



## **CSR DAN AKUNTANSI: SINERGI UNTUK MEMBANGUN REPUTASI PERUSAHAAN YANG BERETIKA**

### **CSR AND ACCOUNTING: SYNERGIES TO BUILD AN ETHICAL CORPORATE REPUTATION**

**Ika Ariyani<sup>1</sup>, Ersi Sisdianto<sup>2</sup>**

Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

Email: [ikaariyani045@gmail.com](mailto:ikaariyani045@gmail.com)<sup>1</sup>, [ersisisdianto@radenintan.ac.id](mailto:ersisisdianto@radenintan.ac.id)<sup>2</sup>

#### Article Info

#### Article history :

Received : 14-11-2024

Revised : 16-11-2024

Accepted : 18-11-2024

Published : 21-11-2024

#### Abstract

*This study aims to explore the relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) and accounting in the context of building an ethical corporate reputation. Using a qualitative approach through literature studies, this study analyzes a variety of relevant literature and previous studies to understand how CSR can be integrated into accounting practices. The results showed that good CSR practices contribute positively to the company's reputation, increasing consumer and investor confidence. In addition, the disclosure of CSR-related information in accounting reports is important to create transparency and accountability. The study found that companies that actively report on their CSR initiatives not only reinforce a positive image in the eyes of the public but can also reduce the risk of a negative reputation due to a crisis or scandal. Although there is a positive relationship between CSR and reputation, the direct impact on a company's financial performance still requires further research to understand the variables that mediate the relationship. This study concludes that the integration between CSR and accounting is very important to build a positive image of the company in the eyes of the public. Therefore, companies are advised to develop comprehensive CSR policies and conduct transparent disclosures on the social and environmental impacts of their activities. Thus, the study provides valuable insights for future business practices and supports sustainability goals.*

**Keywords :** *Corporate Social Responsibility, Accounting, Corporate Reputation, Transparency, Sustainability*

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan akuntansi dalam konteks membangun reputasi perusahaan yang beretika. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka, penelitian ini menganalisis berbagai literatur dan studi sebelumnya yang relevan untuk memahami bagaimana CSR dapat diintegrasikan ke dalam praktik akuntansi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik CSR yang baik berkontribusi positif terhadap reputasi perusahaan, meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor. Selain itu, pengungkapan informasi terkait CSR dalam laporan akuntansi menjadi penting untuk menciptakan transparansi dan akuntabilitas. Penelitian ini



menemukan bahwa perusahaan yang secara aktif melaporkan inisiatif CSR mereka tidak hanya memperkuat citra positif di mata publik tetapi juga dapat mengurangi risiko reputasi negatif akibat krisis atau skandal. Meskipun terdapat hubungan positif antara CSR dan reputasi, dampak langsung terhadap kinerja keuangan perusahaan masih memerlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami variabel-variabel yang memediasi hubungan tersebut. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi antara CSR dan akuntansi sangat penting untuk membangun citra positif perusahaan di mata publik. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mengembangkan kebijakan CSR yang komprehensif dan melakukan pengungkapan yang transparan mengenai dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas mereka. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi praktik bisnis di masa depan dan mendukung tujuan keberlanjutan.

**Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Akuntansi, Reputasi Perusahaan, Transparansi, Keberlanjutan.**

## PENDAHULUAN

Akuntansi dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah dua komponen yang saling terkait dalam membangun reputasi perusahaan yang beretika. CSR mengacu pada tanggung jawab sosial perusahaan untuk membantu masyarakat dan lingkungan, sementara akuntansi berfungsi sebagai alat untuk melaporkan dan mengukur kinerja perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab tersebut (Afifah, Nu, 2017). Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya harus menghasilkan uang, tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan.

Hal ini menciptakan kebutuhan untuk memahami bagaimana praktik CSR dapat diintegrasikan ke dalam laporan akuntansi, sehingga transparansi dan akuntabilitas dapat terjaga. Penerapan CSR yang efektif dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada kinerja keuangan. Perusahaan yang terkenal cenderung melakukan tanggung jawab sosial. lebih dipercaya oleh konsumen, investor, dan pemangku kepentingan lainnya (Anggraini & Kurniawati, 2020). Penelitian menunjukkan bahwa inisiatif CSR yang konsisten dan terencana dapat mengurangi risiko hukum dan reputasi, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi CSR yang tidak hanya memenuhi kewajiban hukum tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika yang dipegang oleh organisasi (Anjelina & Tambunan, 2024).

Dalam konteks akuntansi, pengungkapan informasi terkait CSR menjadi semakin penting. Laporan keberlanjutan yang menyertakan aspek-aspek CSR dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang kinerja perusahaan. Hal ini tidak hanya mencakup laporan keuangan tradisional tetapi juga informasi tentang dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis (Cahya & Rohmah, 2019). Dengan demikian, akuntansi berperan sebagai jembatan antara praktik CSR dan komunikasi kepada pemangku kepentingan, memastikan bahwa semua pihak mendapatkan informasi yang relevan mengenai upaya perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Kesadaran akan pentingnya CSR dalam dunia bisnis modern semakin meningkat, terutama di tengah tantangan sosial dan lingkungan yang kompleks (Dinar, 2016).

Perusahaan diharapkan tidak hanya fokus pada profitabilitas jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan dampak jangka panjang dari operasi mereka terhadap masyarakat dan lingkungan (endah prawesti ningrum, 2016) . Oleh karena itu, penelitian mengenai sinergi antara CSR dan akuntansi sangat relevan untuk memahami bagaimana kedua aspek ini dapat bekerja sama



dalam membangun reputasi perusahaan yang etis dan bertanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara praktik CSR dan pelaporan akuntansi serta dampaknya terhadap reputasi perusahaan di mata publik (Hamzah & Gozali, 2022).

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pengertian**

Corporate Social Responsibility (CSR), juga dikenal sebagai Perusahaan Social Responsibility (CSR), adalah konsep yang menekankan bagaimana perusahaan harus memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial secara berkelanjutan. CSR mencakup berbagai macam tindakan yang positif berdampak pada society dan ekosistem, seperti program yang mendukung Public Welfare, Ekosistem, dan Lingkungan, serta tindakan lainnya yang positif berdampak pada ekosistem. (Hamzah & Gozali, 2022).

Hal ini mengembangkan hubungan yang menguntungkan antara bisnis dan komunitas di sekitarnya. Menurut Carroll (1991), CSR terdiri dari empat dimensi utama: tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Tanggung jawab ekonomi mengharuskan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sebagai dasar keberlangsungan bisnis. Tanggung jawab hukum menuntut perusahaan untuk mematuhi peraturan dan regulasi yang berlaku (Harni harni & Mustakim, 2023). Sementara itu, tanggung jawab etika mencakup kewajiban moral perusahaan untuk berperilaku dengan cara yang benar dan adil, bahkan ketika tidak ada hukum yang mengaturnya. Terakhir, tanggung jawab filantropi mendorong perusahaan untuk memberikan kontribusi sukarela kepada masyarakat melalui berbagai inisiatif sosial. Dengan demikian, CSR menjadi landasan bagi perusahaan untuk beroperasi secara bertanggung jawab dan berkelanjutan dalam konteks sosial dan lingkungan (Jao et al., 2023).

### **Teori Stakeholder**

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga pada pemberian manfaat sosial dan lingkungan. Salah satu kerangka kerja yang sangat relevan dalam menerapkan CSR adalah Teori Stakeholder. Teori Stakeholder, dikembangkan oleh R. Edward Freeman (1984), menjelaskan bahwa suatu perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang memiliki hak atas kebijakan dan tindakan perusahaan. Pihak-pihak ini termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, investor, dan masyarakat umum. Teori ini menekankan yang Selain keuntungan keuangan, keberhasilan bisnis dapat diukur melalui cara perusahaan berinteraksi dengan stakeholdernya dan memberikan nilai tambahan. (Dinar, 2016).

Namun, penting untuk memperhatikan keberagaman stakeholder di sini. Sebab, setiap stakeholder mengharapkan dan memiliki kepentingan yang berbeda yang perlu dipenuhi perusahaan. Sebagai contoh, membangun hubungan yang baik dengan karyawan akan meningkatkan produktivitas dan loyalitas sumber daya manusia. (Endah Prawesti Ningrum, 2016). Selain itu, tingkat kepuasan pelanggan dapat meningkatkan daya saing produk dan penjualan perusahaan atau reputasi merek. Stakeholder theory kemudian diterapkan ke dalam pelaksanaan



CSR dalam berbagai bentuk inisiatif. Sebagai contoh, program kesejahteraan karyawan, berbagai inisiatif keberlanjutan hingga proyek pemberdayaan masyarakat (Hamzah & Gozali, 2022). Perusahaan besar seperti Unilever dan Patagonia adalah contoh yang baik dari perusahaan yang sangat Dikenal dengan satu atau lain cara melibatkan praktik-praktik tertentu pada suatu prinsip teori stakeholder yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan sosial.

Benefit sistem yang menggunakan teori stakeholder dalam CSR sangatlah terang. Ada bukti bahwa perusahaan yang kuat dalam teori stakeholder memperoleh profitabilitas financial dan performance non-financial yang lebih tinggi, meningkatkan kemampuannya di pasar, dan mencapai level ekonomis dan nilai tambahan yang lebih tinggi secara sistematis. (Harni harni & Mustakim, 2023). Namun, beberapa tantangan masih perlu diatasi, seperti argumentasi terhadap ketidakpastian tentang priority stakeholder, ada keterbatasan sumber daya dan ketidaknyamanan internal. Sejumlah strategi, misalnya, pemetaan stakenholder, komunikasi dan transparansi, partisipasi dan kolaborasi, komunikasi, monitoring dan evaluasi harus diadopsi untuk mengatasi tantangan ini.

Integrasi teori stakenholder dan penerapan CSR dapat membantu perusahaan dalam menciptakan hubungan positif dengan stakenholdernya. (Jao et al., 2023). Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan reputasi merek, loyalitas pelanggan, dan citra positif di mata masyarakat. Selain itu, integrasi ini juga dapat membantu perusahaan dalam mencapai pembangunan berkelanjutan yang manfaatnya dapat dirasakan oleh semua pihak yang terlibat (Julian & Setiawati, 2024).

### **Akuntansi Sosial dan Pengungkapan CSR**

Akuntansi sosial merupakan cabang dari akuntansi yang berfokus pada pengukuran, pencatatan, dan pelaporan dampak sosial serta lingkungan dari aktivitas perusahaan. Konsep ini semakin relevan di era di mana transparansi informasi menjadi tuntutan utama bagi perusahaan. Menurut Gray et al. (1996), laporan keberlanjutan yang mencakup elemen CSR (Corporate Social Responsibility) tidak hanya memberikan gambaran tentang kinerja finansial, tetapi juga menyoroti dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan dari operasi bisnis (Kapita & Suardana, 2018). Dengan demikian, akuntansi sosial berfungsi sebagai alat komunikasi yang krusial untuk menyampaikan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya kepada para pemangku kepentingan.

Pengungkapan informasi terkait CSR dalam laporan keuangan menjadi semakin penting karena dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan (Misbach et al., 2023). Ketika perusahaan secara transparan melaporkan aktivitas CSR dan dampaknya, hal ini menciptakan rasa percaya di kalangan konsumen, investor, dan masyarakat luas. Informasi yang jelas dan akurat mengenai kontribusi sosial dan lingkungan perusahaan dapat memperkuat reputasi perusahaan dan membedakannya dari kompetitor. Selain itu, pengungkapan yang baik juga dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi area perbaikan serta mengoptimalkan strategi CSR mereka untuk memberikan dampak yang lebih besar (Ningsih et al., 2024).



Dengan demikian, akuntansi sosial dan pengungkapan CSR saling terkait erat dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Melalui praktik akuntansi sosial Sangat menguntungkan, perusahaan tidak hanya memenuhi janji hukum dan etika mereka, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan (Nur'Aini, 2024). Oleh karena itu, perusahaan harus mengembangkan kerangka kerja akuntansi yang mampu mengakomodasi pengukuran dan laporan terkait dampak sosial dan lingkungan, sehingga mereka dapat secara efektif mengkomunikasikan pencapaian CSR kepada semua pemangku kepentingan (Oktina et al., 2020).

### **Hubungan antara CSR dan Reputasi Perusahaan**

Reputasi perusahaan merupakan persepsi yang dibentuk oleh publik berdasarkan pengalaman dan informasi yang diterima mengenai perusahaan tersebut. Penelitian telah menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara praktik Corporate Social Responsibility (CSR) yang baik dan reputasi perusahaan. Menurut Fombrun (1996), perusahaan dengan reputasi baik cenderung menunjukkan kinerja finansial yang lebih baik karena konsumen dan investor lebih percaya pada mereka. (Rachmawati, 2024). Dalam hal ini, CSR memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan reputasi yang baik karena tindakan CSR menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, reputasi yang kuat dapat memberikan perlindungan bagi perusahaan dari risiko reputasi negatif yang mungkin timbul akibat krisis atau skandal (Maf'ulla & Rachmawati, 2024).

Perusahaan dengan reputasi baik lebih mampu mengelola krisis dan mempertahankan kepercayaan publik, sehingga dampak negatif dari insiden tersebut dapat diminimalkan (Ramdani et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam praktik CSR tidak hanya bermanfaat untuk meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, tetapi juga sebagai strategi mitigasi risiko yang efektif. Dengan demikian, integrasi antara CSR dan akuntansi menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan disampaikan secara transparan kepada publik (Saputri et al., 2024).

Pengungkapan informasi terkait CSR dalam laporan keuangan dapat memperkuat citra positif perusahaan. Ketika perusahaan secara aktif melaporkan upaya CSR mereka, hal ini tidak hanya meningkatkan transparansi tetapi juga menunjukkan akuntabilitas kepada pemangku kepentingan (Maf'ulla & Rachmawati, 2024). Dengan cara ini, Perusahaan memiliki kemampuan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan mereka., investor, dan masyarakat luas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kinerja jangka panjang mereka. Oleh karena itu, sinergi antara CSR dan akuntansi sangat penting dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan serta memastikan keberlanjutan operasionalnya di masa depan (Ramdani et al., 2024).



**Gambar 1**  
**Rerangka Pemikiran**



## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik studi pustaka, yang bertujuan untuk menggali dan menganalisis informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan (Fadli, 2008) mengenai Corporate Social Responsibility (CSR), akuntansi sosial, dan reputasi perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dari buku, artikel jurnal, laporan keberlanjutan, dan dokumen kebijakan yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Proses pengumpulan data dilakukan secara purposive untuk memastikan bahwa sumber yang dipilih memiliki kualitas dan relevansi tinggi. Selanjutnya, analisis konten akan diterapkan untuk mengidentifikasi tema-tema utama serta hubungan antara CSR dan reputasi perusahaan, sehingga dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang peran akuntansi dalam mendukung praktik CSR dan dampaknya terhadap citra perusahaan di mata publik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan reputasi perusahaan. Berdasarkan analisis literatur dan penelitian sebelumnya, perusahaan yang menerapkan program CSR lebih cenderung memiliki reputasi yang lebih baik. memperoleh reputasi yang lebih baik di mata publik (Saputri et al., 2024). Misalnya, perusahaan yang terlibat dalam inisiatif keberlanjutan lingkungan dan program pemberdayaan masyarakat sering kali dilihat sebagai entitas yang bertanggung jawab dan etis, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor (Zain et al., 2021). Hal ini sejalan dengan temuan Fombrun (1996) yang menyatakan bahwa reputasi yang baik dapat memberikan



keuntungan kompetitif bagi perusahaan. Lebih lanjut, penelitian ini juga menemukan bahwa pengungkapan informasi terkait CSR dalam laporan akuntansi memiliki peran penting dalam membangun reputasi perusahaan (Sembiring, 2020).

Laporan keberlanjutan yang transparan dan informatif memungkinkan pemangku kepentingan untuk memahami komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan (Studi et al., 2024). Ketika perusahaan secara aktif melaporkan dampak positif dari kegiatan CSR mereka, hal ini tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga menciptakan loyalitas di antara pelanggan dan investor. Oleh karena itu, pengelolaan komunikasi yang efektif mengenai CSR menjadi kunci untuk memperkuat reputasi perusahaan. Namun, meskipun terdapat hubungan positif antara CSR dan reputasi, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dampak langsung CSR terhadap kinerja keuangan tidak selalu konsisten (Suprpto & Alvina, 2023). Beberapa studi menunjukkan bahwa meskipun reputasi yang baik dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan, hubungan langsung antara investasi dalam CSR dan peningkatan profitabilitas masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain, seperti kondisi pasar, strategi bisnis, dan manajemen risiko juga berperan dalam menentukan kinerja keuangan perusahaan (Utami et al., 2019).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara CSR dan strategi komunikasi perusahaan (Wuryan Andayani1, 2024). Perusahaan disarankan untuk mengembangkan kebijakan CSR yang komprehensif serta memastikan bahwa dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka dilaporkan dengan jelas kepada publik. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya dapat membangun reputasi positif tetapi juga menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan dalam jangka panjang. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi praktik bisnis di masa depan, terutama dalam konteks meningkatnya perhatian masyarakat (Yustien & Mirdah, 2020).

**Tabel 1.1**  
**yang merangkum hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan akuntansi**  
**rhadaap tanggung jawab sosial perusahaan.**

| Aspek    | Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)                           | Akuntansi   | Sinergi untuk Membangun Reputasi                              |
|----------|--|---|---|
| Definisi | Tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan. | Proses pencatatan, pengukuran, dan pelaporan keuangan.      | Menyampaikan komitmen sosial perusahaan secara transparan.    |
| Tujuan   | Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.            | Menyediakan informasi yang akurat tentang kinerja keuangan. | Membangun kepercayaan publik melalui pengungkapan yang jelas. |



|                           |   |  |   |
|---------------------------|---|--|---|
| Dampak terhadap Reputasi  | Meningkatkan citra positif di mata publik.              | Memperkuat akuntabilitas dan transparansi laporan.           | Reputasi baik dapat menarik lebih banyak investor dan pelanggan.            |
| Contoh Praktik            | Program lingkungan, inisiatif kesejahteraan masyarakat. | Laporan keberlanjutan, audit sosial.                         | Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan meningkatkan reputasi.               |
| Peran dalam Keberlanjutan | Mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan.            | Mengukur dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis. | Sinergi antara CSR dan akuntansi mendukung tujuan keberlanjutan perusahaan. |

Tabel di atas menggambarkan bagaimana CSR dan akuntansi berinteraksi untuk membangun reputasi perusahaan yang etis, serta menunjukkan pentingnya pengungkapan informasi yang transparan untuk meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan.

## KESIMPULAN

Menurut temuan penelitian, terdapat kesimpulan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berdampak besar terhadap reputasi perusahaan, meskipun pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tidak selalu tetap. Studi menunjukkan bahwa perusahaan yang berpartisipasi secara aktif dalam program CSR akan memiliki reputasi yang lebih baik di mata publik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dari konsumen dan investor. Masih belum jelas apakah pengungkapan CSR berdampak langsung pada kinerja keuangan, sehingga dibutuhkan penelitian tambahan untuk memahami komponen yang dapat memengaruhi hubungan tersebut. In addition, effective communication management regarding CSR activities is crucial in enhancing company reputation and creating long-term value for all stakeholders.

## Saran

Untuk meningkatkan efektivitas pengungkapan CSR, perusahaan disarankan untuk mengembangkan kebijakan yang lebih komprehensif terkait tanggung jawab sosial mereka. Hal ini termasuk menyusun laporan keberlanjutan yang lebih transparan dan informatif, sehingga dapat memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan. Selain itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi berkala terhadap program CSR yang dilaksanakan untuk memastikan bahwa kegiatan tersebut memberikan dampak positif baik bagi masyarakat maupun bagi citra perusahaan. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengeksplorasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi, seperti kondisi pasar dan strategi bisnis. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi lebih besar



dalam memahami peran CSR dalam konteks bisnis modern serta membantu perusahaan dalam merumuskan strategi yang lebih baik untuk mencapai tujuan keberlanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nu, S. W. W. A. D. I. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Keuangan*, 32, 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Anggraini, D., & Kurniawati, L. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 20(2), 115–130.
- Anjelina, A., & Tambunan, S. C. N. (2024). Pengaruh Persepsi CSR terhadap Reputasi Perusahaan, Minat Beli, dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.25047/asersi.v4i1.4940>
- Cahya, B. T., & Rohmah, F. (2019). Evolution of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position in the Continuum Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 5(2), 196. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i2.15143>
- Dinar. (2016). Konsep Akuntansi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (INFAK)*, 3(1), 18–34. <https://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/infak>
- endah prawesti ningrum, teguh setiawan wibowo. (2016). *Etika bisnis meningkatkan Reputasi Perusahaan Di Era Society 5.0*.
- Fadli, M. R. (2008). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Hamzah, R., & Gozali, E. (2022). *Kajian Implementasi Corporate Social Responsibility*. [www.unsri.unsripress.ac.id](http://www.unsri.unsripress.ac.id)
- Harni harni, H., & Mustakim, M. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Perusahaan Kalla A Group Of Companies). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 1–12. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9845>
- Jao, R., Ng, S., Holly, A., Rotty, M. A., Agustuty, L., Akuntansi, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Atma, U., Makassar, J., Stie, J. M., Dharma, T., & Makassar, N. (2023). Peran Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap Stock Return. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 08(01), 14–29. <https://jak.uho.ac.id/index.php/journal>
- Julian, A., & Setiawati, E. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi .... *Management Studies and Entrepreneurship* .... <https://yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/view/4198%0Ahttps://yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/download/4198/2329>
- Kapita, Y., & Suardana, K. A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Pada Reputasi Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 1190–1219. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/38781>



- Maf'ulla, A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). Literature Review : Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Pertambangan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 62–75. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.313>
- Misbach, I., Islam Negeri Alauddin Makassar, U., & Address, E. (2023). Urgensi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Indonesia Perspektif Ekonomi Islam: Sebuah Meta-Sintesis. *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 327–335.
- Ningsih, R. S., Suryanto, T., & Rifan, D. F. (2024). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR). *Jurnal Akuntansi Dan Audit Syariah (JAAiS)*, 5(1), 16–32. <https://doi.org/10.28918/jaais.v5i1.7557>
- Nur'Aini, L. (2024). Literature Riview : Penerapan Hubungan Antara Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Kajian Pengaruh Terhadap Pencemaran Lingkungan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 190–203. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.315>
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Intan Angelina Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi Csr (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Pt. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Competence: Journal of Management Studies*, 14(1), 184–202. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i1.7170>
- Rachmawati, E. I. (2024). Analisis Dampak Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 10429–10445.
- Ramdani, H., Ekonomi, F., Mataram, U., & Barat, N. (2024). ( ROE ), DAN REPUTASI PERUSAHAAN ( CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY , RETURN ON EQUITY , AND CORPORATE REPUTATION ). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 77–86.
- Saputri, M., Abigail, H. K. C., & Livana, M. (2024). Penerapan Teori Stakeholder Pada Praktik Corporate Social Responsibility ( Csr ). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 461–475. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Studi, J., Jsab, B., Mei, N., Yang, M., Di, T., & Efek, B. (2024). KESIAPAN PELAPORAN KEUANGAN UMKM PABRIK BATU KAPUR DI KABUPATEN KARAWANG BERBASIS SAK-EMKM DAN CSR Bagas. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Bisnis ( JSAB )*, 6(2), 48–58.
- Suprpto, Y., & Alvina, J. (2023). Peran Etika , Keberlanjutan , dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 598–607. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3966>
- Utami, N. K. A., Herawati, N. T., Dewi, & Ni Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi. (2019). Analisis Implementasi Dan Pencatatan Akuntansi Corporate Social Responsibility (Studi Pada LPD Desa Adat Padangbulia, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 10(1), 38–48.
- Wuryan Andayani1, et al. (2024). *P-issn : 2579-969x ; e-issn : 2622-7940 studi literatur aspek ekonomi, sosial dan lingkungan tanggung jawab sosial perusahaan pt bukit asam tbk*. 175–192.



- Yustien, R., & Mirdah, A. (2020). Application of Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Management Commitments and Business Ethics on Organization Reputation in Companies Pt. Pertamina in Muaro Jambi District. *Januari-Maret*, 5(1), 1–12. <https://online-journal.unja.ac.id/jaku>
- Zain, R. N. W., Hendriyani, C., Nugroho, D., & Ruslan, B. (2021). Implementation of CSR Activities from Stakeholder Theory Perspective in Wika Mengajar. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(1), 102–107. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i1.1846>