusahaan secara signifikan. Didukung dengan penelitian lain menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR cenderung dipersepsikan lebih positif oleh pemangku kepentingan (Park et al.,2020). Menegaskan penelitian sebelumnya bahwa CSR yang berfokus pada isu-isu lingkungan dan sosial yang relevan dengan industri perusahaan memiliki dampak yang lebih kuat terhadap reputasi (Li et al.,2022). Temuan ini menunjukkan pentingnya menyelaraskan kegiatan CSR dengan pemangku kepentingan akan memberikan dampak positif CSR terhadap reputasi perusahaan.

4.6.3 Pengaruh Kinerja Lingkungan (Z) terhadap Reputasi Perusahaan (Y)

Pada hasil analisis menggunakan metode analisis Path, diperoleh nilai t hitung sebesar 7,102 dengan sig. t sebesar 0,000 dengan t tabel sebesar 1,972 sehingga variabel Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh terhadap Reputasi Perusahaan. Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha yang dipakai yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan Kinerja Lingkungan yang dilakukan oleh PT Bimasakti Multi Sinergi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Reputasi Perusahaan, ini dapat dilihat pada tabel 4.8 sebelumnya bahwa responden sebanyak 113 orang atau 56,5% diwilayah Pacet membentuk persepsi bahwa Bimasakti dikenal sebagai perusahaan yang peduli lingkungan. Ini sesuai dengan hasil penelitian Sari (2020) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Pertamina menjalankan program revitalisasi kawasan mangrove di Provinsi Riau sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Upaya ini meningkatkan citra Pertamina sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap pelestarian lingkungan, memperkuat reputasinya di mata masyarakat dan pemangku kepentingan. Penelitian lain yang mendukung penelitian ini yaitu Fijałkowska, Zyznarska-Dworczak, & Garsztka (2018), Ong et al., (2019), Meiyana & Aisyah (2019), Maryanti & Fithri (2017), menunjukkan kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

4.6.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Reputasi Perusahaan (Y) melalui Kinerja Lingkungan (Z).

Pada hasil analisis menggunakan metode analisis Path, diperoleh nilai t hitung sebesar 6,732 dengan sig. t sebesar 0,000 dengan t tabel sebesar 1,985 sehingga variabel Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan dalam memediasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan. Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari α yang dipakai yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kinerja Lingkungan mampu memediasi secara signifikan pada hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan. Serta dari hasil perhitungan tabel 4.17 sebelumnya yang bernilai 0,311. Hal ini menunjukkan bahwa semakin membaiknya Kinerja Lingkungan akan menjadi mediasi yang baik bagi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Reputasi Perusahaan. Dalam penelitian Nugroho Dewanto et.,al (2023) Reputasi perusahaan akan meningkat

apabila perusahaan dapat menghasilkan kinerja lingkungan yang konsisten berfokus pada pelestarian lingkungan serta mencegah kerusakan lingkungan sebagai dampak kegiatan pertambangan. Sesuai dengan penelitian ini yang menyoroti bagaimana CSR terutama yang berfokus pada lingkungan dapat meningkatkan kinerja lingkungan suatu perusahaan sehingga berdampak dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan pemangku kepentingan, yang pada akhirnya berdampak positif pada reputasi perusahaan. Oleh karena itu PT Bimasakti Multi Sinergi dapat memfokuskan lingkungan sebagai salah satu program Unggulan CSR.

4.7 Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini berkontribusi penting terhadap pelaksanaan CSR PT Bimasakti Multi Sinergi serta bahan evaluasi agar dapat menjalankan kegiatan CSR yang lebih berdampak pada lingkungan dan menambah manfaat secara ekonomi. Secara lebih luas, hasil ini menegaskan bahwa masyarakat menginginkan program yang berfokus pada lingkungan dan manfaat secara ekonomi yang memberikan dampak baik pada perusahaan dalam bentuk peningkatan reputasi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X) memiliki pengaruh langsung terhadap Kinerja Lingkungan (Z). Hal ini terbukti dari nilai signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X) juga memiliki pengaruh langsung terhadap Reputasi Perusahaan (Y). Nilai signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kinerja Lingkungan (Z) berpengaruh positif terhadap Reputasi Perusahaan (Y). Nilai signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan (Y) melalui variabel Kinerja Lingkungan (Z). Hal ini terbukti dari nilai signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan ada pengaruh yang signifikan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan secara teknis yaitu terbatasnya data demografi responden dan waktu penelitian yang singkat. Hal ini membuat peneliti tidak bisa membuat generalisasi yang luas. Penelitian ini hanya fokus pada Kecamatan Pacet atau wilayah sekitar kawasan terpadu dana sosial PT Bimasakti Multi Sinergi.
2. Keterbatasan secara metodologi adalah data kuantitatif yang telah dianalisis seharusnya dapat diperkuat dengan data kualitatif saat pengumpulan data kuantitatif dilakukan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran dapat diajukan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak lainnya, berikut saran yang diberikan:

5.3.1 Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Menambahkan variabel lain yang lebih relevan

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel seperti Kinerja Keuangan agar dampak ekonomi bagi perusahaan dapat dianalisis.

Selain itu, variabel seperti kesejahteraan masyarakat juga dapat ditambahkan untuk mengevaluasi dampak langsung yang dirasakan oleh penerima manfaat.

- b. Menggunakan metode *Mix Method*

Untuk memperkuat analisis data kuantitatif, peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan data kualitatif untuk dipadukan, sehingga

penelitian dapat dikaji secara lebih komprehensif.

5.3.2 Untuk Pemangku Kepentingan

a. Perusahaan pelaksana CSR

Perusahaan perlu merancang kebijakan CSR yang fokus pada isu lingkungan maupun isu lainnya secara kolaboratif. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih melibatkan warga dan pemerintah daerah, sehingga program CSR dapat berkelanjutan dan dilaksanakan secara konsisten oleh masyarakat sekitar.

b. Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah perlu berkolaborasi dengan perusahaan yang memiliki program CSR di wilayahnya. Dengan demikian, dana sosial perusahaan dapat digunakan secara efektif untuk memberikan dampak langsung bagi masyarakat dalam aspek lingkungan maupun ekonomi.

c. Masyarakat Umum

Masyarakat diharapkan dapat berpartisipasi aktif dengan memberikan masukan dan menjelaskan kendala yang ada. Dengan demikian, program CSR yang dilaksanakan dapat memberikan dampak positif bagi pelestarian lingkungan dan juga bermanfaat secara ekonomi.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN ANALISIS PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN MELALUI KINERJA LINGKUNGAN

Responden yang terhormat,

Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data terkait penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan melalui Kinerja lingkungan. Mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan objektif.

Identitas Responden

1. Nama Lengkap : _____
2. Jenis Kelamin: ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia: ☐ 20-35 tahun ☐ 35-45 tahun ☐ 45-60 tahun ☐ > 60 tahun
4. Golongan Masyarakat : ☐ Warga Desa ☐ Perangkat Desa ☐ Komunitas ☐ Tokoh Masyarakat
5. Penerima Manfaat : ☐ Bantuan Tunai dan Sembako ☐ Program Pemberdayaan melalui Kewirausahaan ☐ Program Peduli Lingkungan
6. Alamat: _____

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda: 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) 2 = Tidak Setuju (TS) 3 = Netral (N) 4 = Setuju (S) 5 = Sangat Setuju (SS)

A. Corporate Social Responsibility (X)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	X1	Bimasakti memiliki program kewirausahaan yang ada di area Pacet.					
2	X1	Bimasakti memiliki program pemberdayaan untuk lingkungan dan pertanian.					
3	X2	Bimasakti melaksanakan program Santunan Yatim Piatu dan Dhuafa secara konsisten.					
4	X3	Bimasakti melibatkan masyarakat dalam program sosial.					
5	X4	Program sosial perusahaan melibatkan dan memberikan manfaat ekonomi nyata bagi masyarakat					
6	X5	Bimasakti mengalokasikan dana untuk program sosial perusahaan untuk masyarakat pacet.					
7	X6	Bimasakti melaporkan kegiatan sosial perusahaan secara transparan melalui media sosial dan website resmi yang dapat diakses oleh masyarakat.					

B. Kinerja Lingkungan (Z)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Z1	Bimasakti memiliki program penanaman pohon di wilayah Pacet.					
2	Z1	Bimasakti mendorong masyarakat ikut terlibat dalam program pembuatan kompos organik untuk 3R (Reduce, Reuse, Recycle).					
3	Z2	Bimasakti bersama masyarakat dalam pengelolaan limbah sampah di Desa.					
4	Z2	Bimasakti mendukung program peduli lingkungan dari Masyarakat.					
5	Z3	Bimasakti mengajak masyarakat dalam mengolah kotoran hewan menjadi Pupuk Organik.					
6	Z4	Bimasakti mendorong penggunaan Pupuk Organik dan Pestisida Nabati di Masyarakat.					

C. Reputasi Perusahaan (Y)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Y1	Bimasakti dikenal sebagai perusahaan yang peduli lingkungan					
2	Y1	Bimasakti mampu bekerjasama dengan seluruh lapisan masyarakat					
3	Y2	Bimasakti memiliki citra positif di masyarakat					
4	Y2	Bimasakti menjadi rujukan dalam praktik program sosial perusahaan					
5	Y3	Bimasakti memiliki prestasi terkait kegiatan sosial perusahaan					
6	Y4	Bimasakti memiliki pengalaman yang baik dalam kepedulian lingkungan					

Terima kasih atas partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini.

Lampiran 2. Tabulasi Data

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
4	4	4	4	5	5	3	29	5	3	3	3	4	4	22	5	3	5	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	5	4	4	25	4	4	5	4	4	4	25
5	5	4	5	5	5	5	34	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	4	5	28
3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	5	20	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	5	4	4	29	5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	4	4	26
5	4	3	4	4	4	4	28	4	4	5	3	5	5	26	4	3	5	5	4	5	26
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
2	3	3	2	4	3	1	18	3	4	3	3	3	3	19	3	3	4	4	4	3	21
4	5	4	4	3	5	4	29	5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	4	5	4	28
5	2	5	5	3	4	4	28	4	4	4	5	3	5	25	5	4	5	4	3	5	26
5	4	4	5	4	4	4	30	4	4	4	5	4	5	26	5	5	5	5	4	4	28
4	3	2	5	4	2	3	23	3	2	4	3	5	4	21	3	4	3	3	2	3	18
5	5	5	5	5	4	5	34	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	5	5	27
4	3	5	5	4	2	5	28	4	5	4	3	3	5	24	4	3	3	5	5	4	24
4	3	4	4	3	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	4	22
4	4	4	4	3	3	3	25	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	4	3	25	4	5	4	5	4	5	27	3	4	4	4	3	5	23
4	5	4	4	4	5	4	30	4	3	3	4	3	2	19	4	4	4	5	4	4	25
3	4	5	5	3	4	4	28	5	4	3	4	5	4	25	5	3	4	4	4	4	24
4	5	4	3	4	3	5	28	4	3	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	3	21
3	4	4	4	3	5	3	26	5	4	5	5	4	4	27	4	4	3	5	5	5	26
4	5	4	5	4	3	3	28	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	3	3	22
5	4	5	4	3	5	5	31	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	4	5	4	27
4	5	4	5	4	4	4	30	5	5	5	4	4	4	27	4	5	5	4	4	5	27
4	5	5	5	4	4	4	31	4	5	4	5	4	4	26	5	5	4	3	5	4	26
4	5	4	3	4	4	4	28	4	4	4	3	3	5	23	4	5	5	3	5	4	26
4	3	4	4	4	4	5	28	4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	5	4	4	26
5	4	4	4	3	5	3	28	5	4	3	4	3	4	23	4	4	5	3	4	4	24
4	4	4	4	5	4	4	29	4	5	3	4	4	4	24	4	4	4	3	2	4	21
4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	3	4	22
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	2	2	3	3	4	2	20	3	2	3	4	2	4	18	4	2	2	2	3	3	16
3	3	3	3	4	3	2	21	3	4	4	4	3	3	21	3	3	4	4	3	3	20
3	3	4	4	3	3	3	23	3	3	4	4	4	3	21	4	4	4	4	3	3	22
4	3	3	3	2	4	4	23	4	4	4	3	3	3	21	4	3	3	3	4	4	21

4	4	3	3	4	3	3	24	4	4	3	5	3	3	22	4	4	3	4	3	3	21
4	3	3	4	3	3	4	24	4	3	4	3	5	4	23	5	3	3	4	4	4	23
3	4	4	3	3	4	3	24	4	4	4	4	4	5	25	3	4	4	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	4	3	3	5	25	3	4	4	4	4	3	22	4	4	4	4	4	3	23
4	3	3	4	2	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23	5	4	4	3	3	4	23
4	4	3	3	3	3	2	22	4	4	3	3	4	2	20	4	3	3	4	4	3	21
4	5	4	3	5	5	4	30	5	4	3	3	4	4	23	4	4	3	3	4	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	4	4	4	23	5	4	4	4	4	4	25
4	4	3	5	5	5	5	31	4	5	5	5	4	4	27	4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	5	3	4	4	28	4	4	3	4	3	4	22	4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	3	3	4	2	24	4	3	3	4	4	4	22	4	3	5	5	4	4	25
3	4	4	4	3	4	5	27	5	3	5	4	4	4	25	5	3	5	4	4	5	26
4	5	4	4	5	4	4	30	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	5	4	5	26
4	5	4	3	4	3	3	26	5	3	4	4	4	4	24	3	4	4	3	3	3	20
4	5	3	3	4	4	5	28	4	4	4	3	3	3	21	4	5	4	4	4	5	26
4	4	3	3	4	3	4	25	4	4	4	3	3	3	21	4	3	3	4	4	3	21
4	5	5	3	4	3	4	28	5	4	4	3	3	3	22	3	4	4	3	3	4	21
4	4	4	3	5	4	4	28	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	3	4	4	3	27	4	4	4	4	4	5	25	4	5	4	4	4	4	25
4	3	4	4	4	4	3	26	4	4	3	5	4	4	24	5	5	4	3	4	4	25
4	3	3	5	3	4	4	26	4	3	3	3	4	4	21	4	5	3	4	4	3	23
4	4	4	3	3	3	3	24	4	4	4	5	3	3	23	3	3	4	4	3	3	20
5	4	4	4	4	5	3	29	5	5	5	4	4	5	28	4	4	3	3	5	4	23
5	3	5	4	4	4	4	29	4	3	4	4	4	4	23	5	5	4	3	4	4	25
5	4	4	3	5	5	4	30	4	4	5	3	4	4	24	5	4	4	5	4	4	26
5	4	4	4	4	5	5	31	4	5	4	3	4	3	23	5	3	4	4	5	4	25
5	3	5	4	5	4	4	30	5	3	5	4	4	4	25	5	5	3	4	4	3	24
5	5	4	4	5	5	5	33	4	3	3	5	4	4	23	5	5	4	5	4	5	28
4	4	3	4	4	4	3	26	4	4	5	4	3	4	24	4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	5	5	5	4	31	4	4	3	5	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	3	3	4	4	22	4	4	3	4	4	3	22
4	4	4	4	3	4	4	27	4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	5	5	4	4	30	3	4	2	4	4	3	20	4	3	3	4	4	4	22
4	3	3	3	2	3	2	20	4	5	4	3	4	3	23	5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	3	4	3	27	4	4	4	5	4	3	24	4	4	4	4	3	3	22
5	4	3	4	4	3	4	27	4	4	4	3	5	4	24	4	4	4	4	5	3	24
4	4	5	3	4	4	4	28	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	5	29	3	3	5	3	5	5	24	4	4	3	5	4	3	23
4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	4	4	4	25	4	3	4	4	3	4	22
4	4	4	4	4	5	4	29	4	4	3	5	4	3	23	4	4	5	4	4	4	25
4	5	3	3	4	4	4	27	4	3	4	4	4	5	24	4	4	5	5	4	4	26

3	4	4	4	3	4	4	26	4	4	3	4	3	4	22	3	4	3	3	4	3	20
4	3	4	5	4	3	5	28	4	4	3	4	5	5	25	4	5	3	3	4	4	23
4	4	5	5	5	5	4	32	5	4	5	4	4	4	26	4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	5	4	5	26
4	3	4	5	3	3	3	25	5	3	4	4	4	5	25	4	4	5	3	4	4	24
5	5	4	4	4	4	5	31	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	4	4	5	27
5	5	3	5	4	4	4	30	5	4	4	4	4	4	25	5	3	4	4	5	4	25
4	3	4	4	4	4	4	27	5	3	5	4	4	4	25	4	4	4	4	5	3	24
4	4	3	3	4	4	5	27	4	4	4	5	3	3	23	4	4	5	5	4	5	27
3	4	3	3	4	2	5	24	4	3	2	4	3	4	20	4	3	3	5	4	4	23
4	4	3	3	3	5	5	27	4	5	3	3	4	5	24	5	5	5	4	4	5	28
3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	3	4	2	3	19	3	3	3	4	3	3	19
5	5	5	5	4	5	4	33	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	3	4	4	28	4	4	4	4	5	5	26	3	4	3	5	4	4	23
3	3	4	4	4	4	3	25	4	3	4	4	4	4	23	4	3	4	4	4	4	23
3	4	3	4	4	3	4	25	3	4	4	4	4	4	23	4	5	3	4	4	3	23
3	3	4	5	4	3	3	25	5	5	3	4	4	4	25	5	4	4	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	5	4	4	26	5	4	5	4	5	4	27
3	4	4	4	4	4	3	26	4	3	3	3	4	3	20	5	3	4	4	4	5	25
4	2	3	4	4	5	4	26	4	3	4	3	5	4	23	5	3	4	4	3	4	23
4	5	5	5	4	5	4	32	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	5	5	26
3	3	4	4	4	4	2	24	3	3	4	4	3	4	21	4	3	4	4	3	4	22
3	4	4	3	4	3	4	25	4	3	2	3	4	3	19	4	4	3	3	4	3	21
4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	3	5	4	3	3	4	22
5	5	5	5	5	5	5	35	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	3	4	4	24	4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	4	5	5	4	30	4	4	4	4	5	4	25	5	4	5	4	3	4	25
3	4	3	3	3	4	4	24	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29
3	4	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	3	5	4	30	4	3	4	5	3	4	23	3	4	3	4	4	5	23
3	4	4	4	4	4	4	27	4	4	4	5	3	4	24	4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	3	4	5	28	3	4	4	3	5	4	23	5	4	4	5	4	3	25
3	4	4	4	3	4	4	26	4	2	5	4	4	3	22	5	4	3	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	4	27	4	3	4	4	5	4	24	4	3	5	4	4	4	24
3	4	4	3	2	3	4	23	3	4	4	4	3	4	22	4	3	3	4	5	4	23
3	5	5	3	4	4	4	28	5	5	4	5	5	4	28	4	3	4	4	5	4	24
4	5	4	5	4	4	5	31	4	5	4	4	4	4	25	4	3	3	4	4	3	21
5	4	5	4	5	5	5	33	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	4	5	5	28
3	3	3	3	3	4	3	22	3	3	4	3	3	4	20	4	4	4	4	5	5	26
4	5	5	5	5	4	4	32	5	5	5	4	4	4	27	4	4	3	3	5	4	23
4	2	4	4	4	4	3	25	2	4	5	4	4	4	23	5	4	4	5	3	4	25
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29
5	5	4	4	5	4	4	31	5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	29
3	3	4	4	3	3	3	23	4	4	2	4	3	3	20	4	3	3	3	3	3	19
4	4	5	4	4	5	4	30	5	5	4	4	5	5	28	5	4	5	4	4	4	26
4	5	5	4	4	5	4	31	5	4	5	4	4	5	27	5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	4	3	4	3	29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
1	3	3	3	3	2	2	17	2	2	2	3	2	2	13	2	3	2	2	3	2	14
5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	4	5	5	29
4	3	5	4	4	4	4	28	3	2	4	3	2	3	17	4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	23
4	5	4	4	4	4	4	29	3	4	4	4	3	4	22	4	3	4	4	3	4	22
5	3	3	4	5	4	5	29	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	3	3	4	23	5	3	4	4	5	3	24	4	3	3	4	4	3	21
5	4	4	3	3	4	4	27	5	5	4	4	4	4	26	3	3	3	4	4	4	21
2	2	2	3	4	3	2	18	3	3	4	4	3	3	20	3	3	3	2	2	3	16
3	5	5	3	4	2	4	26	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	3	4	4	3	26	4	4	5	4	3	4	24	4	4	5	4	4	5	26
4	3	5	4	5	4	4	29	4	4	3	5	5	4	25	5	4	4	5	3	4	25
4	4	5	4	3	5	5	30	5	5	4	5	4	5	28	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	3	4	4	29	5	4	5	4	4	4	26	5	4	5	4	3	4	25
4	3	4	5	4	5	4	29	3	4	3	3	4	5	22	4	4	3	3	4	4	22
3	3	3	3	3	4	4	23	3	5	4	4	4	4	24	3	4	4	3	3	4	21
3	3	2	3	4	3	4	22	3	5	4	5	5	3	25	3	4	4	3	4	4	22
4	4	4	4	4	5	4	29	4	4	5	5	4	5	27	5	4	4	4	4	4	25
5	4	3	4	4	4	5	29	3	4	3	4	4	4	22	4	3	4	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	29
4	2	4	3	2	2	4	21	3	3	3	2	2	2	15	3	3	3	2	3	3	17
4	3	3	3	3	3	2	21	3	3	3	3	3	3	18	3	4	3	3	4	4	21
3	3	4	4	3	3	2	22	4	3	4	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	3	4	3	4	24	5	3	4	4	4	3	23	4	4	4	4	3	3	22
3	3	3	2	2	2	2	17	4	2	2	3	3	4	18	5	2	2	3	3	3	18
5	4	4	4	3	3	3	26	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	5	4	29	4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29
2	2	3	3	2	3	2	17	3	4	4	4	3	4	22	4	4	3	3	3	3	20
3	2	3	4	3	3	4	22	4	3	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	3	21
4	4	4	4	3	4	2	25	3	4	3	4	3	4	21	4	3	4	5	4	3	23
3	3	3	3	3	3	4	22	5	4	4	3	5	3	24	5	5	5	4	4	5	28
3	2	3	4	4	4	3	23	5	3	3	3	4	4	22	3	4	4	3	3	3	20
5	4	5	4	4	4	3	29	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	4	4	25

3	4	4	3	4	4	3	25	5	4	3	4	4	4	24	3	5	4	4	4	4	24
3	5	5	4	5	4	4	30	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	5	4	4	3	28	4	5	5	4	4	4	26	3	3	4	3	4	3	20
3	3	5	4	3	5	2	25	5	3	4	3	4	5	24	4	4	4	5	4	5	26
5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	3	4	23	5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	2	4	4	3	23	4	3	3	4	4	4	22	4	4	5	4	4	3	24
3	2	3	3	4	3	3	21	2	4	4	3	3	3	19	3	3	4	4	3	3	20
3	4	5	4	3	3	4	26	3	4	4	5	3	3	22	4	4	4	3	4	4	23
3	2	3	3	4	3	3	21	2	4	3	3	3	3	18	2	3	3	3	3	3	17
4	3	3	4	3	3	4	24	4	4	2	3	3	3	19	4	4	3	4	4	3	22
4	3	4	4	4	5	4	28	4	5	3	4	4	5	25	5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	5	4	4	4	31	4	5	4	3	4	3	23	5	4	5	4	4	4	26
3	3	4	3	4	3	3	23	4	4	2	3	3	3	19	4	4	3	3	4	3	21
3	4	4	4	4	5	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	3	22
3	4	4	4	3	4	4	26	3	3	4	4	4	4	22	5	3	4	3	4	3	22
4	3	3	4	4	3	3	24	3	4	3	3	3	4	20	4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	5	4	4	4	29	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	3	4	4	27	5	5	3	4	4	4	25	4	3	4	5	4	3	23
4	4	4	5	4	3	3	27	3	4	4	4	3	3	21	4	4	4	3	4	4	23
4	2	5	3	3	4	4	25	4	4	4	3	4	4	23	5	4	4	3	3	3	22
4	4	4	4	5	4	4	29	3	4	4	4	5	4	24	4	5	4	4	4	3	24
4	5	4	4	3	3	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25
3	4	4	4	3	4	4	26	3	4	4	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	3	29	3	5	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	5	25
3	4	3	4	4	4	4	26	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	5	4	5	26
4	4	4	4	3	3	4	26	4	3	4	4	4	3	22	4	4	3	3	3	4	21
2	4	3	3	4	4	3	23	5	3	4	4	3	4	23	4	4	5	4	4	3	24
3	4	3	3	4	4	4	25	4	3	3	4	4	4	22	5	5	4	3	4	3	24
3	3	3	3	2	3	2	19	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	4	4	3	26
5	4	4	4	4	3	2	26	3	3	3	4	4	3	20	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	3	3	3	4	25	3	4	3	4	4	3	21	3	4	5	4	4	4	24
5	5	5	4	5	4	3	31	5	3	4	3	3	4	22	4	4	5	5	5	4	27
5	5	5	5	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

DAFTAR PUSTAKA

- Ningwati, G., Septiyanti, R., & Desriani, N. (2022). Pengaruh Environment, Social and Governance Disclosure terhadap Kinerja Perusahaan. *Goodwood Akuntansi Dan Auditing Review*, 1(1), 67-78.
- Adams, C., Frost, G., & Webber, W. (2013). Triple bottom line: A review of the literature. *The triple bottom line*, 17-25.
- Kholifah, S. N. (2023). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Enviromental Accounting, Dan Enviromental Management System Terhadap Enviromental Capabilities (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Mengikuti PROPER Tahun 2022)* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Cahyaningtyas, S. R., Isnaini, Z., & Ramadhani, R. S. (2022). Green Corporate Social Responsibility: Green Innovation Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 6(2), 87-108.
- HENDRA, P. (2023). Dampak Komitmen Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan dengan Inovasi Hijau sebagai Variabel Pemediasi (Doctoral dissertation, Universitas Lampung).
- Sarra, H. D., & Alamsyah, S. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2.
- Andrefe, A. C., & Kurniawati, E. P. (2024). Pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan dengan reputasi perusahaan sebagai pemoderasi. *Among Makarti*, 17(1), 1-16.
- Candy, C., Jesslyn, J., & Haryanto, H. (2024). HUBUNGAN ANTARA CORPORATE GOVERNANCE DAN GREEN INNOVATION: STUDI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 13(2), 292-305.
- Rahmawati, A., & Suryaningrum, D. H. (2024). Pengaruh CSR terhadap Kinerja Lingkungan dengan Strategi Lingkungan sebagai Variabel Mediasi. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 12(1), 93-102.
- Agustin, D. M., & Rosdiana, Y. (2022). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(2), 83-90.

- Amalia, S., & Indarti, M. K. (2024). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Sustainability Report Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5010-5020.
- Siregar, F. H., Syahyunan, S., & Miraza, Z. (2022). Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 1(2), 187-205.
- Rachmawati, E. I. (2024). Analisis dampak corporate social responsibility (CSR) terhadap reputasi perusahaan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 10429-10445.
- Scherer, L., Boom, H. A., Barbarossa, V., & van Bodegom, P. M. (2023). Climate change threats to the global functional diversity of freshwater fish. *Global Change Biology*, 29(13), 3781-3793.
- Cahyaningtyas, S. R., Isnaini, Z., & Ramadhani, R. S. (2022). Green Corporate Social Responsibility: Green Innovation Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 6(2), 87-108.
- Nai'imah, I. L. (2024). Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2022 (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma).
- Rohmah, D. F. N. (2022). Pengaruh kinerja keuangan, kinerja lingkungan, sistem manajemen lingkungan, kepemilikan manajerial dan reputasi kap terhadap carbon emission disclosure. *SKRIPSI-2022*.
- 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.
- Dewanto, N., Sanosra, A., Susbiyani, A., & Qomariah, N. (2024). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Reputasi Perusahaan dengan Kepuasan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Kaltim Prima Coal). *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 14(1).