

Pengungkapan Emisi Karbon dan Isu Konsumen: Peran Modal Intelektual pada Industri Barang Konsumsi

Ivana Panca Saputri¹, Juniati Gunawan², Lenggogeni³

¹Universitas Darma Persada, Indonesia

^{2,3}Universitas Trisakti, Indonesia

Emails: ivanapsap@gmail.com, juniatigunawan@trisakti.ac.id, lenggo67@gmail.com

Abstrak:

Tujuan penelitian ini ialah menganalisis pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Penerapan Aktivitas dan Tindakan Berdasarkan Isu Konsumen pada ISO 26000 terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, serta Peran Modal Intelektual dalam memperkuat pengaruh tersebut. Pengungkapan Emisi karbon menggunakan Daftar Pengungkapan Emisi Karbon berdasarkan penelitian Bae Choi et al, (2013) yang terdiri dari 18 indikator pengungkapan. Penerapan Aktivitas dan Tindakan berdasarkan Isu Konsumen menggunakan daftar pengungkapan pada Pedoman ISO 26000. Modal Intelektual menggunakan indikator berdasarkan penelitian (Gupta & Raman, 2020; Ulum et al., 2016). Serta Kinerja Keuangan yang menggunakan ROA dan ROE sebagai indikator pengukuran, dengan Ln Aset sebagai variabel control penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu berupa laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit dan didapatkan melalui akses ke www.idx.co.id dan laporan keberlanjutan perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Partial Least Square 2.0. Hasil penelitian menunjukkan Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh negatif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, serta Modal Intelektual dapat memperkuat pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Kata kunci : Isu Konsumen, Emisi Karbon, Laporan Keberlanjutan, Modal Intelektual

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of Disclosure of Carbon Emissions and Implementation of Activities and Actions Based on Consumer Issues on ISO 26000 on the Company's Financial Performance, and the Role of Intellectual Capital in strengthening this influence. Disclosure of carbon emissions uses the Carbon Emissions Disclosure List based on research by Bae Choi et al, (2013) which consists of 18 disclosure indicators. Implementation of Activities and Actions based on Consumer Issues uses the disclosure list in ISO 26000 Guidelines. Intellectual Capital uses indicators based on research (Gupta & Raman, 2020; Ulum et al., 2016). Furthermore, Financial Performance uses ROA and ROE as measurement indicators, with Ln Assets as control variable. The population in this study is the Consumer Goods Industry listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015-2019. Sampling of the study was carried out using the saturated sample technique. The data used in this study is secondary data, namely in the form of company financial statements that have been audited and obtained through access to www.idx.co.id and the company's sustainability report. This research method uses Partial Least Square 2.0. The results of the study show that Disclosure of Carbon Emissions has a negative effect on the Company's Financial Performance, and Intellectual Capital can strengthen the influence of Disclosure of Carbon Emissions on the Company's Financial Performance.

Keywords: *Consumer Issues, Carbon Emissions, Sustainability Report, Intellectual Capital*

Corresponding: Ivana Panca Saputri

E-mail: ivanapsap@gmail.com



PENDAHULUAN

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diukur berdasarkan pedoman ISO 26000 yang mengacu pada tata kelola perusahaan yang baik, hak asasi manusia, sumber daya manusia, lingkungan, bisnis yang “benar dan adil”, serta praktik dan masalah konsumen (Gunawan & Tin S., 2019). Standar ini dipertimbangkan sebagai sebuah konsesus internasional dalam mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan dan dimensi sosial yang berbeda, sehingga sangat penting bagi perusahaan yang ingin melakukan pendekatan sosial untuk memahami implikasi pedoman ISO 26000 (Chakroun et al., 2019). Lebih lanjut, ISO 26000 juga mengarah pada keunggulan kompetitif, karena konsumen, terutama mereka yang sadar akan masalah keberlanjutan, lebih memilih produk dan layanan yang berkelanjutan secara lingkungan dan/atau sosial (Talib et al., 2020). Implementasi strategi tanggung jawab sosial yang mengacu pada pedoman ISO 26000 khususnya pada dimensi sosial yang berkaitan dengan masalah konsumen diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan berkelanjutan (Hair Hult G.T.M. Ringle C.M. & Sarstedt M., 2014; Hermawan Aisyah I. S. Gunardi A. & Putri W. Y., 2018).

Selain mengacu pada dimensi sosial dalam mencapai tujuan berkelanjutan, perusahaan perlu memperhatikan tindakan atas aktivitas operasionalnya yang berdampak pada masalah lingkungan. Dengan kebutuhan manusia yang tidak terbatas, pelaku pasar perlu memanfaatkan sumber daya yang terbatas secara efisien dan efektif sehingga tujuan individu dan organisasi dapat dicapai tanpa merusak banyak sumber daya (Feng & Maki T., 2018; Gangi Salerno D. Meles A. & Daniele L. M., 2019). Misalnya, menurut Sana (2020) dengan mengurangi penggunaan bahan bakar fosil yang menyebabkan terjadinya emisi gas rumah kaca (GRK).

Pendorong terbesar emisi Gas Rumah Kaca (GRK) secara keseluruhan merupakan emisi CO₂ dari pembakaran bahan bakar, emisi karbon di Indonesia telah meningkat secara signifikan sejak tahun 1990, mencapai tertinggi 581 MtCO₂ pada tahun 2019. Sektor industri dinilai memberikan kontribusi terbesar dalam menghasilkan emisi karbon dalam aktivitas bisnisnya, yaitu sebesar (37%), diikuti oleh transportasi (27%) dan pembangkit listrik dan panas (27%) (Climate Transparency, 2020). Akumulasi emisi karbon yang dihasilkan atas aktivitas operasional perusahaan mendorong isu pemanasan global menjadi salah satu topik penting bagi pelaku usaha dan menjadi sumber perhatian bagi pemangku kepentingan atas respon proaktif perusahaan (Gupta & Raman T. V., 2020). Selain itu, menurut Nishitani et al. (2017) pengungkapan emisi karbon juga dapat meningkatkan penjualan dan mengurangi biaya produksi sehingga mampu membangun citra organisasi dan meningkatkan daya saing perusahaan. Berdasarkan Bae Choi et al. (2013) daftar pengungkapan emisi karbon pada perusahaan merupakan penilaian resiko dan peluang yang diberikan oleh perubahan iklim, detail pengungkapan emisi karbon, perhitungan konsumsi dari berbagai sumber, strategi dalam mengurangi emisi karbon, serta akuntabilitas yang tepat dari strategi perubahan iklim pada perusahaan (Cho Chung C. Y. & Young J., 2019). Oleh karena itu, selain sebagai akibat dari tekanan pemangku kepentingan, pengungkapan emisi karbon ini diharapkan dapat menjadi strategi untuk mencapai tujuan berkelanjutan sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif yang berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan.

Sejauh ini, penelitian empiris mengenai hubungan antara pengungkapan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dan keunggulan kompetitif, menggunakan modal intelektual sebagai indikator untuk mengukur keunggulan kompetitif, namun indikator ini masih jarang digunakan (Yu et al., 2017). Padahal, mengelola dan memperkenalkan praktik modal intelektual menjadi faktor penentu untuk daya saing, reputasi, kekayaan, dan keberlanjutan yang berfokus pada kualitas hidup, serta kontribusi untuk masyarakat yang lebih berkelanjutan (Matos et al., 2018). Modal intelektual didefinisikan sebagai klasifikasi sumber daya pengetahuan yang dimiliki suatu organisasi dan yang paling spesifik, kompeten untuk meningkatkan potensi organisasi melalui penambahan nilai (Gupta & Raman, 2020).

Berdasarkan pandangan berbasis sumber daya, perusahaan dengan sumber daya yang berharga dan unggul lebih cenderung memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memelihara sumber daya manusia, meningkatkan proses, menjaga hubungan dengan pelanggan dan pemasok, serta menghasilkan inovasi yang lebih besar (Xu & Wang,

2018). Modal Intelektual dapat digunakan sebagai pendorong utama daya saing dan keberlanjutan perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengembalian Aset (ROA) dan pengembalian Ekuitas (ROE) yang sebelumnya telah digunakan pada penelitian Nirino Ferraris A. Miglietta N. & Invernizzi A. C. (2020), Cho et al. (2019) dan (Chakroun et al., 2019). Pengembalian aset (ROA) mencerminkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan total aset dan dihitung dengan membagi laba bersih dengan rata-rata total aset, serta pengembalian ekuitas (ROE) mewakili pengembalian kepada pemegang saham biasa dan dihitung dengan membagi laba bersih dengan ekuitas pemegang saham rata-rata (Xu & Wang, 2018). Penelitian ini juga mengontrol total aset sebagai indikator ukuran perusahaan. Logaritma natural digunakan untuk pengukuran total aset untuk mengurangi standar deviasi yang dihasilkan oleh ukuran ekstrim dari beberapa perusahaan (Wang & Sarkis, 2017).

Penelitian-penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk mengetahui hubungan pengungkapan emisi karbon dan kinerja keuangan perusahaan. Seperti pada penelitian Nishitani & Kokubu (2020) yang mengungkapkan bahwa pengurangan emisi dapat meningkatkan kinerja ekonomi dengan meningkatkan proses produksi secara langsung dan meningkatkan permintaan secara tidak langsung melalui informasi lingkungan yang diungkapkan data Environmental, Social, and Corporate Governance (ESG) Bloomberg. Begitu pula dengan Rokhmawati et al. (2017) menyatakan bahwa pengungkapan emisi gas rumah kaca (GRK) berpengaruh signifikan positif terhadap return on sales (ROS), serta variabel moderasi respon pelanggan memperkuat pengaruh pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK) terhadap return on sales (ROS). Selain itu, Alsaifi et al. (2020) juga mengatakan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Meski terbukti memiliki pengaruh positif, penelitian mengenai hubungan emisi karbon dan kinerja keuangan masih harus dilakukan pada industri yang lebih spesifik untuk mengetahui pengaruhnya. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan emisi karbon berdasarkan daftar pengungkapan emisi karbon pada penelitian Bae Choi et al. (2013). Selain itu, penelitian ini dilakukan pada industri yang lebih spesifik yaitu industri barang konsumsi. Hal ini karena, menurut Gunawan & Susilo (2021) industri barang konsumsi cukup berkembang setiap tahunnya dan menerima cukup banyak masalah lingkungan, seperti pada penggunaan energi, pengemasan, dan emisi.

Selain itu, penelitian mengenai pengaruh pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial berdasarkan ISO 26000 terhadap kinerja keuangan masih menunjukkan perbedaan hasil. Chakroun et al. (2019) menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik, lingkungan dan keterlibatan masyarakat berpengaruh positif pada ROA, ROE dan Tobin's Q, sedangkan pada hubungan dan kondisi pekerja ditemukan pengaruh positif pada seluruh kinerja keuangan kecuali Tobin's Q yang memiliki pengaruh negatif. Pada hak asasi manusia, praktik operasi yang adil dan masalah konsumen tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan seluruh indikator kinerja keuangan dalam penelitian ini.

Begitu juga dengan Chiarini & Vagnoni E. (2017) yang menemukan hasil yang berbeda pada ketujuh isu dalam pedoman ISO 26000 dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Namun demikian, Nainggolan & Handoyo (2019) mengungkapkan bahwa pengungkapan seluruh aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan pedoman ISO 26000 memiliki pengaruh positif terhadap perputaran aset perusahaan. Begitu juga dengan jenis industri sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini diidentifikasi dapat memperkuat pengaruh pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial terhadap perputaran aset perusahaan.

Pada penelitian Chakroun Salhi B. Ben Amar A. & Jarbou A. (2019), Chiarini & Vagnoni (2017) dan Nainggolan & Handoyo (2019), dimensi yang diungkapkan merupakan keseluruhan penerapan aktivitas tanggung jawab sosial berdasarkan pedoman ISO 26000. Akan tetapi, diantaranya belum ada yang secara fokus membahas mengenai penerapan aktivitas dan tindakan pada isu konsumen berdasarkan pedoman ISO 26000. Padahal, menurut Talib et al. (2020) masalah konsumen, praktik tenaga kerja, serta keterlibatan dan pengembangan masyarakat merupakan sub-dimensi sosial yang paling penting di bawah kategori dimensi keberlanjutan sosial. Selain itu, menurut Chakroun et al. (2019), dalam literatur normatif hubungan positif antara masalah konsumen dan kinerja keuangan

merupakan topik yang sangat penting. Hal ini karena menurut Lee & Cho (2019) konsumen menjadi lebih sadar secara sosial dan lingkungan dalam keputusan pembelian mereka karena pengetahuan mereka tentang masalah sosial dan kekuatan mereka semakin meningkat di pasar.

Lebih lanjut, modal intelektual digunakan sebagai variable moderasi dalam penelitian ini untuk mengetahui perannya dalam mempengaruhi hubungan pengungkapan emisi karbon dan isu konsumen terhadap kinerja keuangan. Beberapa penelitian telah mengimplementasikan model untuk mengukur efisiensi modal intelektual. Xu & Wang (2018) mengungkapkan bahwa modal intelektual berdampak positif terhadap kinerja keuangan dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Sejalan dengan penelitian Mukherjee & Sen (2019) yang mengungkapkan bahwa modal intelektual yang menggunakan model M-VAIC menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan berkelanjutan perusahaan. Serta Nirino et al. (2020) yang mengungkapkan implementasi strategi tanggung jawab sosial memiliki efek positif pada pengembangan modal intelektual perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dan kinerja keuangan jangka panjang yang unggul.

Motivasi penelitian ini adalah bahwa, penilaian atas penerapan aktivitas dan tindakan yang berkaitan pada isu konsumen berdasarkan ISO 26000 yang digunakan dalam penelitian Chakroun et al. (2019), Chiarini & Vagnoni (2017) dan Nainggolan & Handoyo (2019) hanya menggunakan skoring dummy, yaitu 1 (ada) dan 0 (tidak ada). Penggunaan skoring dummy ini dianggap kurang memadai karena belum menggambarkan hasil yang lebih komprehensif sehingga dikhawatirkan kurang dapat mencerminkan informasi yang sesungguhnya (Lui et al., 2020). Dengan demikian, penelitian ini akan menggunakan skor yang lebih komprehensif, yaitu menggunakan skala enam poin (0-5) untuk menilai kualitas pengungkapan yang dikembangkan pada penelitian Aggarwal & Singh A. K. (2019); (Perdana & Gunawan J., 2017). Selain itu, penggunaan Modal Intelektual sebagai variabel moderasi pada penelitian ini juga tergolong baru karena modal intelektual sebelumnya diperlakukan sebagai variabel independen pada penelitian Xu & Wang (2018) dan Mukherjee & Sen (2019), serta sebagai variabel mediasi pada penelitian (Nirino et al., 2020). Penggunaan model intelektual ditujukan untuk mengetahui apakah variabel ini dapat memperkuat pengaruh pengungkapan emisi karbon serta penerapan aktivitas dan tindakan pada isu konsumen terhadap kinerja keuangan perusahaan (Sana, 2020a; Stellner Klein C. & Zwergel B., 2015a).

Selain itu, salah satu model yang paling populer di pada penelitian sebelumnya dalam mengukur efisiensi modal intelektual seperti pada penelitian Nirino et al. (2020) dan Nikolaou (2019) adalah Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM) yang dikembangkan oleh (Pulic, 2000). Akan tetapi, Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) dinilai hanya mengukur dua komponen yaitu human capital dan structural capital serta dipandang tidak dapat mengukur modal relasional yang menjadi komponen dalam modal intelektual (Ulum et al., 2016). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) yang dimodifikasi (M-VAIC) untuk mengukur efisiensi modal intelektual berdasarkan penelitian Ulum et al. (2016) dan Gupta & Raman (2020) yang mengembangkan modal relasional sebagai komponen tambahan pada model Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) untuk meningkatkan daya penjelas model dalam mengukur dan memperkirakan kinerja modal intelektual perusahaan. Lebih lanjut, modal intelektual digunakan sebagai variabel moderasi pada penelitian ini karena modal intelektual yang terdiri dari human capital, structural capital, dan relational capital yang dimiliki perusahaan diyakini dapat membantu perusahaan dalam menghadapi resiko dan peluang pada pengungkapan informasi emisi karbon dan penerapan aktivitas serta tindakan yang berkaitan dengan isu konsumen perusahaan melalui strategi yang menciptakan keunggulan kompetitif yang kemudian dapat meningkatkan nilai tambah serta kinerja keuangan perusahaan (Lenggogeni & Limakrisna, 2020). Data variabel yang diambil dari sampel pada penelitian ini selain berasal dari laporan tahunan perusahaan, juga berasal dari laporan keberlanjutan yang diterbitkan perusahaan, hal ini dimaksudkan karena perusahaan mungkin menyajikan informasi kinerjanya tidak hanya dalam laporan tahunannya melainkan secara terpisah dalam laporan keberlanjutannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan emisi karbon serta penerapan aktivitas dan tindakan pada isu konsumen terhadap kinerja keuangan perusahaan, serta menilai sejauh mana modal intelektual dapat memperkuat hubungan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam menyusun

strategi keberlanjutan dengan menekankan pentingnya transparansi atas emisi karbon dan tanggung jawab sosial konsumen berdasarkan pedoman ISO 26000 guna menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kinerja keuangan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan manfaat akademis dengan memperluas literatur terkait akuntansi keuangan dan keberlanjutan melalui pendekatan empiris terhadap isu konsumen dan pengungkapan emisi karbon, serta menegaskan pentingnya modal intelektual sebagai aset strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari Laporan Keberlanjutan dan Laporan Tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015–2019. Data diperoleh melalui situs BEI dan situs resmi perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan berisi informasi pengungkapan emisi karbon berdasarkan 18 item pengungkapan dan penerapan aktivitas serta tindakan pada isu konsumen berdasarkan pedoman ISO 26000 yang terdiri dari 35 item. Analisis dilakukan menggunakan metode regresi berganda dengan perangkat lunak SmartPLS 2.0 dan data panel sebagai jenis data utama. Analisis konten juga digunakan untuk menghitung seberapa banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan perusahaan, mengingat metode ini dianggap mampu meningkatkan validitas hasil (Kumar & Prakash A., 2019).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan emisi karbon dan isu konsumen, sedangkan variabel moderasinya adalah modal intelektual. Modal intelektual dipahami sebagai sumber daya tak berwujud yang mampu meningkatkan nilai organisasi dan menciptakan keunggulan kompetitif (Gupta & Raman, 2020). Pengukurannya menggunakan modifikasi VAIC yang terdiri dari lima komponen, yaitu efisiensi human capital (HCE), capital employed (CEE), modal relasional (RCE), modal struktural (SCE), serta modal inovasi (InCE). Penelitian ini juga menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol, yang dihitung menggunakan logaritma natural dari total aset untuk mengurangi standar deviasi akibat perbedaan ukuran perusahaan yang ekstrem (Wang & Sarkis, 2017).

Populasi penelitian mencakup 48 perusahaan dari sektor barang konsumsi di BEI selama lima tahun observasi. Teknik sampling yang digunakan adalah sampel jenuh karena seluruh populasi yang memenuhi kriteria digunakan sebagai sampel. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) yang merupakan metode SEM berbasis varian. PLS dipilih karena memiliki keunggulan dalam menangani data yang tidak harus terdistribusi normal dan mampu mengolah berbagai jenis skala data sekaligus. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan melalui model pengukuran, sementara uji hipotesis dilakukan melalui model struktural sebagaimana dijelaskan oleh Ghozali (2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

1. Variabel kinerja keuangan dalam penelitian ini menggunakan dua indikator pengukuran. Salah satunya adalah ROA atau rasio perputaran aset perusahaan, perusahaan barang konsumsi di Indonesia memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 0.085 atau 8.5% dan nilai standar deviasi sebesar 0.107 atau 10.7%. Nilai standar deviasi mengindikasikan tingkat variasi atau penyebaran data, untuk indikator ROA nilai standar deviasi lebih besar daripada nilai rata-rata ($0.107 > 0.085$), sehingga dapat diindikasikan bahwa tingkat penyebaran data ROA pada perusahaan barang konsumsi di Indonesia tidak cukup merata atau bersifat heterogen. Lebih lanjut, nilai terendah sebesar -0.244 atau -24.4% dimiliki oleh PT Prima Cakrawala Abadi Tbk dan nilai tertinggi milik PT Multi Bintang Indonesia Tbk sebesar 0.546 atau 54.6%. Perbedaan rentan yang cukup jauh antara kedua perusahaan tersebut salah satunya dapat disebabkan oleh perbedaan skala serta fokus usaha yang berbeda. Seperti PT Prima Cakrawala Abadi Tbk yang fokus pada bidang suplai daging rajungan yang mengalami kerugian usaha sebesar 11.4 miliar rupiah pada tahun 2016, sedangkan PT Multi Bintang Indonesia Tbk yang fokus pada produksi bir dan minuman non-alkohol ini termasuk dalam barang konsumsi yang bergerak cepat dan

mengalami peningkatan penjualan. Hal ini juga mengindikasikan adanya perbedaan manajemen dalam efisiensi aset perusahaan.

2. Indikator pengukuran yang kedua pada variabel kinerja keuangan dalam penelitian ini adalah ROE atau rasio perputaran ekuitas, perusahaan barang konsumsi di Indonesia memiliki nilai rata-rata ROE sebesar 0.163 atau 16.3% dan nilai standar deviasi sebesar 0.260 atau 26%. Nilai standar deviasi mengindikasikan tingkat variasi atau penyebaran data, untuk indikator ROE nilai standar deviasi lebih besar daripada nilai rata-rata ($0.260 > 0.163$), sehingga dapat diindikasikan bahwa tingkat penyebaran data ROE pada perusahaan barang konsumsi di Indonesia tidak cukup merata atau bersifat heterogen.

Lebih lanjut, nilai terendah sebesar -0.518 atau -51.8% dimiliki oleh PT Bentoel International Investama Tbk tahun 2015 dan nilai tertinggi milik PT Unilever Indonesia Tbk sebesar 1.4180 atau 141.8% pada tahun 2017. Selain perbedaan skala dan jenis usaha, perbedaan rentan yang cukup jauh antara kedua perusahaan tersebut juga disebabkan karena PT Bentoel International Investama Tbk mengalami peningkatan jumlah pinjaman kepada Perseroan di tahun 2015 sebesar Rp6,7 triliun menjadi Rp12 triliun serta kerugian Rp1,6 milyar. Adapun PT Unilever Indonesia Tbk konsisten meraih keuntungan melalui inovasi produk, efisiensi biaya, serta investasi dalam upaya-upaya keberlanjutan.

3. Variabel pengungkapan emisi karbon dalam penelitian ini menggunakan daftar pengungkapan emisi karbon berdasarkan (Bae Choi Lee D. & Psaros J., 2013). Pengungkapan ini terdiri dari 18 indikator pengungkapan, perusahaan barang konsumsi di Indonesia memiliki nilai rata-rata pengungkapan emisi karbon sebesar 0.260 atau 26% dan nilai standar deviasi sebesar 0.251 atau 25.1%. Nilai standar deviasi mengindikasikan tingkat variasi atau penyebaran data, untuk variabel pengungkapan emisi karbon nilai standar deviasi lebih kecil daripada nilai rata-rata ($0.25 < 0.26$), sehingga dapat diindikasikan bahwa tingkat penyebaran data pengungkapan emisi karbon pada perusahaan barang konsumsi di Indonesia cukup merata atau bersifat tidak heterogen (Akben Selcuk & Kiyamaz H., 2017; Alsaifi Elnahass M. & Salama A., 2020; Arli & Tjiptono F., 2014; Asmeri Alvionita T. & Gunardi A., 2017; Baba, 2021).

Skor terendah pengungkapan emisi karbon adalah sebesar 0.000 atau 0% dimiliki oleh PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk dan skor pengungkapan yang paling tinggi adalah sebesar 0.944 atau 94.4% yang dimiliki oleh PT Kalbe Farma Tbk. Rentan skor yang sangat jauh ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya, perusahaan yang tidak mengeluarkan laporan keberlanjutan melainkan hanya laporan tahunannya saja memiliki keterbatasan dalam informasi yang diungkapkan. Item pengungkapan emisi karbon yang sifatnya kuantitatif atau lebih detail seperti jumlah penggunaan energy, perbandingan emisi serta metodologi yang digunakan dalam menghitung emisi karbon tidak ditemukan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal lainnya adalah pemberian skor nol pada PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk dikarenakan tidak ditemukannya satu pun item pengungkapan emisi karbon melainkan hanya mengenai kegiatan sosial perusahaan.

4. Variabel isu konsumen pada penelitian ini berdasarkan penerapan aktivitas dan tindakan yang berkaitan dengan isu konsumen pada ISO 26000. Perusahaan barang konsumsi di Indonesia memiliki nilai skor rata-rata isu konsumen sebesar 0.467 atau 46.7% dan nilai standar deviasi sebesar 0.128 atau 12.8%. Nilai standar deviasi mengindikasikan tingkat variasi atau penyebaran data, untuk variabel isu konsumen nilai standar deviasi lebih kecil daripada nilai rata-rata ($0.128 < 0.467$), sehingga dapat diindikasikan bahwa tingkat penyebaran data isu konsumen pada perusahaan barang konsumsi di Indonesia cukup merata atau bersifat tidak heterogen.

Total skor terendah variabel isu konsumen adalah sebesar 0.154 atau 15.4% dimiliki oleh PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk, dari pengamatan penelitian hal ini dikarenakan fokus laporan yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaannya adalah mengenai tata kelola, laporan manajemen dan keuangan perusahaan, sedangkan fokus laporan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosialnya hanya menyinggung mengenai pemberian bantuan untuk kegiatan sosial. Total skor yang paling tinggi adalah sebesar 0.783 atau 78.3% oleh PT Unilever Indonesia Tbk, diamati saat melakukan hal ini dikarenakan informasi mengenai aktivitas dan tindakan yang berkaitan dengan tanggung jawabnya terhadap konsumen seperti pada indikator konsumen keberlanjutan,

produk dan layanan, pemasaran, hingga masalah lingkungan yang berkaitan dengan aktivitasnya. Adapun faktor lainnya adalah PT Unilever konsisten untuk mengungkapkan informasi mengenai kinerja perusahaan melalui laporan keberlanjutan.

5. Modal Intelektual

Perusahaan barang konsumsi di Indonesia memiliki nilai rata-rata modal intelektual sebesar 4.34 dan nilai standar deviasi sebesar 2.32. Nilai standar deviasi mengindikasikan tingkat variasi atau penyebaran data, untuk variabel modal intelektual nilai standar deviasi lebih besar daripada nilai rata-rata ($2.32 < 4.34$), sehingga dapat diindikasikan bahwa tingkat penyebaran data modal intelektual pada perusahaan barang konsumsi di Indonesia cukup merata atau bersifat tidak heterogen.

Lebih lanjut, nilai terendah sebesar 0.25 dimiliki oleh PT Prima Cakrawala Abadi Tbk dan nilai tertinggi milik PT Hartadinata Tbk sebesar 12.54. Hasil ini memiliki perbedaan yang sangat signifikan karena PT Prima Cakrawal Industri memiliki nilai asset yang lebih rendah dibandingkan hutang lancarnya sehingga capital employed efisiensi perusahaan mengalami penurunan. Sedangkan pada PT Hartadinata, dihasilkan nilai human capital efisiensi yang cukup tinggi sehingga nilai efisiensi modal intelektualnya juga mengalami peningkatan.

6. Ukuran perusahaan

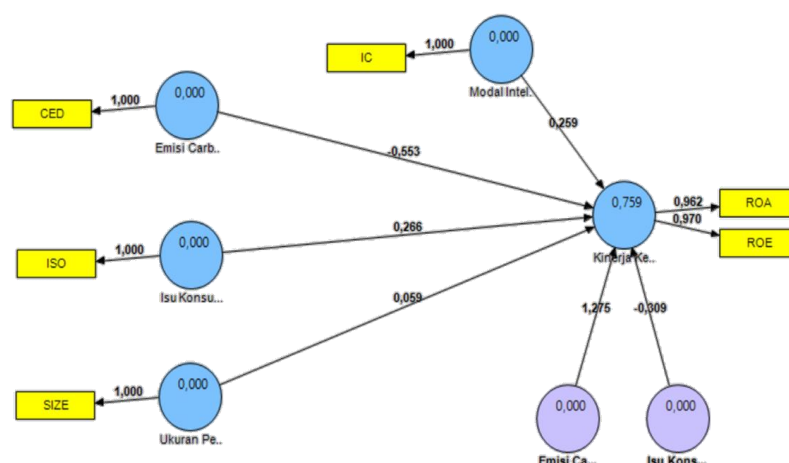
Variabel control ukuran perusahaan menggunakan total asset sebagai indikator pengukurannya. Perusahaan barang konsumsi di Indonesia memiliki nilai rata-rata total aset sebesar 10.063.596.976.916 dan nilai standar deviasi 21.240.623.998.973. Total asset terbesar adalah PT Sentra Food Indonesia Tbk sebesar 126.697.833.403.000 dengan jenis usaha makanan. Total asset terkecil dimiliki oleh PT Prima Cakrawala Abadi Tbk dengan total asset 2016 sebesar 42.637.461.229 yang merupakan eksportir daging rajungan.

Hasil Analisis PLS

Terdapat tiga tahap pengujian pada PLS. Pertama adalah pemeriksaan *Goodness of Fit* model, kedua hasil outer model, dan ketiga hasil inner model. Berikut hasil pengujian yang telah dilakukan:

Goodness of Fit Model

Pemeriksaan *goodness of fit* model dalam PLS dapat dilihat dari nilai *predictive-relevance* (Q^2). Nilai Q^2 dihitung berdasarkan nilai R^2 dari variabel endogen.



Gambar 1. Hasil Inner Model Pengujian Efek Moderasi

Tabel 1. Hasil Pengujian R-square

	<i>R-Square</i>
Kinerja Keuangan	0,759

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Pengukuran variabel endogen Nilai Perusahaan diperoleh R^2 sebesar 0.759 atau 75.9%. Hal ini mengindikasikan sebesar 75.9% Kinerja Keuangan dipengaruhi oleh Pengungkapan Emisi Karbon, Emisi Carbon_Modal Intelektual, Isu Konsumen, Isu Konsumen_Modal Intelektual, Modal Intelektual dan Ukuran Perusahaan. Dengan demikian nilai *predictive relevance* (Q^2) diperoleh sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.759)$$

$$Q^2 = 0.759$$

Hasil perhitungan memperlihatkan nilai *predictive-relevance* sebesar 0.759 atau 75.9% bernilai cukup baik sehingga model layak dikatakan memiliki nilai prediktif yang relevan. Nilai *predictive relevance* sebesar 75.9% mengindikasikan bahwa keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model PLS yang dibangun atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data, sebesar 75.9% dapat dijelaskan oleh model tersebut. Sedangkan sisanya, sebesar 24.1% dijelaskan oleh variabel lain (yang belum terkandung dalam model) dan error.

Hasil Outer Model variabel Kinerja Keuangan

Outer model adalah pengukuran variabel berdasarkan indikator-indikatornya. Nilai *outer loading* menunjukkan bobot dari setiap indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel latent. Indikator dengan *outer loading* terbesar menunjukkan bahwa indikator tersebut sebagai pengukur variabel yang terkuat (dominan). Nilai *outer loading* dinyatakan signifikan mengukur variabel laten. Jika nilai T-statistik lebih besar dari 1.96 dan nilai *P-value* lebih kecil dari 0.05.

Variabel Kinerja Keuangan yang digunakan dalam penelitian ini diukur menggunakan dua indikator, yaitu ROA dan ROE. Sehingga pengujian *outer model* harus dilakukan, berikut disajikan hasil *outer model* variabel Kinerja Keuangan.

Tabel 2. Hasil Outer Model pada Variabel Kinerja Keuangan

Indikator	<i>Outer Loading</i>	T-statistik	<i>P-value</i>	Keterangan
ROA <- Kinerja Keuangan	0,963	50,033	0,00	signifikan
ROE <- Kinerja Keuangan	0,970	56,459	0,00	signifikan

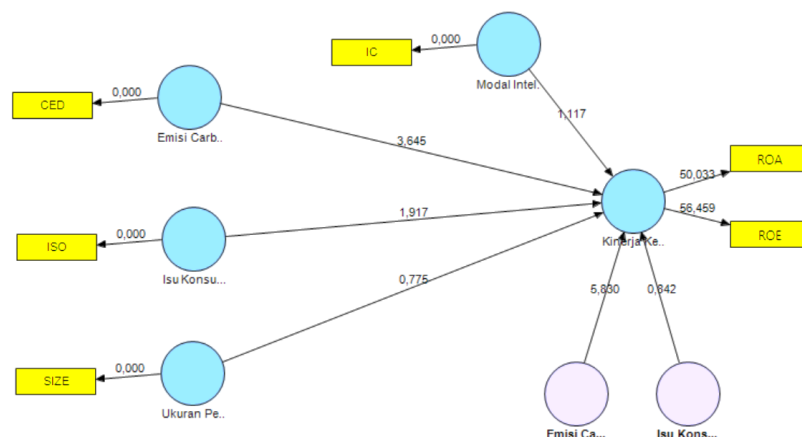
Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Dari hasil pengujian *outer model* di atas, terlihat bahwa Kinerja Keuangan dicerminkan oleh dua indikator yaitu ROA dan ROE. Dari kedua indikator terlihat bahwa indikator pertama yaitu ROE memiliki nilai *outer loading* tertinggi sebesar 0.970 sedangkan ROA 0.963. Hasil ini mengindikasikan kedua indikator kinerja keuangan dapat digunakan sebagai pengukuran pada variabel Kinerja Keuangan.

Hasil Inner Model

Pengujian *inner model* atau *structural model* pada intinya menguji hubungan antar variabel/hipotesis dalam penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan nilai *T-statistic* dan

P-value pada masing-masing jalur pengaruh. Pengaruh langsung adalah pengaruh yang langsung diukur dari satu variabel ke variabel lainnya. Terdapat tiga pengaruh langsung yaitu, pengaruh langsung variabel kontrol dan dua pengaruh dengan efek moderasi yang diuji dalam penelitian ini. Hasilnya adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Inner Model Pengujian Pengaruh Langsung dan Efek Moderasi

Tabel 3. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung dan Efek Moderasi dalam Inner Model

Pengaruh Langsung dan Efek Moderasi	<i>Inner Weight</i>	T-statistik	<i>P-value</i>	Hipotesis	Kesimpulan
Emisi Carbon -> Kinerja Keuangan	-0,553	3,645	0,000	H1	Ditolak
Isu Konsumen -> Kinerja Keuangan	0,266	1,917	0,055	H2	Ditolak
Emisi Carbon_Modal Intelektual -> Kinerja Keuangan	1,275	5,830	0,000	H3	Diterima
Isu Konsumen_Modal Intelektual -> Kinerja Keuangan	-0,309	0,842	0,200	H4	Ditolak
Modal Intelektual -> Kinerja Keuangan	0,259	1,117	0,132	-	Tidak dibuatkan hipotesis
Ukuran Perusahaan -> Kinerja Keuangan	0,059	0,775	0,219	-	Tidak dibuatkan hipotesis

Sumber: Data sekunder diolah 2021

Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan Pengujian pengaruh langsung antara Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Kinerja Keuangan diperoleh nilai koefisien *inner weight* sebesar -0,553 dengan nilai T-statistik sebesar 3,645 dan *p-value* sebesar 0.000, karena nilai T-statistik > 1.96 dan *p-value* < 0.05 maka terdapat pengaruh signifikan antara Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Kinerja Keuangan. Adapun koefisien *inner weight* bertanda negatif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya negatif, artinya semakin tinggi Pengungkapan Emisi Karbon akan mengakibatkan penurunan Kinerja Keuangan pada perusahaan Industri Barang Konsumsi, begitu juga sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini ditolak, dan berbeda dengan hasil penelitian (Alsaifi, Elnahass, & Salama, 2020; Rokhmawati, Gunardi, & Rossi, 2017).

Perkembangan industri barang konsumsi menimbulkan cukup banyak masalah lingkungan, yang berkaitan pada penggunaan energi, pengemasan, dan emisi (Gunawan & Susilo, 2021). Berdasarkan pada penelitian ini, didapati informasi pada Industri Barang Konsumsi subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga PT Unilever Indonesia Tbk rata-rata emisi karbon yang dihasilkan dari

aktivitas usahanya dapat mencapai 110.155 Ton CO₂eq/tahun dalam tiga tahun belakang dan pada subsektor farmasi, misalnya PT Kalbe Farma Tbk dalam tiga tahun mencapai rata-rata emisi 19.882 Ton CO₂eq/tahun. Berdasarkan teori pemangku kepentingan yang digunakan dalam penelitian ini, emisi karbon yang ditimbulkan atas aktivitas perusahaan berdampak pada tekanan yang muncul dari pemerintah, masyarakat maupun konsumen untuk kegiatan perusahaan yang lebih bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan.

Adapun komitmen tersebut diungkapkan melalui laporan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan atas tanggung jawab lingkungannya. Berikut adalah perbandingan antara 5 item pengungkapan emisi karbon dengan skor tertinggi dan 5 item dengan skor terendah yang diterapkan oleh Perusahaan Industri Barang Konsumsi di Indonesia sepanjang tahun 2015 sampai dengan 2019:

Tabel 4. Item Pengungkapan Emisi Karbon

Kategori	Item	% Pengungkapan
Perubahan Iklim: Risiko dan Peluang	CC-1: Penilaian/deskripsi terhadap risiko (peraturan/regulasi baik khusus maupun umum) yang berkaitan dengan perubahan iklim dan tindakan yang diambil untuk mengelola resiko tersebut	98,1%
Akuntabilitas Emisi Karbon	AEC-1: Indikasi dimana dewan komite (atau badan eksekutif lainnya) memiliki tanggung jawab atas tindakan yang berkaitan dengan perubahan iklim	81,7%
Pengurangan Gas Rumah Kaca dan Biaya	RC-1: Detail/rincian dari rencana atau strategi untuk mengurangi emisi GRK	80,8%
Konsumsi Energi	EC-1: Jumlah energy yang dikonsumsi (misalnya: tera Joule, PETRA Joule)	21,6%
Pengurangan Gas Rumah Kaca dan Biaya	RC-3: Pengurangan emisi dan biaya atau tabungan (<i>cost of savings</i>) yang dicapai saat ini sebagai akibat dari pengurangan karbon	21,6%
Pengurangan Gas Rumah Kaca dan Biaya	RC-4: Biaya emisi masa depan yang diperhitungkan dalam perencanaan belanja modal (<i>capital expenditure planning</i>)	0%
Emisi Gas Rumah Kaca	GHG-1: Deskripsi metodologi yang digunakan untuk menghitung emisi gas rumah kaca (misal protocol GRK atau ISO)	9%
Konsumsi Energi	EC 2: Kuantifikasi energi yang digunakan dari sumber yang dapat diperbarui	11,3%
Emisi Gas Rumah Kaca	GHG 7: Perbandingan emisi GRK dengan tahun-tahun sebelumnya	12,2%
Emisi Gas Rumah Kaca	GHG 4: Pengungkapan Lingkup 1 dan 2 atau 3 emisi GRK langsung	15%

Berdasarkan hasil penelitian ini, dari seluruh perusahaan yang menjadi sampel, mayoritas perusahaan atau sebesar 98,1% sampel penelitian mengungkapkan penilaiannya terhadap risiko serta tindakan yang diambil berkaitan dengan perubahan iklim. Sebesar 81,7% sampel berdasarkan penelitian ini mengindikasikan bahwa dewan eksekutif perusahaan memiliki tanggung jawab atas kegiatan operasional perusahaan termasuk didalamnya aktivitas yang berdampak pada perubahan iklim. Lebih lanjut, sebanyak 80,8% dari total sampel juga mengungkapkan strategi atau inisiatif yang diambil perusahaan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca misalnya, penggunaan energi terbarukan *solar panel power* pada PT HM Sampoerna, PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Kalbe Farma Tbk, serta penggunaan bahan bakar biomassa pada PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk, PT Multi Bintang Indonesia Tbk, dan PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Lebih lanjut, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, tidak ditemukan satupun perusahaan yang mengungkapkan mengenai biaya emisi masa depan yang diperhitungkan perencanaan belanja modal. Pada kategori emisi Gas Rumah Kaca indikator GHG-1, GHG-7, GHG-4 juga didapati bahwa hanya sebagian kecil perusahaan yang mengungkapkan informasi yang fokus pada pengungkapan emisi GRK, mulai dari metode perhitungan yang digunakan entitas serta keberadaan verifikasi kuantitas emisi GRK. Adapun perusahaan yang mengungkapkan kuantifikasi penggunaan energy dari sumber terbarukan pada penelitian ini hanya ditemukan pada beberapa perusahaan seperti PT Unilever Indonesia Tbk, PT Sido Muncul Tbk, PT Multi Bintang Indonesia Tbk dan PT Kalbe Farma Tbk, sedangkan pada perusahaan lainnya hanya mengungkapkan jenis sumber daya terbarukannya saja, tidak dengan kuantitasnya.

Dilihat dari tabel deskriptif, rata-rata pengungkapan emisi karbon yang dilakukan oleh industry barang konsumsi adalah sebesar 26%. Hasil tersebut mengindikasikan masih rendahnya pengungkapan emisi karbon yang dilakukan perusahaan industry barang konsumsi di Indonesia. Informasi pengungkapan yang menunjukkan manfaat yang dirasakan perusahaan atas komitmen terhadap emisi karbon seperti kuantitas perbandingan emisi karbon dari tahun sebelumnya, efisiensi biaya atas pengelolaan energy serta penggunaan energy terbarukan, serta prediksi biaya dimasa depan, masih belum diungkapkan oleh mayoritas perusahaan. Disisi lain, pada penelitian ini didapati bahwa pengungkapan informasi yang sifatnya lebih deskriptif mayoritas hanya ditemukan pada perusahaan yang memiliki laporan keberlanjutan seperti PT Unilever Indonesia Tbk, PT Kalbe Farma Tbk, PT Multi Bintang Indonesia, dan PT Wismilak Tbk. Meskipun mayoritas perusahaan telah mengungkapkan pandangannya terhadap resiko dan peluang atas perubahan iklim serta detail rencana untuk menghadapinya, perusahaan dinilai menggunakan informasi tersebut hanya untuk memenuhi syarat legitimasi dan belum memandangnya sebagai peluang dalam mencapai tujuan keberlanjutan.

Biaya pengungkapan informasi karbon dalam proses mempertahankan legitimasi perusahaan lebih besar daripada manfaat yang diperoleh atas pengungkapan informasi karbon tersebut yang kemudian hanya akan berpengaruh negatif terhadap tujuan kepentingan perusahaan karena akan meningkatkan biaya perusahaan. Lebih lanjut, informasi yang diungkapkan akan menimbulkan sikap skeptis pemangku kepentingan dan tidak menggambarkan kinerja yang sebenarnya berdasarkan informasi yang diungkapkan. Kualitas informasi yang diungkapkan penting untuk menunjukkan sejauh mana komitmen perusahaan terhadap tanggung jawabnya telah dilaksanakan serta manfaat apa yang didapatkan perusahaan atas pelaksanaan komitmen tersebut. (Lu, Zhu, & Zhang, 2021) menyatakan, pengungkapan informasi karbon secara proaktif adalah cara paling penting bagi perusahaan untuk mendapatkan akses ke pemangku kepentingan dan mencapai pembangunan berkelanjutan mereka.

Penting bagi perusahaan untuk tidak hanya sekedar mengungkapkan informasi serta detail rencana atas komitmennya yang berkaitan dengan emisi karbon, melainkan juga mengungkapkan informasi mengenai sejauh mana manfaat yang didapati atas komitmen yang telah dilakukan. Dengan begitu pemangku kepentingan akan merespon positif serta memiliki pandangan bahwa perusahaan memiliki kapabilitas untuk melaksanakan komitmen atas tanggung jawabnya sekaligus mendapatkan manfaat atas hal tersebut.

Pengaruh Penerapan Aktivitas dan Tindakan atas Isu Konsumen terhadap Kinerja Keuangan

Pengujian pengaruh penerapan aktivitas dan tindakan yang berkaitan pada Isu Konsumen terhadap Kinerja Keuangan diperoleh nilai koefisien *inner weight* sebesar 0,266 dengan nilai T-statistik sebesar 1,917 dan *p-value* sebesar 0.055, karena nilai T-statistik < 1.96 dan *p-value* > 0.05 maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara Isu Konsumen terhadap Kinerja Keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini ditolak.

Pada penelitian ini analisis penerapan aktivitas dan tindakan terkait isu konsumen yang terdiri dari tujuh kategori yaitu: Pemasaran yang adil, kesehatan dan keselamatan konsumen, konsumsi keberlanjutan, layanan konsumen dan pengaduan, akses ke layanan esensial, perlindungan data dan privasi konsumen, serta pengetahuan dan kesadaran konsumen berdasarkan pedoman ISO 26000 (ISO, 2015). Kategori perlindungan data dan privasi konsumen tidak disertakan karena informasi tersebut hanya ditemukan pada PT Unilever Indonesia Tbk. Lebih lanjut, proses skoring dilakukan untuk mengetahui total skor item pengungkapan aktivitas dan tindakan yang berkaitan pada isu konsumen pada ISO 26000 tiap perusahaan Industri Barang Konsumsi, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5. Presentase rata-rata pengungkapan isu konsumen

Kategori	Deskripsi	% Rata-rata Skor
Konsumen 1:	Pemasaran yang adil, faktual dan informasi yang tidak bias	43%
Konsumen 2:	Kesehatan dan keselamatan konsumen	49%
Konsumen 3:	Konsumsi keberlanjutan	52%
Konsumen 4:	Layanan konsumen, dukungan, dan pengaduan dan penyelesaian perselisihan	21%
Konsumen 6:	Akses ke layanan esensial	33%
Konsumen 7:	Pengetahuan dan kesadaran	63%

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa kategori 7 mendapatkan rata-rata skor paling tinggi yaitu 63%, aktivitas dan tindakan di kategori ini berkaitan pada pengetahuan dan kesadaran konsumen misalnya pelabelan produk yang menyajikan instruksi, petunjuk pembuangan sampah dengan benar, serta penyediaan layanan produk dan investasi yaitu berupa laporan tahunan perusahaan. Skor tertinggi berikutnya 52% adalah pada kategori konsumsi keberlanjutan yang mana pada kategori tersebut aktivitas dan tindakan yang dilakukan perusahaan berkaitan pada dampak produk terhadap lingkungan dan kesejahteraan, pemilihan pemasok yang berkelanjutan, kinerja lingkungan, serta informasi produk. Bersama dengan informasi mengenai kesehatan dan keselamatan produk, serta informasi pemasaran produk perusahaan. Aktivitas dan tindakan pada kategori tersebut merupakan kategori pokok yang harus dipenuhi industri barang konsumsi, yang mana konsumen merupakan sumber utama langsung atas kinerja keuangan perusahaan. Adapun kategori layanan konsumen, dukungan, dan pengaduan, serta akses ke layanan esensial mendapatkan skor kisaran 1-2 karena informasinya hanya berupa alamat, no telepon, email, atau sosial media tempat layanan dan pengaduan.

Berdasarkan teori stakeholder, dalam lingkungan sosial, bisnis harus memiliki berbagai kelompok tanggung jawab dengan akuntabilitas masing-masing. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah Industri Barang Konsumsi yang mana Konsumen merupakan salah satu pemangku kepentingan yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan aktivitas dan tindakan atas isu konsumen berdasarkan ISO 26000 tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Nainggolan & Handoyo, 2019) yang menyatakan pengungkapan seluruh aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan pedoman ISO 26000 memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini karena tanggung jawab sosial tidak hanya tentang bagaimana memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan tetapi juga akan membawa keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen.

(Lee & Jung, 2016) menyatakan, perusahaan yang memiliki tingkat kepuasan konsumen yang tinggi akan meningkatkan loyalitas konsumen sehingga dapat menikmati kinerja keuangan yang lebih tinggi.

Namun demikian, di sebagian besar negara berkembang termasuk Indonesia, masyarakatnya mengalami pendapatan yang lebih rendah daripada masyarakat di negara maju. Dalam situasi ini, konsumen akan fokus untuk membeli produk yang lebih ekonomis daripada membayar lebih untuk mendukung perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. Membayar harga yang lebih tinggi untuk mendukung perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial akan mengurangi kapasitas konsumen untuk mengkonsumsi produk lain (Arlı & Tjiptono, 2014).

Mayoritas masyarakat Indonesia dan negara berkembang lainnya akan menghabiskan uang nya untuk membeli produk yang paling terjangkau, meskipun keterlibatan perusahaan dalam kegiatan tanggung jawab sosial tinggi atau rendah. Dengan demikian, tanggung jawab sosial perusahaan belum menjadi faktor penentu dalam membeli suatu produk dari suatu perusahaan, melainkan isu-isu yang lebih kompleks seperti tingkat pendapatan, selera, serta barang lokal dan impor sejenis. Lebih lanjut, kesadaran atau sikap akan pentingnya mengonsumsi produk yang memperhatikan isu-isu tanggung jawab maupun keberlanjutan masih sangat rendah. Selain perusahaan yang memiliki tugas besar dalam membuat strategi untuk mengatasi faktor-faktor eksternal pembentuk pola konsumsi diluar pada hal yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan, konsumen juga perlu belajar untuk menumbuhkan kesadaran atas konsumsi yang bertanggung jawab.

Selain itu, meskipun penelitian ini menggunakan pedoman ISO 26000 yang membantu memperjelas tanggung jawab sosial, serta menerjemahkan prinsip menjadi tindakan efektif dan berbagi praktik terbaik yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial, ISO 26000 tidak menawarkan dokumen terperinci yang berisi indikator tanggung jawab sosial (Chiarini & Vagnoni, 2017). ISO 26000 hanya memuat panduan saja dan bukan pemenuhan terhadap persyaratan, karena standar ini tidak dirancang sebagai standar sistem manajemen dan tidak digunakan sebagai standar sertifikasi sebagaimana standar ISO lainnya. Sehingga banyak perusahaan yang belum secara jelas mengungkapkan informasi berkaitan dengan panduan tersebut.

Diluar konteks yang berhubungan dengan penerapan aktivitas dan tindakan atas isu konsumen berdasarkan ISO 26000 yang merupakan panduan Internasional, serta berkaitan pada tanggung jawab perusahaan. Dalam sudut pandang religi atau keyakinan beragama, Indonesia yang mayoritas populasinya beragama muslim memiliki isu konsumen yang dipandang lebih penting dan berkaitan dengan perlindungan konsumen mengenai produk halal daripada isu-isu yang berkaitan dengan keberlanjutan.

Modal Intelektual memperkuat pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Kinerja Keuangan

Pengujian pengaruh dengan efek moderasi Modal Intelektual antara Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Kinerja Keuangan diperoleh nilai koefisien inner weight sebesar 1,275 dengan nilai T-statistik sebesar 5.830 dan p-value sebesar 0.000, karena nilai T-statistik > 1.96 dan p-value < 0.05 , maka Modal Intelektual mampu berperan sebagai moderator dalam pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Kinerja Keuangan. Koefisien inner weight bertanda positif maka hasil ini mengindikasikan bahwa Modal Intelektual memperkuat pengaruh positif Pengungkapan Emisi Carbon terhadap Kinerja Keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima.

Hasil ini didukung penelitian ini Xu & Wang (2018) yang mengungkapkan bahwa modal intelektual berdampak positif terhadap kinerja keuangan dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan, serta (Gupta & Raman, 2020) yang menyatakan bahwa modal intelektual menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan berkelanjutan perusahaan. Modal intelektual menjadi faktor penentu untuk daya saing, reputasi, kekayaan, dan keberlanjutan yang berfokus pada kualitas hidup, serta kontribusi untuk masyarakat yang lebih berkelanjutan (Matos et al., 2018). Modal intelektual yang diukur berdasarkan modifikasi model value added intellectual capital pada Industri Barang Konsumsi di Indonesia dalam penelitian ini memperkuat pengaruh positif pengungkapan emisi karbon terhadap kinerja perusahaan (Nishitani & Kokubu K., 2020a).

Berdasarkan pandangan berbasis sumber daya, perusahaan dengan sumber daya yang berharga dan unggul lebih cenderung memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memelihara sumber daya manusia, meningkatkan proses, menjaga hubungan dengan pelanggan dan pemasok, serta menghasilkan inovasi yang lebih besar (Xu & Wang, 2018). Lebih lanjut, keputusan yang dibuat secara internal, berdasarkan kemampuan perusahaan untuk mengeksplorasi sumber daya produktif yang tersedia sehingga dapat mengelola karbon secara efektif dan menghasilkan keunggulan kompetitif, akan menghasilkan keuntungan finansial. Alsaifi et al. (2020) serta Lu et al. (2021) menyatakan perusahaan dengan kebijakan karbon yang proaktif lebih meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan bahwa perusahaan-perusahaan ini cenderung mencapai efisiensi operasional maksimum dan memiliki kinerja keuangan perusahaan yang lebih baik.

Tindakan proaktif ini membutuhkan seperangkat sumber daya fisik, inovasi, manusia, ataupun keuangan yang dapat membantu perusahaan menghasilkan kualitas pengungkapan informasi emisi karbon yang sesuai harapan pemangku kepentingan. Tidak hanya terbatas pada pengungkapan mengenai penilaian dan detail rencana dalam pengurangan emisi karbon, melainkan lebih luas lagi seperti mengungkapkan mengenai perbandingan emisi dari tahun ke tahun untuk menunjukkan sejauh mana manfaat yang dihasilkan atas komitmen atau rencana dalam reduksi emisi karbon. Kuantitas penggunaan sumber daya terbarukan maupun reduksi biaya yang dihasilkan dari efisiensi penggunaan energi, serta informasi lainnya yang menunjukkan peluang yang perusahaan dapatkan atas komitmennya dalam mengatasi masalah perubahan iklim serta reduksi emisi karbon.

Hal ini karena, selain sebagai akibat dari tekanan pemangku kepentingan, pengungkapan emisi karbon ini diharapkan dapat menjadi strategi untuk mencapai tujuan berkelanjutan sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif yang berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Pada tahun 2019 inisiatif penggunaan biomassa PT Unilever Indonesia Tbk mampu mengurangi 50.893 GJ atau sebesar 69% total konsumsi pabrik selama setahun sedangkan melalui penggunaan panel surya perusahaan mampu mengurangi penggunaan energy 6,7 GJ per hari. PT Sido Muncul Tbk melalui inisiatifnya dalam penggunaan biomassa dari ampas jamu dan eceng gondok juga mampu menghasilkan efisiensi energi 37.225 GJ pada tahun 2019. Adapun penggunaan biomassa pada PT Multi Bintang Indonesia Tbk mampu mereduksi 5.311,25 ton CO₂ pada tahun 2019. Lebih lanjut, perusahaan juga berusaha mengurangi emisi karbon yang dihasilkan melalui efisiensi kegiatan pengangkutan dan pengiriman barang melalui moda transportasi yang menyumbang emisi karbon dari penggunaan bahan bakar.

Adapun tindakan proaktif dalam pengelolaan emisi karbon dapat meningkatkan penjualan dan mengurangi biaya produksi sehingga mampu membangun citra organisasi dan meningkatkan daya saing perusahaan (Nishitani & Kokubu K., 2020b). Lebih lanjut, atas tindakan proaktif melalui pengelolaan modal intelektual yang baik, perusahaan dinilai memiliki kapabilitas untuk menghasilkan pengungkapan informasi yang lebih berkualitas dan tidak bias. Dengan demikian, pemangku kepentingan akan merespon positif upaya manajemen dalam mengungkapkan informasi emisi karbon yang kemudian akan berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Modal Intelektual memperkuat pengaruh Isu konsumen terhadap Kinerja Keuangan

Pengujian pengaruh dengan efek moderasi Modal Intelektual antara penerapan aktivitas dan tindakan yang berkaitan pada Isu Konsumen terhadap Kinerja Keuangan diperoleh nilai koefisien inner weight sebesar -0,309 dengan nilai T-statistik sebesar 0,842 dan p-value sebesar 0.200, karena nilai T-statistik < 1.96 dan p-value > 0.05, maka Modal Intelektual tidak mampu berperan sebagai moderator dalam pengaruh Isu Konsumen terhadap Kinerja Keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat pada penelitian ini ditolak.

Ulum et al. (2016) mengungkapkan bahwa pengelolaan sumber daya tidak berwujud dapat membantu perusahaan untuk mencapai kualitas yang kompetitif, meningkatkan produktivitas dan nilai pasar. Investasi pada modal intelektual diharapkan memelihara sumber daya manusia, meningkatkan proses, menjaga hubungan dengan pelanggan dan pemasok, dan menghasilkan inovasi yang lebih besar (Xu & Wang, 2018). Misalnya, melalui strategi diferensiasi produk yang memanfaatkan peluang pada isu tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dihadapi perusahaan.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan modal intelektual tidak dapat berperan pada pengaruh penerapan aktivitas dan tindakan berdasarkan isu konsumen terhadap kinerja keuangan perusahaan. Lebih lanjut, meskipun berada dalam sektor industri yang sama yaitu Industri Barang Konsumsi, sektor ini memiliki sub sektor yang berbeda seperti makanan dan minuman, rokok, farmasi, keperluan rumah tangga dan barang konsumsi, serta barang lainnya (Sana, 2020b; Stellner Klein C. & Zwergel B., 2015b; Talib K Josaiman S. & Faisal M. N., 2020; Taouab & Issor Z., 2019; Ulum Rizqiyah & Jati A. W., 2016). Hal ini menyebabkan perbedaan prioritas isu konsumen maupun inisiatif strategi bisnis yang melibatkan modal intelektual perusahaan. Pada perhitungan efisiensi modal intelektual, sub modal intelektual yang tidak semua perusahaan ungkapkan adalah Modal Inovasi yang berkaitan dengan riset dan pengembangan produk maupun yang berkaitan dengan operasional perusahaan. Hanya 9 perusahaan farmasi, 3 perusahaan rokok, serta 4 subsektor makanan yang mengungkapkannya. Hal ini membuktikan adanya perbedaan perlakuan perusahaan atas pengelolaan modal intelektual yang tergantung pada subsektor bisnis tersebut (Usman & Amran N. A. B., 2015; Valmohammadi, 2014; Wang & Sarkis J., 2017; Xu & Wang B., 2018; Yu Kuo L. & Kao M. F., 2017).

Perbedaan pengelolaan tersebut karena adanya perspektif yang berbeda, karena tujuan setiap perusahaan mungkin tidak sama. Harus diakui bahwa perusahaan mungkin memiliki banyak dan beragam kepentingan yang dapat dipengaruhi oleh keputusan dan aktivitas organisasi. Selain itu, untuk menentukan ruang lingkup tanggung jawab sosialnya, mengidentifikasi isu-isu yang relevan dan menetapkan prioritasnya. Keputusan membeli suatu produk masih didasari faktor pendapatan dan selera. Lebih lanjut Selain itu, persaingan produk sejenis dari dalam maupun luar negeri juga menjadi faktor konsumsi masyarakat. Kondisi ini akan selalu fluktuatif diiringi faktor eksternal seperti penurunan tingkat pendapatan serta kejadian tidak terduga seperti Covid-19 yang terjadi di tahun 2019, yang kemudian berpengaruh pada penurunan konsumsi rumah tangga di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan industri barang konsumsi di Indonesia, menunjukkan bahwa praktik ini masih dilakukan secara terbatas untuk memenuhi legitimasi, bukan sebagai bagian dari strategi keberlanjutan. Sementara itu, penerapan aktivitas dan tindakan pada isu konsumen tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, diduga karena daya beli masyarakat yang masih rendah dan kurangnya kesadaran konsumsi bertanggung jawab. Namun, temuan penting lainnya menunjukkan bahwa modal intelektual berperan memperkuat pengaruh positif pengungkapan emisi karbon terhadap kinerja keuangan, menegaskan pentingnya pengelolaan aset tidak berwujud dalam menghasilkan informasi yang relevan dan kredibel bagi pemangku kepentingan. Sebaliknya, modal intelektual belum mampu memperkuat pengaruh isu konsumen terhadap kinerja, kemungkinan karena perbedaan karakteristik sub-sektor dan prioritas bisnis.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan menyoroti peran moderasi modal intelektual dalam kaitannya dengan pengungkapan keberlanjutan, serta memberikan wawasan praktis bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pengungkapan dan strategi sosial mereka. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan data dengan memasukkan perusahaan dari berbagai sektor industri agar dapat melihat pola yang lebih umum, serta menambahkan variabel mediasi seperti reputasi perusahaan atau persepsi investor yang dapat menjelaskan lebih lanjut hubungan antara keberlanjutan dan kinerja keuangan. Selain itu, pendekatan kualitatif juga dapat digunakan untuk menggali lebih dalam motivasi dan strategi perusahaan dalam mengelola isu konsumen dan emisi karbon secara lebih kontekstual.

DAFTAR PUSTAKA

Aggarwal & Singh A. K., P. (2019). CSR and sustainability reporting practices in India: an in-depth content analysis of top-listed companies. *Social Responsibility Journal*, 15(8), 1033–1053. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0078>

- Akben Selcuk & Kiymaz H., E. (2017). Corporate Social Responsibility and Firm Performance: Evidence from an Emerging Market. *Accounting and Finance Research*, 6(4), 42. <https://doi.org/https://doi.org/10.5430/afr.v6n4p42>
- Alsaifi Elnahass M. & Salama A., K. (2020). Carbon disclosure and financial performance: UK environmental policy. *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 711–726. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/bse.2426>
- Alsaifi, Khaled, Elnahass, Marwa, & Salama, Aly. (2020). Carbon disclosure and financial performance: UK environmental policy. *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 711–726. <https://doi.org/10.1002/bse.2426>
- Arli & Tjiptono F., D. (2014). Does corporate social responsibility matter to consumers in indonesia? *Social Responsibility Journal*, 10(3), 537–549. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2013-0007>
- Arli, Denni, & Tjiptono, Fandy. (2014). Does corporate social responsibility matter to consumers in indonesia? *Social Responsibility Journal*, 10(3), 537–549. <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2013-0007>
- Asmeri Alvionita T. & Gunardi A., R. (2017). CSR Disclosures in the Mining Industry: Empirical Evidence from Listed Mining Firms in Indonesia. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(1), 16. <https://doi.org/https://doi.org/10.28992/ijssam.v1i1.23>
- Baba, B. U. (2021). *The effect of ownership structure on social and environmental reporting in Nigeria: the moderating role of intellectual capital disclosure*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JGR-06-2019-0060>
- Bae Choi Lee D. & Psaros J., B. (2013). An analysis of Australian company carbon emission disclosures. *Pacific Accounting Review*, 25(1), 58–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/01140581311318968>
- Chakroun Salhi B. Ben Amar A. & Jarboui A., S. (2019). The impact of ISO 26000 social responsibility standard adoption on firm financial performance: Evidence from France. *Management Research Review*, 43(5), 545–571. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MRR-02-2019-0054>
- Chiarini & Vagnoni E., A. (2017). Differences in implementing corporate social responsibility through SA8000 and ISO 26000 standards: Research from European manufacturing. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 28(4), 438–457. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JMTM-12-2016-0170>
- Cho Chung C. Y. & Young J., S. J. (2019). Study on the relationship between CSR and financial performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2), 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su11020343>
- Feng & Maki T., L. (2018). From the ISO26000 perspective: does corporate social responsibility influence corporate value? *Asian J. of Management Science and Applications*, 3(2), 97. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/ajmsa.2018.10011950>
- Gangi Salerno D. Meles A. & Daniele L. M., F. (2019). Do corporate social responsibility and corporate governance influence intellectual capital efficiency? *Sustainability (Switzerland)*, 11(7), 1–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su11071899>
- Gunawan & Tin S., J. (2019). The development of corporate social responsibility in accounting research: evidence from Indonesia. *Social Responsibility Journal*, 15(5), 671–688. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0076>
- Gunawan, Juniati, & Susilo, Hermawan. (2021). Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation, and Share Price: a Study of Consumer Goods Industries Using Sustainable Accounting Standard Board (Sasb) Disclosures. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 8(1), 65. <https://doi.org/10.25105/jmat.v8i1.8770>
- Gupta & Raman T. V., K. (2020). Intellectual capital: a determinant of firms' operational efficiency. *South Asian Journal of Business Studies*, 10(1), 49–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SAJBS-11-2019-0207>
- Hair Hult G.T.M. Ringle C.M. & Sarstedt M., J. F. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 165.

- Hermawan Aisyah I. S. Gunardi A. & Putri W. Y., A. (2018). Going green: Determinants of carbon emission disclosure in manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 8(1), 55–61.
- ISO, 26000. (2015). *International Standard International Standard*. <https://doi.org/61010-1> © Iec:2001
- Kumar & Prakash A., K. (2019). Developing a framework for assessing sustainable banking performance of the Indian banking sector. *Social Responsibility Journal*, 15(5), 689–709. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2018-0162>
- Lee, Sunghee, & Jung, Heungjun. (2016). The effects of corporate social responsibility on profitability. *Management Decision*, 54(6), 1383–1406. <https://doi.org/10.1108/md-07-2015-0268>
- Lu, Wenting, Zhu, Naiping, & Zhang, Jing. (2021). The impact of carbon disclosure on financial performance under low carbon constraints. *Energies*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/en14144126>
- Nainggolan, Ivani Juni, & Handoyo, Sofik. (2019). The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures on Corporate Financial Performance with Industrial Types as Moderating Variables. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 2(1), 46. <https://doi.org/10.24198/jaab.v2i1.20539>
- Nikolaou, I. E. (2019). A Framework to Explicate the Relationship Between CSER and Financial Performance: an Intellectual Capital-Based Approach and Knowledge-Based View of Firm. *Journal of the Knowledge Economy*, 10(4), 1427–1446. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s13132-017-0491-z>
- Nirino Ferraris A. Miglietta N. & Invernizzi A. C., N. (2020). Intellectual capital: the missing link in the corporate social responsibility–financial performance relationship. *Journal of Intellectual Capital*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIC-02-2020-0038>
- Nishitani & Kokubu K., K. (2020a). Can firms enhance economic performance by contributing to sustainable consumption and production? Analyzing the patterns of influence of environmental performance in Japanese manufacturing firms. *Sustainable Production and Consumption*, 21, 156–169. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.12.002>
- Nishitani & Kokubu K., K. (2020b). Can firms enhance economic performance by contributing to sustainable consumption and production? Analyzing the patterns of influence of environmental performance in Japanese manufacturing firms. *Sustainable Production and Consumption*, 21, 156–169. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.12.002>
- Perdana & Gunawan J., K. (2017). *Proposed Integrated Measurement Standard to Measure Sustainability Performance: Evidence From Indonesia*. 251–267. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-56182-0_16
- Rokhmawati, Andewi, Gunardi, Ardi, & Rossi, Matteo. (2017). How powerful is your customers' reaction to carbon performance? Linking carbon and firm financial performance. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 7(6), 85–95.
- Sana, S. S. (2020a). Price competition between green and non green products under corporate social responsible firm. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(February), 102118. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102118>
- Sana, S. S. (2020b). Price competition between green and non green products under corporate social responsible firm. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(February), 102118. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102118>
- Stellner Klein C. & Zwergel B., C. (2015a). Corporate social responsibility and Eurozone corporate bonds: The moderating role of country sustainability. *Journal of Banking and Finance*, 59, 538–549. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2015.04.032>
- Stellner Klein C. & Zwergel B., C. (2015b). Corporate social responsibility and Eurozone corporate bonds: The moderating role of country sustainability. *Journal of Banking and Finance*, 59, 538–549. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2015.04.032>
- Talib K Josaiman S. & Faisal M. N., F. (2020). An integrated AHP and ISO14000, ISO26000 based approach for improving sustainability in supply chains. *International Journal of Quality and Reliability Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJQRM-04-2020-0129>

- Taouab & Issor Z., O. (2019). Firm Performance: Definition and Measurement Models. *European Scientific Journal ESJ*, 15(1), 93–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.19044/esj.2019.v15n1p93>
- Ulum Rizqiyah & Jati A. W., I. (2016). Intellectual capital performance: A comparative study between financial and non-financial industry of Indonesian biggest companies. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(4), 1436–1439.
- Usman & Amran N. A. B., A. B. (2015). Corporate social responsibility practice and corporate financial performance: Evidence from Nigeria companies. *Social Responsibility Journal*, 11(4), 749–763. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2014-0050>
- Valmohammadi, C. (2014). Impact of corporate social responsibility practices on organizational performance: An ISO 26000 perspective. *Social Responsibility Journal*, 10(3), 455–479. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2013-0021>
- Wang & Sarkis J., Z. (2017). Corporate social responsibility governance, outcomes, and financial performance. *Journal of Cleaner Production*, 162, 1607–1616. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.142>
- Xu & Wang B., J. (2018). Intellectual capital, financial performance and companies' sustainable growth: Evidence from the Korean manufacturing industry. *Sustainability (Switzerland)*, 10(12). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su10124651>
- Yu Kuo L. & Kao M. F., H. C. (2017). The relationship between CSR disclosure and competitive advantage. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 8(5), 547–570. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SAMPJ-11-2016-0086>