



**PENGARUH *ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE*
(ESG) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN (Studi
Perbandingan Sebelum dan Saat COVID-19)**

Oleh :

Fadhli Syaidul Haq

1810531015

Pembimbing :

Dr. Asniati, SE, MBA, CA, Ak, CSRS, CSRA

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

PADANG

2022

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Fadhli Syaidul Haq
No. Bp : 1810531015
Program Studi : Strata Satu (S-1)
Jurusan : Akuntansi
Judul : **Pengaruh *Environmental, Social, Governance* (ESG) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Perbandingan Sebelum dan Saat Covid-19)**

Telah disajikan dan disetujui skripsi ini melalui seminar hasil yang diadakan pada tanggal 18 Agustus 2022 sesuai dengan prosedur, ketentuan, dan kelaziman yang berlaku.

Padang, 30 Agustus 2022

Ketua Program Studi Akuntansi

Pembimbing Skripsi


Dian Yuni Anggraeni, S.E.I., M.S.AK


Dr. Asniati, SE, MBA, CA, Ak, CSRS, CSRA.

NIP. 199206122018032001

NIP. 196508071991032002

	No Alumni Universitas	Fadhli Syaidul Haq	No Alumni Fakultas
	<p style="text-align: center;">BIODATA</p> <p>a) Tempat/Tanggal Lahir: Sungai Landia/23 November 2000 b) Nama Orang Tua: Asriwandi dan Yesti c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis d) Jurusan: Akuntansi e) No BP: 1810531015 f) Tanggal Lulus: 29 Agustus 2022 g) Predikat Lulus: Dengan Pujian h) IPK: 3,50 i) Lama Studi: 4 Tahun j) Alamat Orang Tua: Sungai Landia, Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat</p>		
<p style="text-align: center;">PENGARUH ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE (ESG) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN (Studi Perbandingan Sebelum dan Saat COVID-19)</p> <p style="text-align: center;">Skripsi Oleh: Fadhli Syaidul Haq Pembimbing: Dr. Asniati, SE, MBA, CA, Ak, CSRS, CSRA.</p> <p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p><i>This study aims to determine the effect of Environmental, Social, and Governance on the company's reputation before and during the Covid-19 pandemic. The research method uses descriptive analysis with purposive sampling technique, which involves 787 companies listed on the IDX. The results of this study indicate that the influence of environmental and governance performance has no significant effect on the company's reputation both before and during the Covid-19 pandemic. These findings imply that environmental and governance performance cannot be used as an assessment in decision making for stakeholders. Social performance before the pandemic has no effect on the pandemic but during the pandemic social performance has a significant effect on the company's reputation. These findings imply that the company exerts</i></p>			

influence and attracts stakeholders when a crisis occurs, thereby enhancing the company's reputation.

Keywords: *Environmental, Social, Governance, Company's Reputation, COVID-19*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lingkungan, Sosial, Tata Kelola terhadap reputasi perusahaan sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif dengan teknik purposive sampling yang melibatkan 787 perusahaan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kinerja lingkungan dan tata kelola tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan baik sebelum maupun selama pandemi Covid-19. Temuan ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan tata kelola tidak dapat digunakan sebagai penilaian dalam pengambilan keputusan bagi para pemangku kepentingan. Kinerja sosial sebelum pandemi tidak berpengaruh pada pandemi tetapi selama pandemi kinerja sosial berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan memberikan pengaruh dan menarik pemangku kepentingan ketika krisis terjadi, sehingga meningkatkan reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Lingkungan, Sosial, Tata Kelola, Reputasi Perusahaan, COVID-19

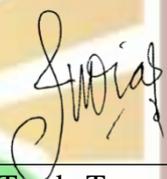
Skripsi ini sudah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 18 Agustus 2022 dengan pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1. 	2. 
Nama Terang	<u>Dr. Asniati, SE, MBA, CA, Ak, CSRS, CSRA.</u>	<u>Drs. Amsal Djunid, M.Bus., Ak, CA.</u>

Mengetahui:

Kepala Program
Studi Akuntansi

Dian Yuni Anggraeni, S.E.I., M.S.AK
NIP. 199206122018032001


Tanda Tangan

Alumni telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapatkan nomor alumni:

No Alumni Fakultas	Petugas Fakultas / Universitas	
	Nama	Tanda Tangan
No Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Environmental, Social, Governance (ESG)* Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Perbandingan Sebelum dan Saat Covid-19)**” merupakan hasil karya saya sendiri, dan tidak terdapat sebagian atau keseluruhan dari tulisan yang membuat kalimat, ide, gagasan atau pendapat yang berasal dari sumber lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Adapun bagian-bagian yang bersumber dari karya orang lain telah dicantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika, dan kaidah penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Padang, 30 Agustus 2022

Yang memberi pernyataan



Fadhli Syaidul Haq
1810531015



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji beserta syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh *Environmental, Social, Governance* (ESG) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Perbandingan Sebelum dan Saat Covid-19)**". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi dari Program Studi S-1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dan berkontribusi memberikan bantuan, nasihat, motivasi dan bimbingan dalam penyusunan skripsi, selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas maupun selama perjalanan hidup penulis. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang yang senantiasa mendengarkan setiap keluh kesah penulis, yang selalu memberikan kemudahan disetiap langkah penulis dan selalu memberikan jawaban atas doa-doa yang penulis pinta sehingga alhamdulillah penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

2. Orang tua penulis, terima kasih Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan serta pengorbanan yang tidak terhingga terhadap penulis.

Terima kasih kepada Ayah yang selalu membimbing penulis untuk menjadi laki-laki yang bagaimana seharusnya dan mendoakan penulis selalu lancar dalam segala urusan meskipun beliau yang sudah

mengorbankan dirinya untuk anaknya yang tercinta ini. Terima kasih kepada Ibu yang telah memberikan semangat dan doa yang sangat dalam serta selalu menanyakan kabar setiap hari yang tidak pernah terlewatkan. Terima kasih Ayah dan Ibu atas ridho dan doa penulis sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini.

3. Bapak Dr. Fauzan Misra, M.Sc., Ak., CA., BKP. selaku Ketua Program Studi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas.

4. Ibu Dr. Asniati, SE., MBA., CA., Ak., CSRS., CSRA. Selaku dosen pembimbing akademik serta dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih atas bimbingan dari ibu terhadap perkuliahan penulis serta saran dari ibu agar nilai penulis tidak rendah lagi. terima kasih juga telah membimbing serta memberikan saran dan masukan terhadap skripsi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Drs. Amsal Djunid, M.Bus., Ak, CA. selaku dosen penelaah skripsi yang telah memberikan saran dan kritikan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Bapak Dr. Hamdani, MM., M.Si., Ak. dan Bapak Dr.Syahril Ali, SE., M.Si., Ak., CPA., CA. selaku dosen penguji ujian komprehensif yang telah mempercayakan bahwa penulis layak menyandang gelar Sarjana Akuntansi. Terima kasih atas nasihat yang telah bapak-bapak berikan untuk bekal penulis kedepannya.

7. Bapak dan Ibu manajemen jurusan dan dosen-dosen yang mengajar di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas yang telah memfasilitasi dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi masa depan penulis.

8. Saudara-saudara penulis, uda deni dan abang rino terima kasih untuk kalian berdua selalu memberikan semangat dan bantuan secara tulus untuk adik kecilnya ini. Terima kasih uda selalu ada disamping penulis yang sering direpotkan pada saat ada kegiatan, kemudian selalu menemani penulis pergi ke suatu tempat dan selalu sabar menghadapi kelakuan dari penulis. Kemudian untuk abang terima kasih bang ini merupakan doa abang yang sudah lama abang doakan dan menjadi permulaan bagi penulis untuk mencapai apa yang telah kita cita-citakan waktu kecil serta janji yang telah dibuat.

9. Kepada Femi the one and only yang selalu ngajak ngambis bareng dari awal penentuan judul sampai selesai dengan tujuan biar sama-sama wisuda hehe. Terima kasih mau direpotkan penulis terus menerus meskipun sedang ada hal yang penting perlu dikerjakan. Maaf atas sikap dari penulis yang tidak kadang-kadang suka overthinking dan selalu mennyampaikan keluh kesah penulis padahal lagi sama ada kendala masing-masing tetapi masih tetap memberi support kepada penulis sampai pengerjaan skripsi penulis selesai.

10. Kepada grup the weirdos napi, wafiq, fira, kiki, naul terima kasih atas semangat serta mendengarkan keluh kesah penulis meskipun kita jarang kumpul tapi semoga kita dapat kumpul bareng lagi.

11. Kepada ibu pembimbing dua yaitu nana serta kawan-kawan kontrakan gando, azi, ami dan ibnu, terima kasih selalu ada waktu serta bantuan yang kalian berikan dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis yang selalu suka pusing sendiri dalam proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan kalian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Presidium HIMA (jaan, dora, wafiq, gando, khalil, ahul, hafiz, mona dan via) terima kasih atas pengalaman yang sangat berkesan dalam menjalankan kepengurusan HIMA. Semoga kita bisa sama-sama sukses untuk kedepannya.

13. Keluarga besar Akuntansi 2018 yang bersama-sama melewati masa perkuliahan. Sukses selalu teman-teman A18.

14. Dan kepada yang merasa namanya perlu disebutkan di kata pengantar ini terima kasih atas dukungan dan support dalam pengerjaan skripsi penulis.

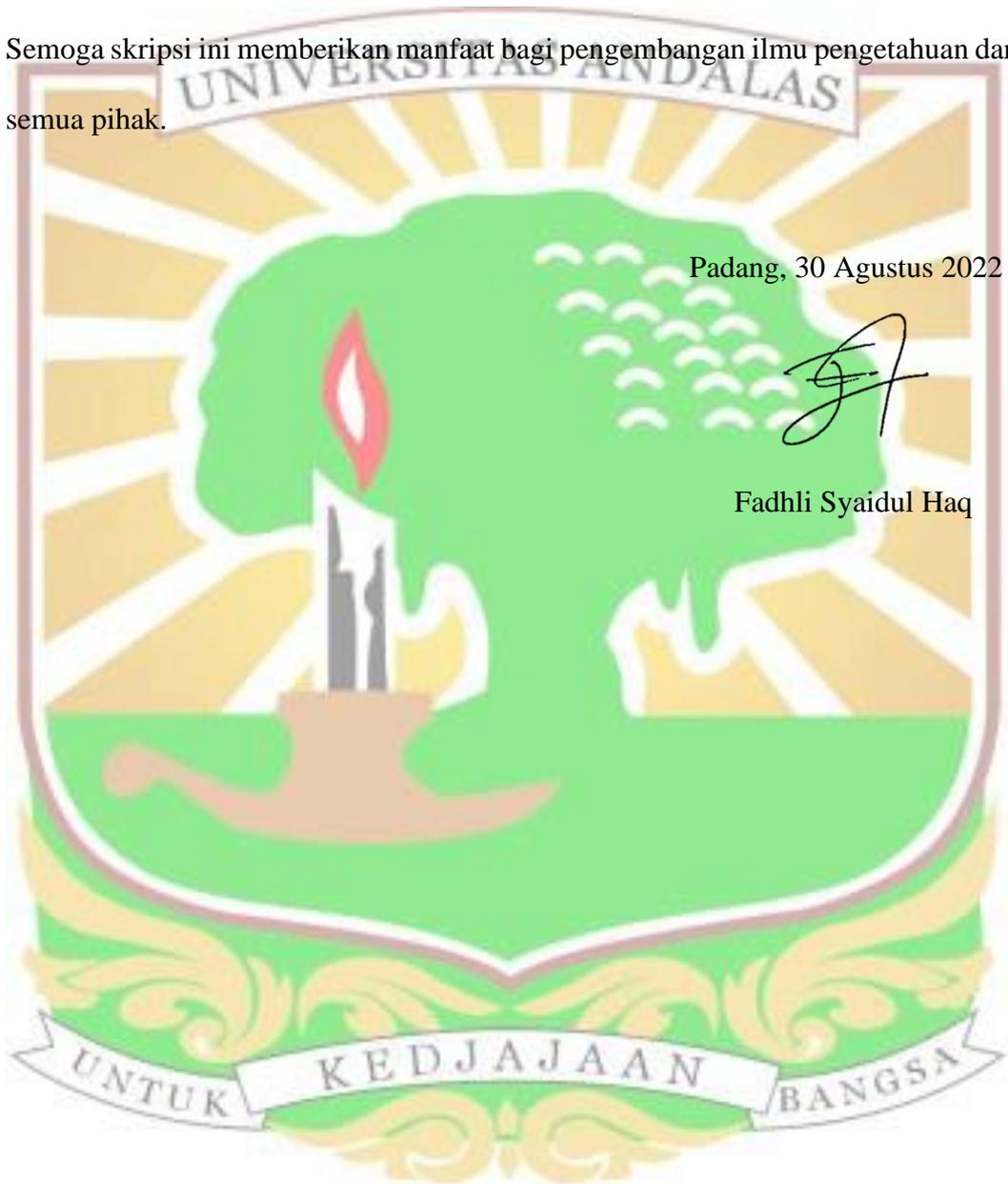
15. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri penulis sendiri. Terima kasih untuk selalu berjuang, pantang menyerah dan selalu *all out* dalam menyelesaikan studi di Jurusan Akuntansi. Masih teringat dimana penulis masih terkendala dalam ganti judul hampir satu semester dan memikirkan apakah akan menambah satu semester lagi, tetapi alhamdulillah selesai juga tepat waktu. Terima kasih sudah selalu berjuang setiap hari untuk selalu mengangsur dan alhamdulillah akhirnya selesai.

Akhir kata, semoga kebaikan semua pihak yang telah membantu perkuliahan dan perskripsian penulis dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi penulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan semua pihak.

Padang, 30 Agustus 2022



Fadhli Syaidul Haq



DAFTAR ISI

	halaman
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
BIODATA.....	ii
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Legitimasi (<i>Legitimacy Theory</i>).....	9
2.1.2 Teori Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholders Theory</i>).....	10
2.2 <i>Environmental, Social, Governance (ESG)</i>	11
2.2.1 Konsep <i>Environmental, Social, Governance (ESG)</i>	11
2.2.2 Kinerja Lingkungan (<i>Environmental</i>).....	13
2.2.3 Kinerja Sosial (<i>Social</i>).....	14
2.2.4 Kinerja Tata Kelola (<i>Governance</i>)	16
2.3 Reputasi Perusahaan.....	17
2.3.1 Definisi Reputasi Perusahaan	17
2.3.2 Metode Penilaian Reputasi	19
2.3.3 Elemen Untuk Membangun Reputasi Perusahaan.....	22

2.3.4 Faktor-Faktor Penilaian Reputasi Perusahaan oleh Konsumen.....	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	25
2.5 Pengembangan Hipotesis	27
2.5.1 Pengungkapan Kinerja Lingkungan dan Reputasi Perusahaan.....	27
2.5.2 Pengungkapan Kinerja Sosial dan Reputasi Perusahaan	29
2.5.3 Pengungkapan Kinerja Tata Kelola dan Reputasi Perusahaan	30
2.6 Kerangka Konseptual	32
BAB 3	33
METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Jenis Data	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.6 Metode Analisis Data	40
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	40
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.3 Analisis Regresi Berganda.....	42
3.6.4 Uji Hipotesis	43
BAB 4	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	45
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.1.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.1.5 Hasil Uji Hipotesis.....	56
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan	61
4.2.2 Pengaruh Kinerja Sosial terhadap Reputasi Perusahaan.....	63

4.2.3 Pengaruh Kinerja Tata Kelola terhadap Reputasi Perusahaan.....	66
BAB 5	69
PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Batasan Penelitian	70
5.3 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persepsi Responden Terhadap Kondisi Perusahaan saat Pandemi Covid 19.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	32



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kriteria Pemilihan Sampel	34
Tabel 3. 2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan One Sample Kolmogorov Smirnov Test	49
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi Sebelum Covid-19	52
Tabel 4. 6 Model Regresi Linear Berganda Sebelum Covid-19	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji T.....	56
Tabel 4. 8 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	58
Tabel 4. 9 Uji F Sebelum Covid-19	58
Tabel 4. 10 Uji F Saat Covid-19	59
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi (R ²) Sebelum Covid-19	59
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (R ²) Saat Covid-19	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Penelitian Terdahulu.....	76
Lampiran 1. 2 Daftar Sampel Penelitian.....	82
Lampiran 1. 3 Nilai Variabel Independen dan Variabel Dependen.....	84



BAB 1

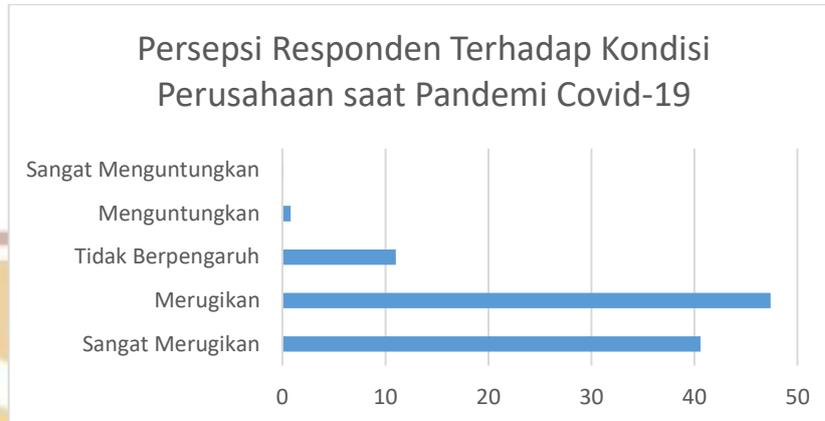
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak 9 maret 2020, WHO mengumumkan bahwa covid-19 (*coronavirus disease*) telah berstatus pandemi, hal ini mengakibatkan adanya perubahan terhadap kehidupan dunia. Banyak sektor yang merasakan dampak dari pandemi ini, mulai dari sektor kesehatan yang telah mengakibatkan lebih dari 179.241.734 kasus di 223 negara hingga Juni 2021 (Kementerian Kesehatan, 2021), hingga di sektor perekonomian yang mengalami dampak merosotnya pertumbuhan perekonomian global ke negatif 2,8 % atau hingga 6% di periode akhir kuartal I tahun 2020 (Carrillo-Larco & Castilo-Cara, 2020).

Penyebaran virus covid-19 ini menyebabkan sektor kesehatan di Indonesia semakin memburuk. Karena hal tersebut, pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk memperlambat lajunya penyebaran covid-19. Kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 21 Tahun 2020. Kebijakan ini mengatur pembatasan kegiatan dalam keramaian atau di fasilitas umum. Dikeluarkannya kebijakan PSBB ini berdampak secara langsung terhadap sektor-sektor yang ada, salah satunya perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh kementerian ketenagakerjaan secara daring dan telepon terhadap 1.105 perusahaan di 17 sektor pada agustus 2020, hasil menunjukkan bahwa 9 dari 10 perusahaan mengalami dampak langsung dari covid-19 (Kementerian Ketenagakerjaan RI, 2020).

Gambar 1. 1 Persepsi Responden Terhadap Kondisi Perusahaan saat Pandemi Covid 19



Sumber data : (Kementerian Ketenagakerjaan RI, 2020)

Dapat dilihat pada gambar, 40,6% perusahaan yang disurvei mengatakan pandemi covid-19 sangat merugikan. Lalu, 47,4% perusahaan menyatakan pandemi covid-19 merugikan. Sementara, 11% perusahaan menyatakan pandemi covid-19 tidak berpengaruh. Hanya 0,8% perusahaan yang mengaku pandemi covid-19 menguntungkan. Sedangkan, 0,1% perusahaan menyebut pandemi covid-19 sangat menguntungkan. Dengan adanya kerugian yang dialami oleh perusahaan tersebut, maka hal ini akan berdampak pula terhadap unsur-unsur penting bagi perusahaan, salah satunya yaitu reputasi perusahaan.

Reputasi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan. Reputasi adalah aset tidak berwujud yang saat ini dimiliki oleh perusahaan dan memiliki kemampuan untuk menciptakan *future value* bagi perusahaan (Louist & Rayner, 2010). Reputasi perusahaan akan menentukan suatu nilai bagi perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik maka akan memberikan kepercayaan, keyakinan dan dukungan yang baik, begitupun sebaliknya (Rahmawati, 2017). Perusahaan yang memiliki reputasi yang bagus

maka berdampak pada peningkatan keuntungan bagi perusahaan seperti: bisa menarik lebih banyak *stakeholder*, produk atau jasa yang diluncurkan akan lebih mudah diterima *stakeholder*, dapat meningkatkan *market share*, sehingga laba yang dihasilkan perusahaan akan semakin bertambah, begitupun sebaliknya (Nofrianti & Saraswati, 2020). Oleh karena itu, dengan adanya pandemi covid-19 menciptakan reputasi yang buruk terhadap perusahaan. Sehingga dampak yang dirasakan oleh perusahaan yaitu mengalami kehilangan *stakeholder*, dan berkurangnya kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut (Iswadi & Tiastity, 2015). Dalam membangun reputasi yang baik di masa pandemi ini, perusahaan tidak hanya berfokus pada laporan keuangan saja tetapi laporan keberlanjutan kini juga menjadi perhatian bagi perusahaan dalam membangun reputasi atau citra baik bagi perusahaannya (Tarmuji, Maelah, & Tarmuji, 2016). Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam membangun kembali reputasi yang baik adalah dengan menggunakan pelaporan ESG (*Environmental, Social, Governance*).

Konsep dasar dalam ESG (*Environmental, Social, Governance*) menerapkan kegiatan pembangunan, keberlanjutan bisnis, dan investasi dengan tiga pilar utama yaitu lingkungan (*environmental*), sosial (*social*), dan tata kelola (*governance*). Dalam hal ini perusahaan akan mendahulukan prinsip-prinsip kepedulian terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola yang baik sesuai dengan peraturan yang berlaku (Kusumayudha, 2022). Saat ini banyak perusahaan yang mulai meningkatkan ESG karena *stakeholder* juga sudah mulai memperhatikan perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial, salah satu buktinya yaitu dari segi investasi dengan besarnya animo investor dalam berinvestasi berbasis ESG. Hal ini dapat dilihat dari investasi lokal dimana

total dana kelolaan reksa dana yang mengacu kepada indeks saham bertema ESG adalah sebesar Rp 3,4 triliun pada Oktober 2021 yang naik 80 kali lipat dari total dana kelolaan di tahun 2016 sebesar Rp 42,2 miliar (KEHATI, 2021). Hal tersebut membuktikan bahwa ESG mulai diminati oleh *stakeholder* karena perusahaan yang baik dalam menerapkan ESG umumnya memiliki kinerja perusahaan yang lebih baik apalagi ketika pandemi covid-19 ini yang memberikan tekanan kepada semua sektor yang ada. Jadi dengan adanya penerapan ESG (*Environmental, Social, Governance*) akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Penelitian tentang ESG ini diambil dari literatur dari Behl,dkk (2021) mengenai ESG, menguji hubungan dua arah dan pengaruh autoregresi antara pengungkapan ESG dan nilai perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa ESG serta komponennya yang terdiri dari *environmental, social, governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dalam jangka pendek. Serta secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dalam jangka panjang. Pada penelitian lainnya dilakukan oleh Anna Melinda dan Ratna Wardhani (2020) menyimpulkan bahwa kinerja skor ESG yang lebih tinggi akan berkorelasi dengan meningkatnya nilai perusahaan, selain itu dengan adanya pengungkapan ESG juga akan menunjukkan kemampuan berkelanjutan dari perusahaan tersebut.

Penelitian sebelumnya mengenai reputasi perusahaan dibahas oleh Nofrianti & Sarawati (2020) penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* pada reputasi perbankan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* maka akan meningkatkan reputasi perusahaan. Pada penelitian lainnya yang

dilakukan oleh Kapita & Suardana (2018) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* pada reputasi perusahaan manufaktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* secara signifikan berpengaruh pada reputasi perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR dan semakin tepat GCG dalam perusahaan maka akan cenderung meningkatkan reputasi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, diketahui bahwa dampak dari covid-19 membuat perusahaan harus memutar pikiran agar perusahaan tersebut tetap terjaga reputasinya. Dengan adanya pelaporan keberlanjutan dari perusahaan dalam hal ini adalah ESG yang menarik perhatian *stakeholder*, maka diharapkan dapat meningkatkan reputasi dari perusahaan tersebut. Selain itu dengan terbatasnya penelitian mengenai pengaruh ESG (*Environmental, Social, Governance*) terhadap reputasi perusahaan maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN (Studi Perbandingan Sebelum dan Saat COVID-19)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- 1) Bagaimana kinerja *environmental* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan pada masa sebelum dan saat Covid-19 ?

- 2) Bagaimana kinerja *social* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan pada masa sebelum dan saat Covid-19 ?
- 3) Bagaimana kinerja *governance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan pada masa sebelum dan saat Covid-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disampaikan, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1) Mengetahui pengaruh kinerja *environmental* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan pada masa sebelum dan saat Covid-19.
- 2) Mengetahui pengaruh kinerja *social* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan pada masa sebelum dan saat Covid-19.
- 3) Mengetahui pengaruh kinerja *governance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan pada masa sebelum dan saat Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu :

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh ESG (*Environmental, Social, Governance*) terhadap reputasi perusahaan pada masa sebelum dan saat covid-19. Kemudian juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari dibangku perkuliahan.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang laporan keberlanjutan mengenai ESG (*Environmental, Social, Governance*) dan reputasi perusahaan.

b. Bagi Peneliti Lanjutan

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi serta referensi dalam pengembangan teori mengenai ESG (*Environmental, Social, Governance*) bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen agar penyajian laporan keberlanjutan lebih ditingkatkan. Kemudian memberikan motivasi dan perhatian untuk memperhatikan lingkungan, sosial, serta tata kelola bagi perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini akan menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah yang berkaitan dengan topik yang diangkat, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini akan menjelaskan teori dan konsep dasar yang berkaitan dengan masalah penelitian, hasil penelitian sebelumnya, dan arah dalam pengembangan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

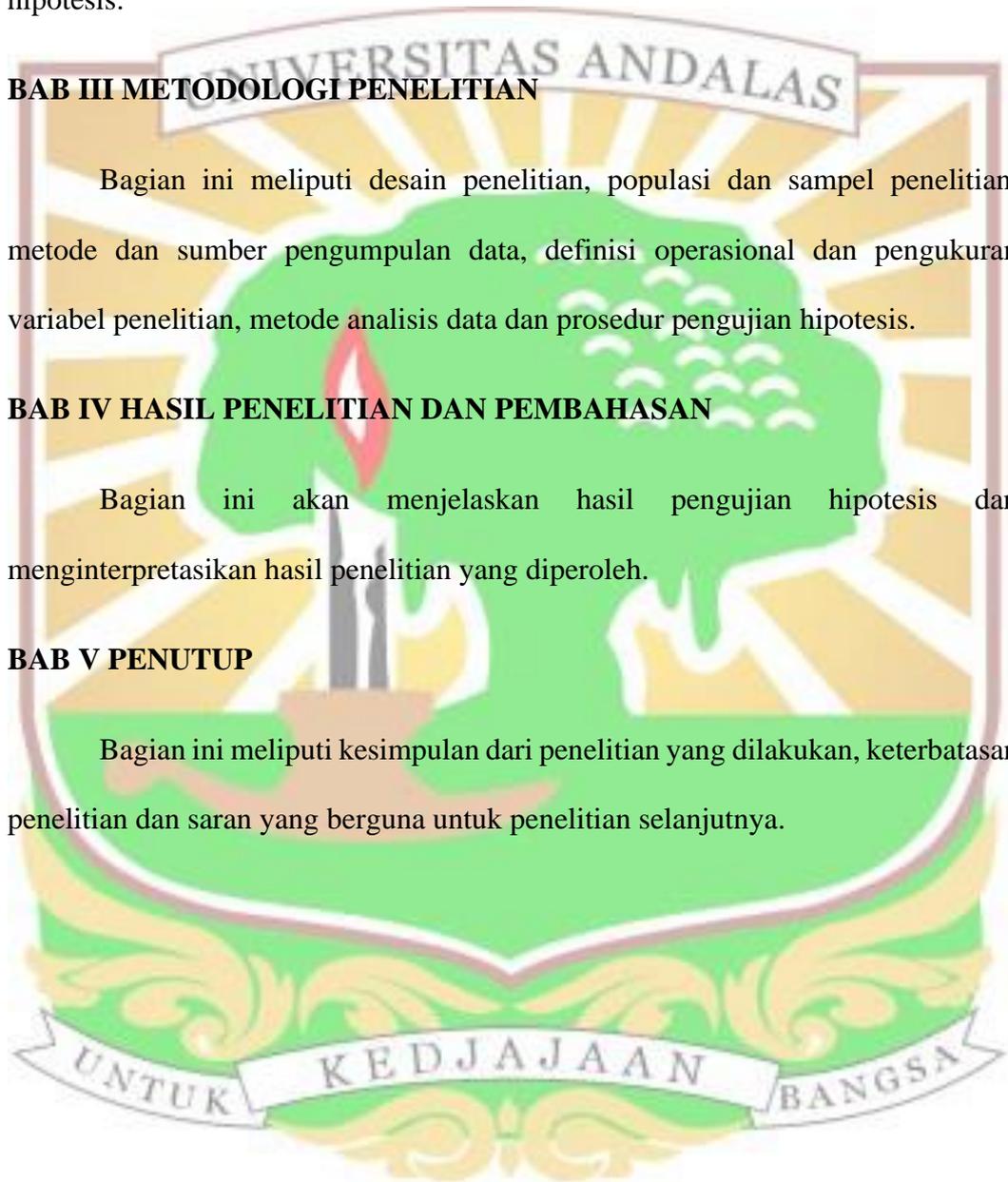
Bagian ini meliputi desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode dan sumber pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode analisis data dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan hasil pengujian hipotesis dan menginterpretasikan hasil penelitian yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bagian ini meliputi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya.



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi seharusnya tidak hanya memperhatikan kepentingan investor tetapi juga harus memperhatikan kepentingan publik secara umum (Deegan & Rankin, 1997). Dasar teori legitimasi adalah adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan itu berada dan menggunakan sumber daya yang tersedia. Konsep kontrak sosial adalah bahwa semua lembaga sosial, termasuk perusahaan, beroperasi di antara masyarakat melalui kontrak sosial, baik secara eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan pertumbuhannya didasarkan pada hasil yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan ekonomi, sosial atau keuntungan politik dapat didistribusikan kepada kelompok-kelompok sesuai dengan kapasitas mereka. Setiap pengungkapan aktivitas lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan atas pemanfaatan sumber daya yang ada.

Fokus dari teori legitimasi adalah hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan merupakan bagian dari sistem dengan nilai sosial dalam masyarakat, sehingga aktivitas dengan nilai perusahaan berusaha menciptakan harmoni antara norma yang berlaku di masyarakat (Ghozali, 2015). Perusahaan bisa mulai mengelola legitimasi dengan mengubah aktivitas sesuai dengan persepsi sosial masyarakat sehingga dapat

mempengaruhi persepsi dan penilaian orang tentang perusahaan. Maka dengan adanya teori legitimasi mendukung bahwa ESG dapat menjadi faktor dalam meningkatkan dan mempertahankan reputasi perusahaan.

2.1.2 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholders Theory*)

Freeman & David (1983) sebagai pencetus teori *stakeholders* menyatakan bahwa pemangku kepentingan adalah individu atau grup mana pun (misalnya karyawan dan lembaga pemerintah) yang dapat mempengaruhi atau terpengaruh oleh operasi perusahaan. Dengan demikian, tim manajemen perusahaan yang bijak harus mengidentifikasi pemangku kepentingannya dan mencoba merumuskan strategi yang seimbang yang memenuhi semua kebutuhan para pemangku kepentingan tanpa saling mempengaruhi. Teori *stakeholders* secara konseptual mengasumsikan bahwa sekelompok pemangku kepentingan dapat mempengaruhi perilaku manajemen dengan mengintegrasikan kebutuhan lingkungan ke dalam kebutuhan perusahaan (Freeman & David, 1983).

Teori ini menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi hanya untuk kepentingannya sendiri, tetapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab secara ekonomis (kepada pemegang saham), tetapi juga secara non-ekonomis kepada pihak lain yang berkepentingan. Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan yang diberikan oleh semua *stakeholder*; tergantung pada bagaimana perusahaan mengelola hubungannya dengan pelanggan, karyawan, pemasok, masyarakat, komunitas, investor, dll (Freeman & Phillips, 2002). Sistem tata kelola

perusahaan yang baik mendukung kepentingan semua *stakeholder*, salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan informasi tanggung jawab lingkungan yang dibuat oleh suatu perusahaan. Dengan terpenuhinya kepentingan tersebut, maka hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* akan semakin baik, dimana hal tersebut memperoleh dukungan, yang akan meningkatkan nilai perusahaannya.

Perusahaan akan mendapat dukungan dan kepercayaan dari para *stakeholder*, baik internal maupun eksternal perusahaan jika dapat beroperasi dengan memenuhi kepentingan *stakeholder*-nya. Perusahaan harus mengarah pada aktivitas yang memperkuat dukungan *stakeholder* (Masruroh & Makaryanawati, 2020). Untuk menilai kinerja komitmen keberlanjutan perusahaan, *stakeholder* sering menggunakan pengukuran ekonomi, lingkungan, dan kinerja sosial berdasarkan pengungkapan Laporan Keberlanjutan (Melinda & Wardhani, 2020). Dalam konteks yang sama, pengungkapan *environmental, social, and governance* (ESG) menjadi konsep baru yang dapat diterapkan di berbagai industri dan dapat digunakan pula oleh *stakeholder* untuk mengevaluasi peran perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sesuai dengan keinginan pemangku kepentingan. Dengan adanya ESG dapat menjadi salah satu bentuk dialog antara perusahaan dan *stakeholder*.

2.2 Environmental, Social, Governance (ESG)

2.2.1 Konsep Environmental, Social, Governance (ESG)

ESG merupakan kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan ekologi disekitarnya, interaksi dengan lingkungan, sosial, dan sistem

pengendalian internal perusahaan dengan tujuan untuk mencapai tujuan perusahaan dan memenuhi kebutuhan stakeholder (Whitelock, 2015). Konsep ESG pertama kali diusulkan dalam laporan *United Nations Principles of Responsible Investment*, yang merekomendasikan agar investor mempertimbangkan skor ESG sebagai faktor kunci dalam keputusan investasi mereka. Dalam praktiknya, perusahaan konsultan manajemen dan investor secara luas menggunakan skor ESG sebagai indeks utama untuk memahami kinerja CSR perusahaan secara keseluruhan. ESG pada dasarnya mengevaluasi praktik lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan dan menggabungkan kinerja praktik-praktik ini (Yoon, Lee, & Byun, 2018).

Pengungkapan ESG merupakan pengukuran baru dalam perkembangan pengungkapan informasi sukarela oleh perusahaan, dimana awalnya adalah pelaporan CSR dalam laporan tahunan yang berdiri sendiri, pelaporan keberlanjutan dan kemudian dilanjutkan dengan pelaporan terintegrasi. Pengungkapan ESG dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mendapatkan legitimasi melalui aspek tanggung jawab sosial perusahaan (Faisal et al., 2018). Dengan adanya pengungkapan ESG perusahaan memiliki akuntabilitas kepada para pemegang saham dan publik sehingga mampu menjaga dan membangun pondasi penciptaan nilai perusahaan di masa depan.

2.2.2 Kinerja Lingkungan (*Environmental*)

Saat ini, pemangku kepentingan internal maupun eksternal memiliki minat tinggi terhadap kinerja lingkungan perusahaan, dikarenakan bisa saja para pemangku kepentingan tersebut internal (karyawan, dan lain lain) dan eksternal (masyarakat, *stakeholder*) terkena dampak dari polusi yang diciptakan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan manajemen terbaik untuk mengurangi emisi udara, limbah berbahaya, pembuangan air, dan lain sebagainya. Selain itu, manajemen yang baik juga memastikan sumber daya alam telah dimanfaatkan dengan baik. Dukungan teknologi serta inovasi produk yang maju dapat meningkatkan kinerja lingkungan karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola beban lingkungan sehingga dapat menciptakan produk yang dirancang ramah lingkungan sehingga memperpanjang daya tahan. (Tarmuji, Maelah, & Tarmuji, 2016)

Ditinjau dari Thomson Reuters sekitar 61 indikator kinerja lingkungan dengan bobot penilaian sebesar 34 % memberikan pengaruh terhadap pengukuran nilai ESG pada Thomson Reuters. Kinerja lingkungan memiliki tiga kategori yang diambil melalui Thomson Reuters, yaitu penggunaan sumber daya (*resource use*), emisi (*emissions*), dan inovasi (*innovation*). Pada masing-masing kategori tersebut memiliki indikator dalam penilaian serta bobot yang telah ditentukan (Thomson Reuters, 2018).

- a. Skor penggunaan sumber daya (*resource use*) mencerminkan kinerja dan kapasitas perusahaan untuk mengurangi penggunaan bahan, energi atau air, dan untuk

menemukan solusi yang lebih eko-efisien dengan meningkatkan manajemen rantai pasokan. Pada skor penggunaan sumber daya memiliki indikator penilaian 20 dengan bobot 11%.

b. Skor emisi (*emissions*) mengukur komitmen dan efektivitas perusahaan terhadap pengurangan emisi lingkungan dalam proses produksi dan operasional. Pada skor emisi memiliki indikator penilaian 22 dengan bobot 12%.

c. Skor inovasi (*innovation*) mencerminkan kapasitas perusahaan untuk mengurangi biaya dan beban lingkungan bagi pelanggannya, dan dengan demikian menciptakan peluang pasar baru melalui teknologi dan proses lingkungan baru atau produk yang dirancang ramah lingkungan. Pada skor inovasi memiliki indikator penilaian 19 dengan bobot 11%.

2.2.3 Kinerja Sosial (*Social*)

Perusahaan tidak hanya berperan sebagai entitas bisnis yang mengejar kesuksesan finansial tetapi juga sebagai warga negara yang baik.

Konsep ini menegaskan bahwa perusahaan harus memperluas tanggung jawab mereka dalam aspek sosial dan lingkungan, karena belakangan

semakin banyak masyarakat yang menuntut perusahaan untuk meminimalisir dampak negatif dari kegiatan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan memiliki hak, kewajiban, dan tanggung jawab terhadap

stakeholder dalam menjalankan kegiatan perusahaan (Melinda & Wardhani, 2020).

Ditinjau dari Thomson Reuters sekitar 63 indikator kinerja sosial dengan bobot penilaian sebesar 35,5% memberikan pengaruh terhadap pengukuran nilai ESG pada Thomson Reuters. Kinerja sosial perusahaan memiliki empat kategori yang diambil melalui Thomson Reuters, yaitu tenaga kerja (*workforce*), hak asasi manusia (*human right*), tanggung jawab produk (*product responsibility*), dan komunitas (*community*). Pada masing-masing kategori tersebut memiliki indikator dalam penilaian serta bobot yang telah ditentukan (Thomson Reuters, 2018).

a. Skor tenaga kerja (*workforce*) mengukur efektivitas perusahaan terhadap kepuasan kerja, tempat kerja yang sehat dan aman, menjaga keragaman dan peluang yang sama, serta peluang pengembangan bagi tenaganya. Pada skor tenaga kerja memiliki indikator penilaian 29 dengan bobot 16%.

b. Skor hak asasi manusia (*human right*) mengukur efektivitas perusahaan dalam menghormati konvensi hak asasi manusia yang mendasar. Pada skor hak asasi manusia memiliki indikator penilaian 8 dengan bobot 4,5%.

c. Skor tanggung jawab produk (*product responsibility*) mencerminkan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan barang dan layanan berkualitas yang mengintegrasikan kesehatan dan keselamatan pelanggan, integritas, dan privasi

data. Pada skor tanggung jawab produk memiliki indikator penilaian 12 dengan bobot 7%.

- d. Skor komunitas (*community*) mengukur komitmen perusahaan untuk menjadi warga negara yang baik, melindungi kesehatan masyarakat, dan menghormati etika bisnis. Pada skor komunitas memiliki indikator penilaian 14 dengan bobot 8%.

2.2.4 Kinerja Tata Kelola (*Governance*)

Sistem tata kelola perusahaan yang baik merupakan unsur penting dalam pengoptimalan kinerja perusahaan, dalam hal ini adalah untuk pengambilan keputusan bagi pemegang saham, pembatasan biaya keagenan, serta mendukung kelangsungan hidup dari perusahaan. Tata kelola perusahaan digunakan sebagai prosedur dan struktur untuk mengelola dan menangani bisnis, serta usaha dari organisasi untuk meningkatkan perkembangan bisnis. Selain itu tata kelola digunakan juga sebagai tanggung jawab dari perusahaan dengan tujuan untuk mengakui nilai pemegang saham dalam jangka panjang sambil mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* lainnya (Tarmuji, Maelah, & Tarmuji, 2016)

Ditinjau dari Thomson Reuters sekitar 54 indikator kinerja tata kelola dengan bobot penilaian sebesar 30,5% memberikan pengaruh terhadap pengukuran nilai ESG pada Thomson Reuters. Kinerja tata kelola perusahaan memiliki tiga kategori yang diambil melalui Thomson Reuters, yaitu manajemen (*management*), pemegang saham (*stakeholder*), dan strategi CSR (*CSR strategy*). Pada masing-masing kategori tersebut

memiliki indikator dalam penilaian serta bobot yang telah ditentukan (Thomson Reuters, 2018).

- a. Skor manajemen (*management*) mengukur komitmen dan efektivitas perusahaan dalam mengikuti praktik terbaik prinsip-prinsip tata kelola perusahaan. Pada skor manajemen memiliki indikator penilaian 34 dengan bobot 19%.
- b. Skor pemegang saham (*stakeholder*) mengukur efektivitas perusahaan terhadap perlakuan yang sama terhadap pemegang saham dan penggunaan perangkat anti-pengambilalihan. Pada skor pemegang saham memiliki indikator penilaian 12 dengan bobot 7%.
- c. Skor strategi CSR (*CSR strategy*) mencerminkan praktik perusahaan untuk mengkomunikasikan bahwa ia mengintegrasikan dimensi ekonomi (keuangan), sosial, dan lingkungan ke dalam proses pengambilan keputusan sehari-hari. Pada skor strategi CSR memiliki indikator penilaian 8 dengan bobot 4,5%.

2.3 Reputasi Perusahaan

2.3.1 Definisi Reputasi Perusahaan

Perusahaan bereputasi baik artinya perusahaan memiliki sumber daya langka dan berharga, serta merupakan sumber keunggulan daya saing untuk mendapatkan *above average return* (Barney, 1991). Reputasi perusahaan diperoleh dengan mengintegrasikan beberapa pertimbangan (*blends considerations*) antara keuangan, manajemen, periklanan

(*advertising*), dan hubungan masyarakat (*public relations*) (Maden & al, 2012). Reputasi perusahaan yang baik akan berdampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan, seperti: peningkatan kepercayaan pelanggan, peningkatan penjualan, dan lain-lain. Sebaliknya bila reputasi suatu perusahaan dikenal tidak baik atau buruk, maka bisa menjadi masalah bagi perusahaan dan kemungkinan bisa menyebabkan perusahaan tersebut kehilangan konsumennya. Atau dengan kata lain, berkurangnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut dan beralih kepada produk perusahaan lain (Iswadi & Tiastity, 2015)

Reputasi merupakan aset tidak berwujud yang saat ini dimiliki oleh perusahaan dan memiliki kemampuan untuk menciptakan *future value* bagi perusahaan (Louist & Rayner, 2010). Pemanfaatan segala aset yang dilakukan perusahaan dapat sangat berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, termasuk *intellectual capital* menjadi unsur penting didalamnya. Jika suatu perusahaan tidak dapat mengelola aset berwujud maupun tidak berwujud yang dimilikinya, maka akan mempengaruhi konsistensi reputasi perusahaan tersebut (Widanaputra & al, 2018). Reputasi juga salah satu pendorong utama kinerja berkelanjutan (Tischer & Hildebrandt, 2013). Menurut (Brown, 2006) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai berikut “*Mental Association about organization actually held by others outside the organization*”. Reputasi perusahaan adalah organisasi mental mengenai organisasi yang dipikirkan oleh orang-orang diluar organisasi. Berdasarkan definisi tersebut, Brown mencoba menjelaskan bahwa reputasi merujuk pada apa yang dipikirkan oleh para

stakeholder terhadap keadaan instansi atau perusahaan. Hal inilah yang menurut Brown yang membedakan reputasi perusahaan dengan identitas perusahaan dan citra perusahaan. Menurut mereka, identitas merujuk kepada asosiasi mental mengenai organisasi yang dijadikan pegangan oleh anggota organisasi, identitas menggambarkan pihak internal sebagai sebuah organisasi.

Dalam penelitian (Kapita & Suardana, 2018) reputasi diukur menggunakan pendekatan nilai perusahaan dengan rasio Tobin's Q. Alasan memilih rasio Tobin's Q dalam penelitian ini untuk mengukur reputasi perusahaan dengan melihat nilai perusahaan adalah karena perhitungan rasio Tobin's Q lebih rasional mengingat unsur-unsur kewajiban juga dimasukkan sebagai dasar perhitungan. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Afifah (2021) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek dan reputasi pertumbuhan yang baik (Utari, 2015). Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004).

2.3.2 Metode Penilaian Reputasi

Salah satu metode dalam melakukan penilaian reputasi pada suatu organisasi yaitu dengan metode Harris–Fombrun *Reputation Quotient*, yang

didalamnya terdapat 6 elemen dan atribut reputasi perusahaan (Alifahmi, 2008), yaitu:

a. ***Emotional Appeal*** (daya tarik emosional)

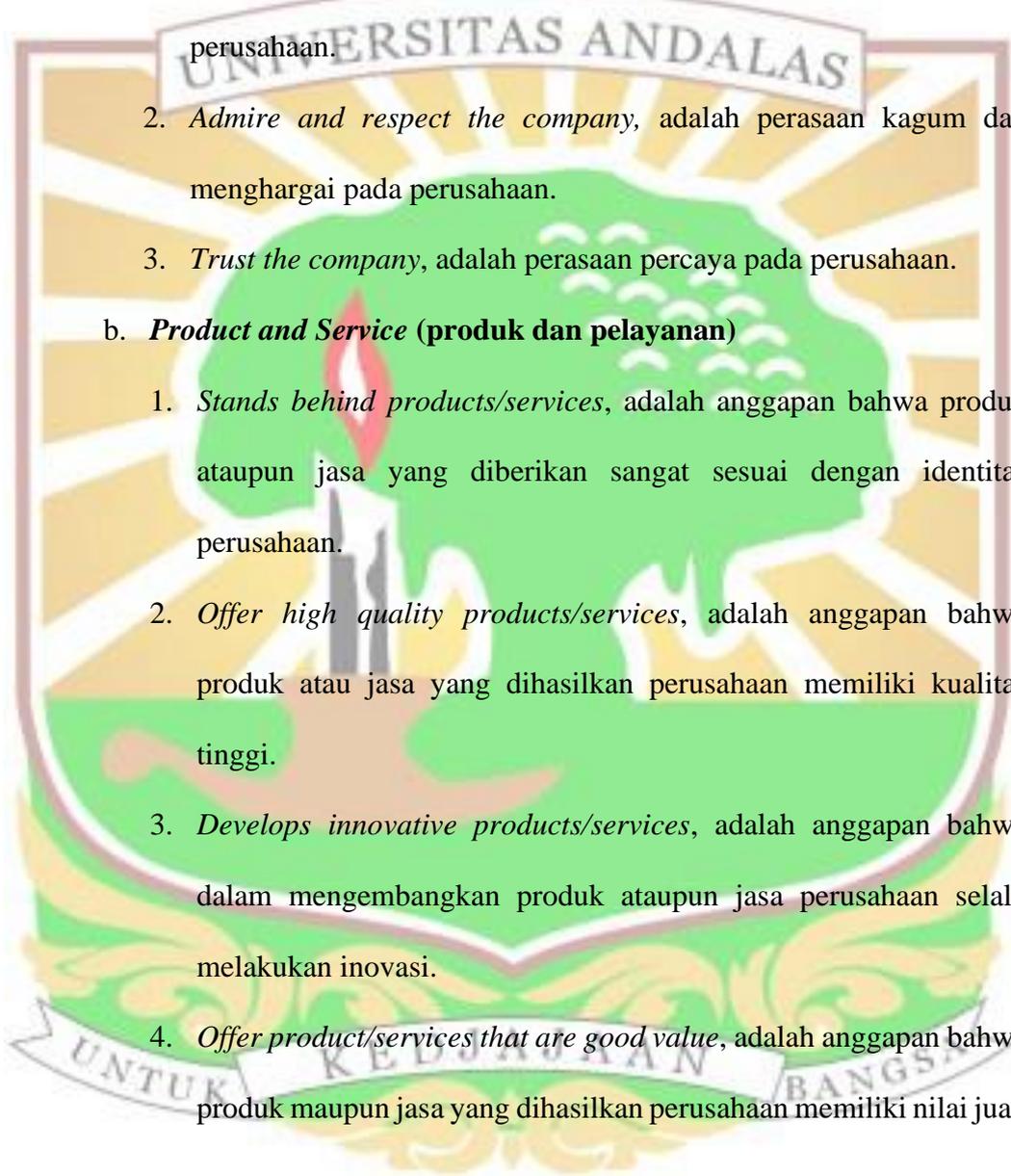
1. *Good feeling about the company*, adalah perasaan cinta terhadap perusahaan.
2. *Admire and respect the company*, adalah perasaan kagum dan menghargai pada perusahaan.
3. *Trust the company*, adalah perasaan percaya pada perusahaan.

b. ***Product and Service*** (produk dan pelayanan)

1. *Stands behind products/services*, adalah anggapan bahwa produk ataupun jasa yang diberikan sangat sesuai dengan identitas perusahaan.
2. *Offer high quality products/services*, adalah anggapan bahwa produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan memiliki kualitas tinggi.
3. *Develops innovative products/services*, adalah anggapan bahwa dalam mengembangkan produk ataupun jasa perusahaan selalu melakukan inovasi.
4. *Offer product/services that are good value*, adalah anggapan bahwa produk maupun jasa yang dihasilkan perusahaan memiliki nilai jual.

c. ***Vision and Leadership*** (visi dan kepemimpinan)

1. *Has excellent leadership*, adalah anggapan bahwa perusahaan memiliki pemimpin yang kompeten.



2. *Has a clear vision for the future*, adalah anggapan bahwa perusahaan mempunyai visi yang jelas untuk menghadapi tantangan di masa depan.
3. *Recognize/takes advantage of market opportunities*, adalah anggapan bahwa perusahaan jeli memanfaatkan dengan baik setiap peluang yang ada.

d. ***Workplace Environment (lingkungan tempat bekerja)***

1. *Is well managed*, mempunyai anggapan bahwa perusahaan dikelola dengan sangat baik.
2. *Looks like a good company to work for*, mempunyai anggapan bahwa perusahaan merupakan tempat yang baik untuk bekerja.
3. *Looks like has a good employees*, adalah anggapan bahwa perusahaan memiliki pegawai yang bekerja dengan profesional.

e. ***Financial Performance (keuangan perusahaan)***

1. *Record of profitability*, adalah anggapan bahwa perusahaan selama tersebut menunjukkan profitabilitas.
2. *Looks like a low risk investment*, adalah anggapan bahwa perusahaan tersebut sebagai tempat berinvestasi yang rendah resiko.
3. *Strong prospect for future growth*, adalah anggapan bahwa perusahaan dinilai mempunyai prospek yang kuat untuk perkembangan di masa depan.
4. *Tends to outperforms its competitors*, adalah anggapan bahwa perusahaan dinilai cenderung lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing.

f. ***Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)**

1. *Supported good causes*, adalah anggapan bahwa perusahaan peduli terhadap masalah-masalah sosial.
2. *Environmentally responsible*, adalah anggapan bahwa perusahaan mempunyai rasa tanggung jawab terhadap masalah lingkungan.
3. *Treats people well*, adalah anggapan bahwa perusahaan memperlakukan masyarakat sekitar dengan sangat baik.

2.3.3 Elemen Untuk Membangun Reputasi Perusahaan

Terdapat 4 elemen yang dapat membangun reputasi perusahaan menjadi kuat dan baik (Fombrun, 1996), yaitu:

- a. *Reliability* (keterandalan di mata konsumen), dimensi ini dibangun untuk konsumen, dimana perusahaan dianggap selalu menjaga mutu produk atau jasa serta menjamin terlaksananya pelayanan prima yang diterima konsumen. Semakin handal perusahaan memenuhi kepuasan konsumen, maka semakin baik perusahaan tersebut.
- b. *Credibility* (kredibilitas di mata investor), dimensi ini merupakan komitmen perusahaan terhadap apa yang dilaporkan kepada media atau publik (Investor). Beberapa karakteristik dalam dimensi ini antara lain laporan keuangan, kualitas manajemen perusahaan, keterbukaan informasi laporan tahunan, memperlihatkan profitabilitas, dapat mempertahankan stabilitas dan adanya prospek pertumbuhan yang baik.
- c. *Trustworthiness* (terpercaya di mata pegawai), dimensi ini dibangun untuk karyawan, dimana organisasi dianggap mendapat kepercayaan

yang tinggi dari karyawan (karyawan percaya pada organisasi), organisasi dapat memberdayakan karyawan dengan optimal dan organisasi dapat menimbulkan rasa memiliki, serta rasa kebanggaan karyawan terhadap perusahaan.

- d. *Responsibility* (tanggung jawab sosial di mata komunitas), merupakan realisasi tindakan perusahaan sebagai wujud sosial kepada masyarakat atau komunitas sekitar perusahaan. Dimensi ini dilihat dari seberapa banyak atau berarti organisasi membantu pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli organisasi terhadap masyarakat dan menjadi perusahaan yang ramah lingkungan. Hal ini sangat berkaitan dengan *Support good causes (CSR), Enviromentally Responsible, Child Safety, Business Ethics, Copyright, Porography, Legal Issues.*

2.3.4 Faktor-Faktor Penilaian Reputasi Perusahaan oleh Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Walsh & Beatty, 2008) menjelaskan bahwa konsumen menilai reputasi sebuah perusahaan melalui 5 faktor, yaitu:

- a. Orientasi pelanggan (*customer orientation*), merujuk pada persepsi konsumen atas kesediaan karyawan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumennya.
- b. Pemberi kerja yang baik (*good employer*), merujuk pada persepsi konsumen mengenai bagaimana pihak perusahaan dan jajaran manajemen memperlakukan karyawannya dan memperhatikan kebutuhan mereka, dan harapan konsumen bahwa perusahaan memiliki karyawan yang kompeten.

- c. Perusahaan dapat diandalkan dan kuat secara finansial (*reliable and financially strong company*), merujuk pada persepsi konsumen terhadap perusahaan dalam hal kecakapan (*competence*), ketangguhan (*solidity*), dan kemampuan dalam menghasilkan laba (*profitability*), serta harapan konsumen bahwa perusahaan menggunakan sumber keuangannya dengan cara yang bijaksana sehingga berinvestasi di perusahaan tersebut dipersepsikan memiliki risiko yang kecil.
- d. Kualitas produk dan jasa (*product and service quality*), merujuk pada persepsi konsumen akan kualitas, inovasi, nilai, dan kehandalan dari barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.
- e. Tanggung jawab sosial dan lingkungan (*social and environment responsibility*) merujuk pada kepercayaan konsumen bahwa perusahaan memiliki peran positif terhadap masyarakat dan lingkungan secara umum.

Apabila perusahaan tidak memiliki reputasi yang baik sama artinya dengan penurunan penjualan. Karena perusahaan yang sudah dipercaya tentu akan membangun kredibilitas dan keterandalan. Namun, reputasi yang telah dimiliki tidak dapat dihancurkan. Perusahaan yang memiliki reputasi yang buruk di mata konsumen, hal tersebut akan sangat susah untuk diperbaiki dan mengembalikan kepercayaan orang kepada perusahaan tersebut. Intinya, reputasi sangat bernilai karena reputasi menginformasikan suatu perusahaan tentang produk apa yang tepat untuk dibeli oleh konsumen.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang ESG ini diambil dari literatur dari Behl,dkk (2021) mengenai ESG, menguji hubungan dua arah dan pengaruh autoregresi antara pengungkapan ESG dan nilai perusahaan. Pada penelitian ini digunakan sampel 62 perusahaan di sektor energi India periode 2016-2019. Hasil menunjukkan bahwa ESG serta komponennya yang terdiri dari *environmental*, *social*, *governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dalam jangka pendek. Serta secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dalam jangka panjang. (Behl, Kumari, Makhija, & Sharma, 2021)

Pada penelitian lainnya dilakukan oleh Anna Melinda dan Ratna Wardhani (2020), dimana pemahaman pemangku kepentingan meningkat terhadap aspek keberlanjutan bisnis perusahaan. Penelitian ini menguji hubungan antara indeks *environmental*, *social*, *governance* (ESG) dan nilai perusahaan. Pada penelitian ini digunakan data perusahaan dari 22 negara di Asia periode 2014-2018 yang terdiri dari indikator keuangan, indeks ESG. Lalu dalam mengukur nilai perusahaan digunakan rasio Tobin's-Q, dan vektor dari variabel kontrol. Data ESG pada penelitian diambil dari Thomson Reuters dan data keuangannya diambil dari database Data Stream. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Kinerja ESG perusahaan di kawasan Asia yang diukur dengan *environmental score*, *social score*, dan *governance score* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Melinda & Wardhani, 2020).

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Indrawati Tarmuji, Ruhanita Maelah, dan Nor Habibah Tarmuji (2016), dimana penelitian ini menyelidiki dampak praktik *environmental*, *social*, *governance* (ESG) terhadap kinerja

ekonomi dari dua negara yaitu Malaysia dan Singapura. Sampel data yang digunakan adalah sampel data non keuangan dari singapura dan malaysia pada periode 2010-2014 dari database Data Stream oleh Thomson Reuters. Total terdapat data dari 35 perusahaan Malaysia dan 45 perusahaan Singapura. Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik sosial dan tata kelola secara signifikan mempengaruhi kinerja ekonomi (Tarmuji, Maelah, & Tarmuji, 2016).

Penelitian sebelumnya mengenai reputasi perusahaan dibahas oleh Nofrianti & Sarawati (2020) penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* pada reputasi perbankan di Indonesia. Dalam penelitian digunakan annual report untuk mengukur reputasi perusahaan, kemudian untuk CSR menggunakan skorsing dan GCG menggunakan nilai komposit *self assessment*. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data metode *purposive sampling* dengan memperoleh 75 sampel dari 15 perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* maka akan meningkatkan reputasi perusahaan (Nofrianti & Saraswati, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Kapita & Suardana (2018) penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* pada reputasi perusahaan manufaktur. Populasi yang digunakan perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI pada tahun 2014-2016. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel 49 perusahaan, serta teknik analisis yang digunakan analisis regresi berganda. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* secara signifikan berpengaruh pada reputasi perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR dan semakin tepat GCG dalam perusahaan maka akan cenderung meningkatkan reputasi perusahaan (Kapita & Suardana, 2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Laurentius Christian,dkk (2022), dimana penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kinerja keuangan terhadap reputasi perusahaan serta pengaruh reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan. Dalam penelitian tersebut digunakan *annual report* dan *Corporate Image Index* (CII) di periode 2016-2019 sebagai data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive* sampling sehingga didapat 34 perusahaan yang terpilih dengan total data yang diteliti mencapai 136 data. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis regresi linear sederhana. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa reputasi perusahaan di masa lalu akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dimasa mendatang. Hal ini dapat diartikan bahwa perusahaan harus mampu mengelola perusahaan dengan baik untuk mempertahankan maupun meningkatkan reputasi perusahaannya (Oktavianus, Randa, Jao, & Pradhita, 2022).

2.5 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang digunakan, maka dapat dikembangkan hipotesis mengenai hubungan antar variabel yaitu:

2.5.1 Pengungkapan Kinerja Lingkungan dan Reputasi Perusahaan

Pengungkapan *environmental* meliputi informasi penggunaan sumber daya, emisi, dan inovasi perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi,

kegiatan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan merupakan tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh perusahaan dalam mengendalikan persepsi masyarakat dengan memperbaiki atau meningkatkan citra perusahaan. Teori *stakeholder* juga berperan dapat meningkatkan tingkat kesadaran lingkungan dan menciptakan kebutuhan bagi perusahaan untuk memperluas perencanaan perusahaan serta mempertimbangkan tuntutan pemangku kepentingan dalam kegiatan perusahaan (Ainy & Barokah, 2019).

Dengan adanya pengungkapan *environmental* menunjukkan kinerja dan citra perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan sehingga akan meningkatkan penilaian bagi *stakeholder*. Salah satunya, investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki citra yang baik serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat bahwa perusahaan telah melaksanakan kinerja lingkungan yang baik seperti penggunaan sumber daya alam dalam produksi serta operasional secara lebih efisien (Behl, Kumari, Makhija, & Sharma, 2021). Dengan adanya minat yang tinggi dari investor untuk berinvestasi maka akan mendorong naiknya harga saham, sehingga nilai perusahaan dimata investor akan semakin tinggi (Kurnia, 2019).

Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang berkaitan dengan bagaimana manajemen berusaha mengendalikan persepsi masyarakat dengan memperbaiki atau meningkatkan citra perusahaan, salah satu caranya adalah dengan mengungkapkan informasi mengenai kinerja lingkungan perusahaan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Melinda dan

Wardhani (2020) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja ESG perusahaan yang diukur menggunakan ESG dimensi lingkungan terhadap nilai perusahaan (Melinda & Wardhani, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap variabel yang berbeda mengenai reputasi perusahaan dengan hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H1 : Kinerja *environmental* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

2.5.2 Pengungkapan Kinerja Sosial dan Reputasi Perusahaan

Pengungkapan *social* meliputi informasi mengenai kinerja sosial perusahaan seperti tenaga kerja, hak asasi manusia, tanggung jawab produk, dan komunitas. Menurut pandangan teori pemangku kepentingan bahwa kesuksesan dan keberlangsungan perusahaan tidak hanya mengutamakan perolehan laba, tetapi juga harus menyeimbangkan kepentingan bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*). Dalam hal ini, nilai dari perusahaan akan berkembang secara berkelanjutan ketika perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik perusahaan akan tetapi juga kearah sosial masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Lako (2014), dimana perusahaan yang memiliki kepedulian besar terkait isu-isu tanggung jawab sosial maka akan berpengaruh bagi perusahaan dalam meningkatkan reputasi dan *goodwill* dari perusahaan yang meningkatkan pangsa pasar dalam jangka panjang.

Melalui pengungkapan kinerja sosial, perusahaan menggambarkan kesan tanggung jawab sosial, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat memperkuat interaksi perusahaan dengan *stakeholder*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi atau citra perusahaan (Aboud & Diab, 2018). Hal tersebut sesuai dengan teori legitimasi yang berkaitan dengan bagaimana manajemen berusaha untuk mengontrol persepsi masyarakat dengan meningkatkan reputasi perusahaan (Melinda & Wardhani, 2020). Penelitian Masruroh dan Makaryanawati (2020) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Masruroh & Makaryanawati, 2020). Aktivitas sosial perusahaan yang memperhatikan lingkungan sekitar direspon positif oleh investor, sehingga menaikkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Aboud & Diab (2018), menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja sosial perusahaan dengan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap variabel yang berbeda mengenai reputasi perusahaan dengan hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H2 : Kinerja *social* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

2.5.3 Pengungkapan Kinerja Tata Kelola dan Reputasi Perusahaan

Pengungkapan *governance* mencakup informasi mengenai manajemen, strategi CSR, dan *stakeholder*. Nilai ESG *governance score* mencerminkan tata kelola yang baik apabila skor tersebut tinggi maka tata

kelola perusahaan tersebut baik. Tata kelola adalah suatu hal yang penting didalam sebuah perusahaan yang berguna untuk memastikan efektivitas serta efisiensi aktivitas bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Tata kelola juga berperan dalam pengendalian proses operasional bisnis. Berdasarkan teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus bertindak sesuai dengan harapan dari *stakeholders* dan bertindak dalam batas norma yang ada di masyarakat. Tata kelola perusahaan harus menerapkan prinsip *good corporate governance* dan memastikan perusahaan memberikan informasi yang transparan secara konsisten untuk mengurangi kesalahpahaman, selain itu mengawasi untuk mencegah adanya penyimpangan moral dalam perusahaan sehingga perusahaan akan dinilai memiliki reputasi yang baik. (Lestari, 2021)

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kapita dan Suardana (2018) juga membuktikan bahwa *corporate governance* yang baik meningkatkan reputasi perusahaan karena perusahaan mampu mengendalikan perusahaan dengan tepat. (Melinda & Wardhani, 2020) menemukan bahwa kinerja ESG perusahaan di kawasan Asia diukur dengan menggunakan *ESG governance score* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian Aboud & Diab (2018) menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja tata kelola perusahaan dengan nilai perusahaan. Perusahaan dengan nilai-nilai tata kelola yang baik terbukti dapat meningkatkan reputasi perusahaan karena adanya tata kelola yang semakin baik maka perusahaan akan beroperasi dengan baik. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pada

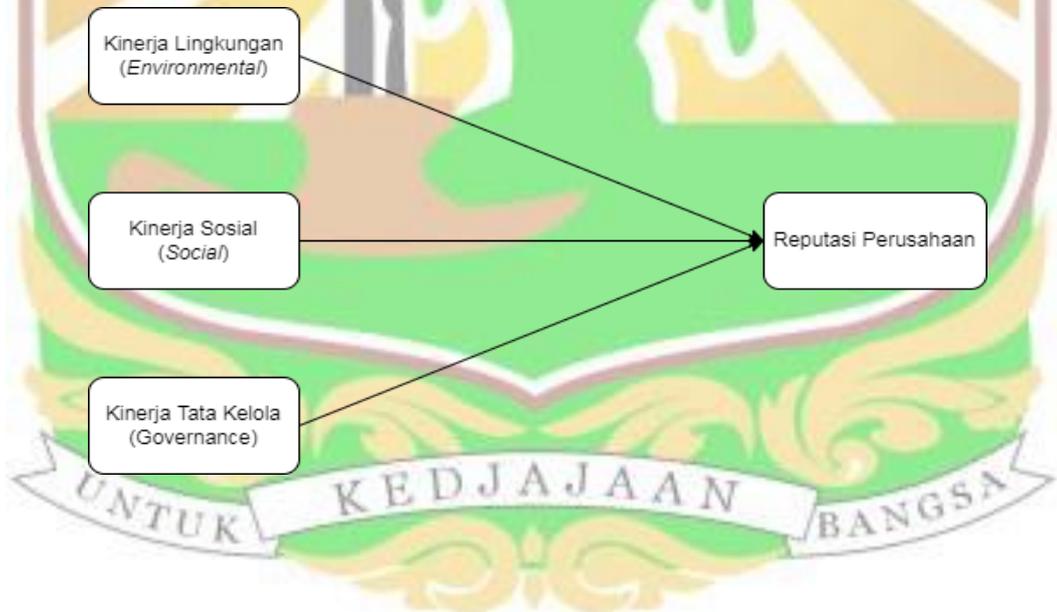
perusahaan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap variabel yang berbeda mengenai reputasi perusahaan dengan hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H3 : Kinerja *governance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

2.6 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penyajian yang telah dikemukakan peneliti, penelitian ini akan meneliti analisis pengaruh laporan keberlanjutan terhadap reputasi perusahaan. Berikut kerangka berfikirnya disajikan sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan hipotesis yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengungkapan ESG dengan pengukuran *environmental*, *social*, dan *governance* terhadap reputasi perusahaan studi perbandingan sebelum dan saat Covid-19 di Indonesia.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Sekaran (2013) menjelaskan bahwa populasi menggambarkan jumlah objek dalam penelitian dengan ciri-ciri tertentu (Sekaran & Bougie, 2013). Populasi dapat berupa orang, benda, atau peristiwa. Populasi pada penelitian adalah seluruh perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI), dimana perusahaan yang telah mendaftar sebanyak 787 saham perusahaan.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampel yang diambil harus representatif artinya sampel harus dapat mewakili dari keseluruhan populasi (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Kriteria penentuan sampel sebagai berikut:

- a. Seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk bulan Juni 2022.
- b. Data ESG perusahaan yang dinilai di Thomson Reuters Eikon tahun 2018-2020.
- c. Perusahaan yang telah menerbitkan laporan keuangan pada tahun 2019-2021.
- d. Perusahaan yang memenuhi kelengkapan data terkait variabel penelitian, yang meliputi ESG dan laporan keuangan perusahaan.

Tabel 3. 1 Kriteria Pemilihan Sampel

Penjelasan	Jumlah sampel sebelum Covid-19	Jumlah sampel saat Covid-19	
	2018	2019	2020
Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Juni 2022	787	787	787
Perusahaan yang tidak terdapat nilai di Thomson Reuters Eikon tahun 2018-2020	(744)	(744)	(744)
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan pada tahun 2019-2021	1	1	1
Jumlah sampel per tahun	42	42	42
Jumlah total sampel	42	84	

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau sumber lain sebelum penelitian dilakukan. Sumber data sekunder bisa dari artikel di surat kabar atau majalah, buku atau studi gambar langsung, atau artikel dari jurnal ilmiah, informasi yang telah diterbitkan, buletin, atau arsip organisasi (Silalahi, 2012). Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan pada

tahun 2019-2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan website www.idx.co.id. Kemudian skor ESG perusahaan yang sudah diterbitkan oleh Thomson Reuters pada tahun 2018-2020. ESG memiliki kinerja yang terdiri dari *environmental*, *social*, *governance*. Pada *environmental* memiliki 61 indikator penilaian dengan bobot 34%, kemudian *social* memiliki 63 indikator penilaian dengan bobot 35,5%, dan *governance* memiliki 54 indikator penilaian dengan bobot 30,5%. Jadi berdasarkan kalkulasi persentase ESG diatas memunculkan skor yang di publish di website Thomson Reuters (Thomson Reuters, 2018).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan peneliti lakukan adalah:

a. Studi Kepustakaan

Peneliti mengumpulkan informasi yang dapat digunakan sebagai landasan teori dan acuan dalam pengolahan data dengan cara membaca, mempelajari, memahami, dan mereview literatur dalam buku, artikel, jurnal, dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Selain itu, peneliti mengumpulkan dan mempelajari data sekunder lainnya yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti.

b. Pencarian internet

Peneliti memperoleh informasi tentang masalah penelitian dengan menggunakan media perantara internet. Informasi ini diperoleh dari situs resmi terkait dengan masalah yang akan diteliti. Data sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diperoleh dari www.idx.co.id. Data yang digunakan untuk melihat ESG dari masing-masing perusahaan menggunakan Thomson Reuters. Sedangkan data mengenai reputasi

perusahaan diperoleh melalui laporan keuangan yang telah diterbitkan pada masing-masing website perusahaan yang akan diteliti.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel merupakan atribut atau nilai dari seseorang, objek atau aktivitas yang memiliki beberapa variasi yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

a. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel Y) dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b. Variabel Independen

Variabel Independen (variabel X) dalam penelitian ini adalah *environmental, social, governance* yang diproksikan dalam pengungkapan *Environmental (X1), Social (X2), Governance (X3)*.

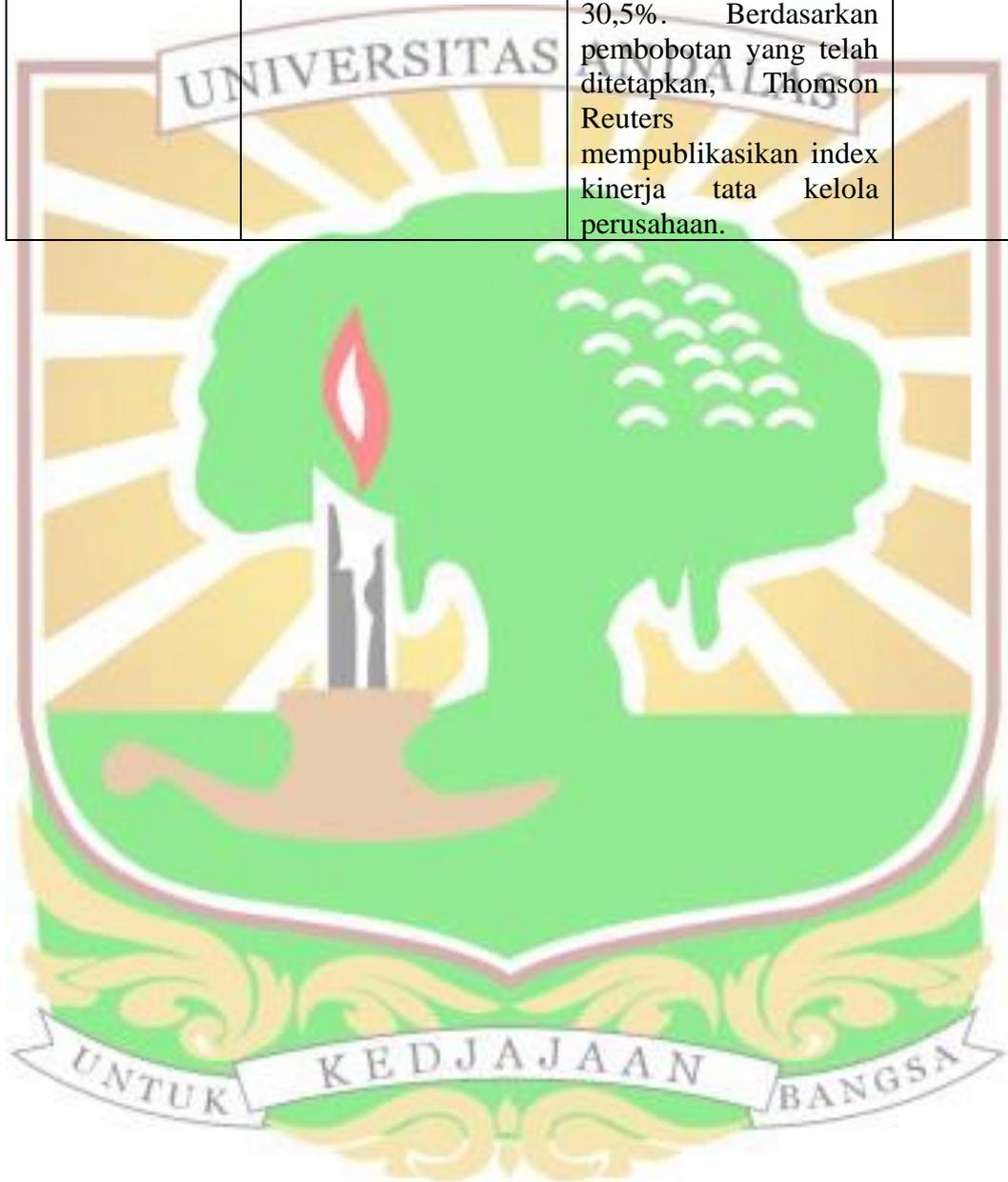


Tabel 3. 2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Pengukuran	Sumber
Reputasi Perusahaan (Y)	Reputasi adalah aset tidak berwujud yang saat ini dimiliki oleh perusahaan dan memiliki kemampuan untuk menciptakan <i>future value</i> bagi perusahaan (Louist dan Rayner, 2010). Reputasi diukur menggunakan pendekatan nilai perusahaan dengan rasio Tobin's Q. Alasan memilih rasio Tobin's Q dalam penelitian ini untuk mengukur reputasi perusahaan dengan melihat nilai perusahaan adalah karena perhitungan rasio Tobin's Q lebih rasional mengingat unsur-unsur kewajiban juga dimasukkan sebagai dasar perhitungan. Semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek dan reputasi pertumbuhan yang baik (Made & Ketut, 2018)	Pengukuran yang dipakai untuk mengukur reputasi perusahaan menggunakan rumus $Tobin's Q = \frac{EMV + Debt}{TA}$ Keterangan: EMV : Nilai Pasar Ekuitas Saham Debt : Total utang perusahaan di akhir periode. TA : Total aset yang dimiliki oleh perusahaan	(Nofrianti & Saraswati, 2020) ; (Laurentius, Fransiskus, Robert, & Riza, 2022)
Kinerja Lingkungan (Environmental) X1	Saat ini, pemangku kepentingan memiliki minat tinggi terhadap kinerja lingkungan perusahaan, dikarenakan bisa saja para pemangku kepentingan terkena dampak dari polusi yang diciptakan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan	Pengukuran yang telah disediakan Thomson Reuters untuk kinerja lingkungan terdiri dari 3 kategori yaitu penggunaan sumber daya memiliki 20 indikator dengan bobot 11%, emisi memiliki 22 indikator dengan bobot 12%, dan inovasi memiliki 19 indikator dengan bobot 11%.	(Behl, Kumari, Makhija, & Sharma, 2021) ; (Tarmuji, Maelah, & Tarmuji, 2016) ; (Thomson Reuters, 2018)

	<p>untuk melakukan manajemen terbaik untuk mengurangi emisi udara, limbah berbahaya, pembuangan air, dan lain sebagainya. Selain itu, manajemen yang baik juga memastikan sumber daya alam telah dimanfaatkan dengan baik.</p>	<p>Sehingga kinerja lingkungan mempengaruhi nilai ESG pada setiap perusahaan sebesar 34%. Berdasarkan pembobotan yang telah ditetapkan, Thomson Reuters mempublikasikan indeks kinerja lingkungan perusahaan.</p>	
<p>Kinerja Sosial (Social) X2</p>	<p>Perusahaan tidak hanya berperan sebagai entitas bisnis yang mengejar kesuksesan finansial tetapi juga sebagai warga negara yang baik. Konsep ini menegaskan bahwa perusahaan harus memperluas tanggung jawab mereka dalam aspek sosial dan lingkungan, karena belakangan semakin banyak masyarakat yang menuntut perusahaan untuk meminimalisir dampak negatif dari kegiatan perusahaan.</p>	<p>Pengukuran yang telah disediakan Thomson Reuters untuk kinerja sosial terdiri dari 4 kategori yaitu tenaga kerja memiliki 29 indikator dengan bobot 16%, hak asasi manusia memiliki 8 indikator dengan bobot 4,5%, masyarakat memiliki 14 indikator dengan bobot 8%, tanggung jawab produk memiliki 12 indikator dengan bobot 7%. Sehingga kinerja sosial mempengaruhi nilai ESG pada setiap perusahaan sebesar 35,5%. Berdasarkan pembobotan yang telah ditetapkan, Thomson Reuters mempublikasikan index kinerja sosial perusahaan.</p>	<p>(Behl, Kumari, Makhija, & Sharma, 2021) ; (Melinda & Wardhani, 2020) ; (Thomson Reuters, 2018)</p>
<p>Tata Kelola (Governance) X3</p>	<p>Sistem tata kelola perusahaan yang baik merupakan unsur penting dalam pengoptimalan kinerja perusahaan, dalam hal ini adalah untuk pengambilan keputusan bagi pemegang saham, pembatasan biaya</p>	<p>Pengukuran yang telah disediakan Thomson Reuters untuk kinerja tata kelola terdiri dari 3 kategori yaitu manajemen memiliki 34 indikator dengan bobot 19%, pemegang saham memiliki 12 indikator dengan bobot 7%,</p>	<p>(Behl, Kumari, Makhija, & Sharma, 2021) ; (Tarmuji, Maelah, & Tarmuji, 2016) ; (Thomson</p>

	keagenan, serta mendukung kelangsungan hidup dari perusahaan.	strategi CSR memiliki 8 indikator dengan bobot 4,5%. Sehingga kinerja tata kelola mempengaruhi nilai ESG pada setiap perusahaan sebesar 30,5%. Berdasarkan pembobotan yang telah ditetapkan, Thomson Reuters mempublikasikan index kinerja tata kelola perusahaan.	Reuters, 2018)
--	---	--	----------------



3.6 Metode Analisis Data

Setelah peneliti memperoleh data yang dibutuhkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan serangkaian langkah untuk menghitung dan mengolah data tersebut sehingga hasilnya dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan dengan menggunakan SPSS 26. Dalam penelitian ini, langkah-langkah analisis data yang digunakan untuk pengujian adalah sebagai berikut :

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif yang menghasilkan nilai mean, minimum, maksimum dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian sehingga secara kontekstual mudah dimengerti.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.6.2.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas yang akan digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan analisis grafik normal P-P plot dan *one sample kolmogorov smirnov test*. Dalam uji *one sample kolmogorov smirnov test* variabel-variabel yang mempunyai asymp. Sig (2-tailed) di atas tingkat signifikan sebesar 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki distribusi normal dan sebaliknya (Ghozali, 2015).

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dapat dilihat dengan menganalisis nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu model regresi menunjukkan adanya multikolinearitas apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 . Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2015).

3.6.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui bahwa tidak adanya korelasi antara kesalahan residual pada periode t dengan kesalahan residual pada periode $t-1$ dalam model regresi linear (Ghozali, 2015). Persamaan regresi harus bebas dari autokorelasi. Pendeteksian autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson (DW). Berikut ini pengambilan keputusan dalam uji DW:

- a. Dikatakan terdapat autokorelasi, jika nilai $DW < dL$ atau $DW > (4-dL)$
- b. Tidak terdapat autokorelasi, Jika nilai $dU < DW < (4-dU)$
- c. Tidak ada kesimpulan, jika nilai $dL < DW < dU$ atau $(4-dU) < DW < (4-dL)$

3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu uji Glejser, yang bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas yang dapat dilihat dari nilai

signifikansi setiap variabel bebas. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2015)

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan secara *multivariate* dengan menggunakan model regresi linear berganda. Model regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memprediksi besar variabel dependen dengan menggunakan data variabel independen yang sudah diketahui besarnya. Regresi linear berganda digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel independen yang diukur mempengaruhi reputasi perusahaan.

Model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 ENV + \beta_2 SOC + \beta_3 GOV + \varepsilon$$

Y = Reputasi Perusahaan

α = Konstanta

1, 2, 3 = Koefisien Variabel

ENV = Environmental

SOC = Social

GOV = Governance

ε = Error

3.6.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi berganda karena menguji satu variabel terikat pada lebih dari satu variabel bebas.

3.6.4.1 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji t parsial bertujuan untuk melihat signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, ditentukan tingkat signifikansi = 5% . Beberapa kriteria dalam uji-t parsial adalah:

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$, artinya hipotesis ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara individual tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$, artinya hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

3.6.4.2 Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Tujuan dari uji F adalah untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini ditentukan nilai signifikansi = 5%. H1 memiliki arti bahwa semua variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kriteria hipotesis

jika nilai simultan $< 0,05$ dan nilai F tabel $< F$ hitung, artinya H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.6.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada intinya, koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan perubahan variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Jika nilai $R^2 = 0$ atau semakin kecil (mendekati nol), berarti tidak ada hubungan atau pengaruh lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai $R^2 = 1$ atau lebih besar (mendekati satu), berarti variabel bebas memiliki hubungan yang sempurna atau kemampuan yang lebih baik dengan variabel terikat.



BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan yang mendapatkan skor ESG dari Thomson Reuters Eikon dari tahun 2018 – 2020, kemudian laporan keuangan untuk mengukur reputasi perusahaan. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pada penelitian ini pengujian sampel ada 2 kali, yaitu uji sebelum covid-19 dan uji saat covid-19. Data penelitian diolah menggunakan bantuan program SPSS 26. Sebelum mengolah variabel, model regresi harus melewati uji asumsi klasik agar mendapatkan model regresi yang baik.

4.1.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen yaitu kinerja lingkungan (*environmental*), kinerja sosial (*social*) dan kinerja tata kelola (*governance*) dengan variabel dependen yaitu reputasi perusahaan. Hasil pengujian variabel-variabel yang telah dijelaskan secara deskriptif seperti pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics										
	Sebelum Covid-19					Saat Covid-19				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Env	42	,00	79,52	32,903	24,46965	84	,00	82,71	38,7296	23,43026
Soc	42	8,46	91,78	53,308	24,73384	84	9,47	93,96	58,1624	22,54593
Gov	42	10,64	92,61	47,803	22,05653	84	2,98	93,73	50,5235	23,05725
Tobin's Q	42	,15	1,10	,5932	,21134	84	,16	1,11	,5893	,21198
Valid N (listwise)	42					84				

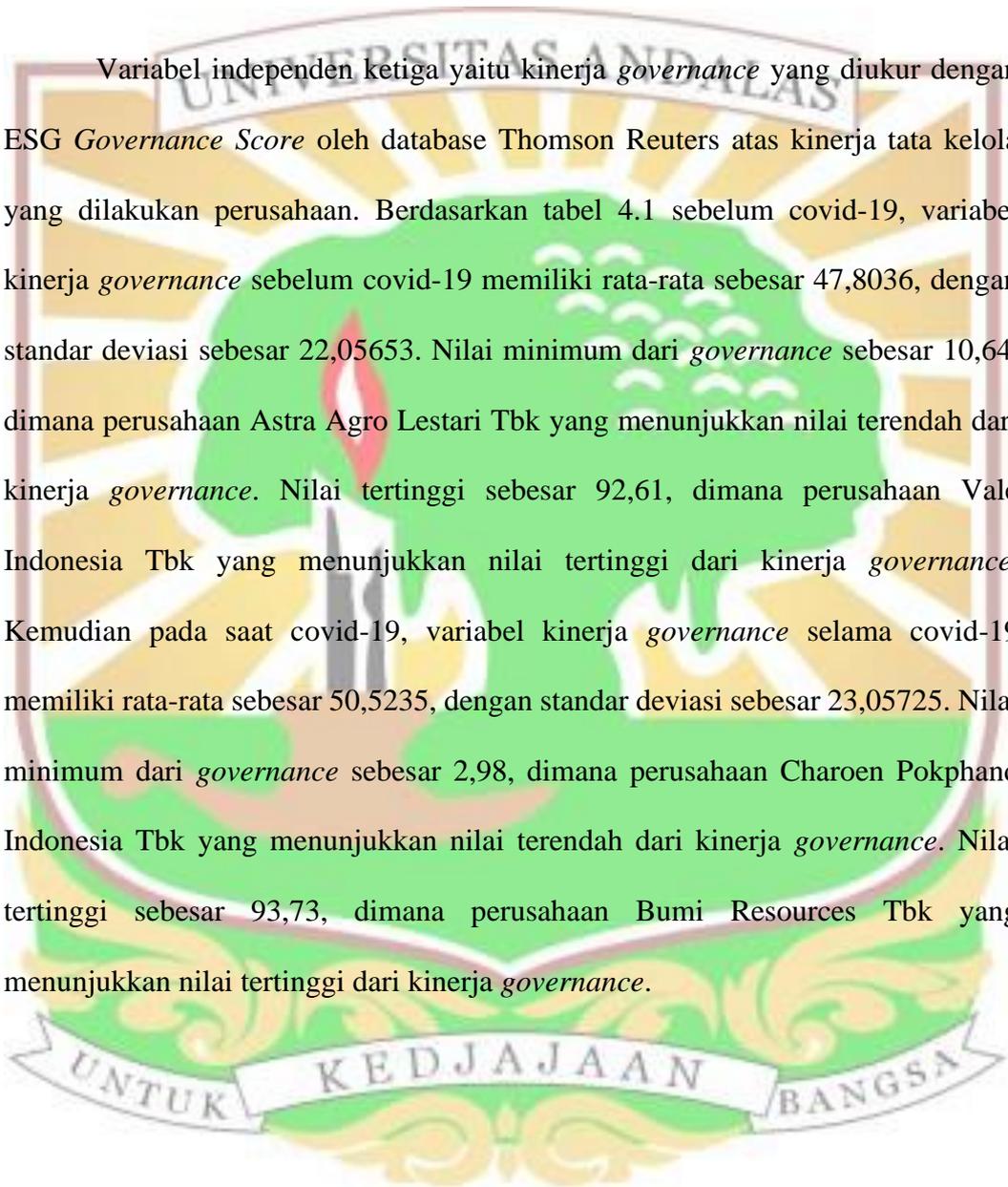
Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan yang diukur dengan Tobins'Q. Berdasarkan tabel 4.1 sebelum covid-19, rata-rata dari reputasi perusahaan sebelum covid-19 menunjukkan nilai 0,5932. Kemudian terlihat dari data bahwa standar deviasinya sebesar 0,21134. Nilai reputasi perusahaan yang diukur dengan Tobins'Q tertinggi sebesar 1,10 dimana perusahaan Unilever Indonesia Tbk, yang menunjukkan tingginya reputasi perusahaan. Nilai terendahnya sebesar 0,15 dimana perusahaan Vale Indonesia Tbk yang memiliki data terendah pada reputasi perusahaan. Kemudian pada saat covid-19, rata-rata dari reputasi perusahaan selama covid-19 menunjukkan nilai 0,5893. Kemudian terlihat dari data bahwa standar deviasinya sebesar 0,21198. Nilai reputasi perusahaan yang diukur dengan Tobins'Q tertinggi sebesar 1,11 dimana perusahaan Unilever Indonesia Tbk, yang menunjukkan tingginya reputasi perusahaan. Nilai terendahnya sebesar 0,16 dimana perusahaan Vale Indonesia Tbk yang memiliki data terendah pada reputasi perusahaan.

Variabel independen pertama yaitu kinerja *environmental* (lingkungan) yang diukur dengan menggunakan ESG *Environmental Score* oleh database Thomson Reuters atas kinerja lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan tabel 4.1 sebelum covid-19, variabel kinerja *environmental* sebelum covid-19 memiliki rata-rata sebesar 32,9031, dengan standar deviasi sebesar 24,46965. Nilai minimum dari *environmental* sebesar 0,00, dimana perusahaan Global Mediacom Tbk yang menunjukkan nilai terendah dari kinerja *environmental*. Nilai tertinggi sebesar 79,52, dimana perusahaan Bumi Resources Tbk yang menunjukkan nilai tertinggi dari kinerja *environmental*. Kemudian pada saat covid-19, variabel kinerja *environmental* selama covid-19 memiliki rata-rata sebesar 38,7296, dengan standar deviasi sebesar 23,43026. Nilai minimum dari *environmental* sebesar 0,00, dimana perusahaan Global Mediacom Tbk yang menunjukkan nilai terendah dari kinerja *environmental*. Nilai tertinggi sebesar 82,71, dimana perusahaan Unilever Indonesia Tbk yang menunjukkan nilai tertinggi dari kinerja *environmental*.

Variabel independen kedua yaitu kinerja *social* (sosial) yang diukur dengan ESG *Social Score* oleh database Thomson Reuters atas kinerja sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan tabel 4.1 sebelum covid-19, variabel kinerja *social* sebelum covid-19 memiliki rata-rata sebesar 53,3088, dengan standar deviasi sebesar 24,73384. Nilai minimum dari *social* sebesar 8,46, dimana perusahaan Global Mediacom Tbk yang menunjukkan nilai terendah dari kinerja *social*. Nilai tertinggi sebesar 91,78, dimana perusahaan Vale Indonesia Tbk yang menunjukkan nilai tertinggi dari kinerja *social*. Kemudian pada saat covid-19, variabel kinerja *social* selama covid-19 memiliki rata-rata sebesar 58,1624, dengan

standar deviasi sebesar 22,54593. Nilai minimum dari *social* sebesar 9,47, dimana perusahaan Global Mediacom Tbk yang menunjukkan nilai terendah dari kinerja *social*. Nilai tertinggi sebesar 93,96, dimana perusahaan Bank Central Asia Tbk yang menunjukkan nilai tertinggi dari kinerja *social*.

Variabel independen ketiga yaitu kinerja *governance* yang diukur dengan ESG *Governance Score* oleh database Thomson Reuters atas kinerja tata kelola yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan tabel 4.1 sebelum covid-19, variabel kinerja *governance* sebelum covid-19 memiliki rata-rata sebesar 47,8036, dengan standar deviasi sebesar 22,05653. Nilai minimum dari *governance* sebesar 10,64, dimana perusahaan Astra Agro Lestari Tbk yang menunjukkan nilai terendah dari kinerja *governance*. Nilai tertinggi sebesar 92,61, dimana perusahaan Vale Indonesia Tbk yang menunjukkan nilai tertinggi dari kinerja *governance*. Kemudian pada saat covid-19, variabel kinerja *governance* selama covid-19 memiliki rata-rata sebesar 50,5235, dengan standar deviasi sebesar 23,05725. Nilai minimum dari *governance* sebesar 2,98, dimana perusahaan Charoen Pokphand Indonesia Tbk yang menunjukkan nilai terendah dari kinerja *governance*. Nilai tertinggi sebesar 93,73, dimana perusahaan Bumi Resources Tbk yang menunjukkan nilai tertinggi dari kinerja *governance*.



4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4.2 dibawah ini hasil uji normalitas dari data residual yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan One Sample Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Sebelum Covid-19	Saat Covid-19
		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		42	84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	,20294639	,19151468
Most Extreme Differences	Absolute	,088	,063
	Positive	,081	,063
	Negative	-,088	-,055
Test Statistic		,088	,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Pada hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* sebelum covid-19 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* pada semua variabel dependen maupun independen sebesar 0,200. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai signifikan dengan uji *one sample Kolmogorov - smirnov* untuk semua variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data sebelum covid-19 terdistribusi secara normal.

Kemudian pada hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* selama covid-19 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* pada semua variabel dependen maupun independen sebesar 0,200. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai signifikan dengan uji *one sample Kolmogorov - smirnov* untuk semua variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data selama covid-19 terdistribusi secara normal.

4.1.3.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3 dibawah ini hasil uji multikolinearitas yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
		Sebelum Covid-19		Saat Covid-19	
Model		Collinearity Statistics		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
1	(Constant)				
	Env	,561	1,782	,599	1,670
	Soc	,450	2,223	,467	2,142
	Gov	,668	1,497	,647	1,546

a. Dependent Variable: Tobin's Q

Berdasarkan uji multikolinieritas diatas, dapat dilihat bahwa hasil sebelum covid-19 perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan bahwa variabel – variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yang berarti bahwa korelasi antara variabel bebas tersebut nilainya kurang dari 100%. Dan hasil dari perhitungan *variance inflation factor (VIF)* menunjukkan bahwa variabel – variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dimana jika nilai *tolerance* lebih

dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinieritas.

Kemudian uji multikolinieritas pada saat covid-19, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan bahwa variabel – variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yang berarti bahwa korelasi antara variabel bebas tersebut nilainya kurang dari 100%. Dan hasil dari perhitungan *variance inflation factor* (VIF) menunjukkan bahwa variabel – variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dimana jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinieritas.

4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.4 dibawah ini hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a			
		Sebelum Covid-19	Saat Covid-19
Model		Sig.	Sig.
1	(Constant)	,419	,110
	Env	,436	,115
	Soc	,070	,447
	Gov-b	,515	,671

a. Dependent Variable: abs_RES

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji heteroskedastisitas pada sebelum covid-19 melalui uji *glejser*, dapat dilihat bahwa sig. pada semua variabel *environmental*,

social, dan *governance* sebelum covid-19 bernilai lebih besar dari 0,05 dan variabel–variabel tersebut dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada saat covid-19 melalui uji *glejser*, dapat dilihat bahwa sig. pada semua variabel *environmental*, *social*, dan *governance* selama covid-19 bernilai lebih besar dari 0,05 dan variabel – variabel tersebut dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.1.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat ada atau tidak adanya korelasi yang terjadi antar data berdasarkan urutan waktu. Berikut hasil uji autokorelasi pada tabel 4.5:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi Sebelum Covid-19

Model Summary ^b		
	Sebelum Covid-19	Saat Covid-19
Model	Durbin-Watson	Durbin-Watson
1	1,694	2,053

a. Predictors: (Constant), Gov, Env, Soc

b. b. Dependent Variable: Tobin's Q

Terlihat pada tabel 4.5 sebelum covid-19 nilai DW sebesar 1,694. Nilai ini jika dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan derajat kepercayaan 5% dengan jumlah sampel sebanyak 42 serta jumlah variabel independen (k) sebanyak 3 maka pada tabel Durbin Watson akan didapat nilai dl sebesar 1,3573 dan du sebesar 1,6617. Dapat diartikan bahwa: $dw \leq 4-du$, yang artinya nilai dw (1,694) lebih kecil dari nilai 4-du (2,3383). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada autokorelasi pada model regresi tersebut.

Kemudian hasil uji autokorelasi saat covid-19 nilai DW sebesar 2,053. Nilai ini jika dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan derajat kepercayaan 5% dengan jumlah sampel sebanyak 84 serta jumlah variabel independen (k) sebanyak 3 maka pada tabel Durbin Watson akan didapat nilai dl sebesar 1,5723 dan du sebesar 1,7199. Dapat diartikan bahwa: $dw \leq 4-du$, yang artinya nilai dw (2,053) lebih kecil dari nilai 4-du (2,2801). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada autokorelasi pada model regresi tersebut.

4.1.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Apabila semua uji asumsi klasik telah terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linier berganda, untuk melihat bagaimana pengaruh dari *environmental*, *social* dan *governance* terhadap reputasi perusahaan. Analisis regresi linear berganda dapat ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi seperti tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4. 6 Model Regresi Linear Berganda Sebelum Covid-19

Coefficients ^a					
Model		Sebelum Covid-19		Saat Covid-19	
		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error	B	Std. Error
1	(Constant)	,456	,087	,355	,062
	Env	,001	,002	-,002	,001
	Soc	,000	,002	,004	,001
	Gov	,002	,002	,001	,001

a. Dependent Variable: Tobin's Q

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji analisis berganda sebelum covid-19 menunjukkan rumus data panel sebagai berikut:

$$\text{Reputasi Perusahaan} = 0,456 + 0,001ENV + 0,000SOC + 0,002GOV + \varepsilon$$

Berdasarkan rumus diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Apabila nilai variabel *environmental*, *social* dan *governance* bersifat konstan ($X1 - X3 = 0$). Maka reputasi perusahaan akan bertambah sebesar 0,456.
2. Apabila nilai variabel *environmental* ($X1$) dinaikan sebanyak 1x dengan variabel *social* dan *governance* bersifat konstan ($X2, X3 = 0$). Maka reputasi perusahaan akan bertambah sebesar 0,001.
3. Apabila nilai variabel *social* ($X2$) dinaikan sebanyak 1x dengan variabel *environmental* dan *governance* bersifat konstan ($X1, X3 = 0$). Maka reputasi perusahaan akan bertambah sebesar 0,000.
4. Apabila nilai variabel *governance* ($X3$) dinaikan sebanyak 1x dengan variabel *environmental* dan *social* bersifat konstan ($X1, X2 = 0$). Maka reputasi perusahaan akan bertambah sebesar 0,002.



Kemudian hasil uji analisis berganda pada saat covid-19 menunjukkan rumus data panel sebagai berikut:

$$\text{Reputasi Perusahaan} = 0,355 - 0,002ENV + 0,004SOC + 0,001GOV + \varepsilon$$

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Apabila nilai variabel *environmental*, *social* dan *governance* bersifat konstan ($X1 - X3 = 0$). Maka reputasi perusahaan akan bertambah sebesar 0,355.
2. Apabila nilai variabel *environmental* ($X1$) dinaikan sebanyak 1x dengan variabel *social* dan *governance* bersifat konstan ($X2, X3 = 0$). Maka reputasi perusahaan akan bertambah sebesar -0,002.
3. Apabila nilai variabel *social* ($X2$) dinaikan sebanyak 1x dengan variabel *environmental* dan *governance* bersifat konstan ($X1, X3 = 0$). Maka reputasi perusahaan akan bertambah sebesar 0,004.
4. Apabila nilai variabel *governance* ($X3$) dinaikan sebanyak 1x dengan variabel *environmental* dan *social* bersifat konstan ($X1, X2 = 0$). Maka reputasi perusahaan akan bertambah sebesar 0,001.



4.1.5 Hasil Uji Hipotesis

4.1.5.1 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. H1 akan diterima apabila t hitung $>$ t tabel dan mempunyai signifikansi $<$ 0,05 dan H1 akan ditolak apabila t hitung $<$ t tabel dan mempunyai signifikansi $>$ 0,05. Berikut tabel 4.7 hasil uji T sebelum covid-19:

Tabel 4. 7 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
		Sebelum Covid-19		Saat Covid-19	
Model		T	Sig.	T	Sig.
1	(Constant)	5,264	,000	5,754	,000
	Env-b	,383	,704	-1,339	,185
	Soc-b	,249	,805	2,715	,008
	Gov-b	1,007	,320	1,297	,198

a. Dependent Variable: Tobin's Q

Hasil uji-T sebelum covid-19 variabel bebas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 diatas. Maka dapat diambil kesimpulan setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel *environmental* (X1) nilai t hitung sebesar 0,383 yang artinya bahwa t hitung $<$ t tabel ($0,383 <$ 1,68195) dan tingkat signifikan sebesar $0,704 >$ 0,05, yang bermakna H1 tidak diterima maka variabel *environmental* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan.

2. Variabel *social* (X2) nilai t hitung sebesar 0,249 yang artinya bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($0,249 < 1,68195$) dan tingkat signifikan sebesar $0,805 > 0.05$, yang bermakna H2 tidak diterima maka variabel *social* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.
3. Variabel *governance* (X3) nilai t hitung sebesar 1,007 yang artinya bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($1,007 < 1,68195$) dan tingkat signifikan sebesar $0,320 > 0.05$, yang bermakna H3 tidak diterima maka variabel *governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Kemudian hasil uji-T pada saat covid-19 variabel bebas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 di atas. Maka dapat diambil kesimpulan setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel *environmental* (X1) nilai t hitung sebesar -1,339 yang artinya bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($-1,339 < 1,66320$) dan tingkat signifikan sebesar $0,185 > 0.05$, yang bermakna H1 tidak diterima maka variabel *environmental* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan.
2. Variabel *social* (X2) nilai t hitung sebesar 2,715 yang artinya bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,715 > 1,66320$) dan tingkat signifikan sebesar $0,008 < 0.05$, yang bermakna H2 diterima maka variabel *social* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.
3. Variabel *governance* (X3) nilai t hitung sebesar 1,297 yang artinya bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($1,297 < 1,66320$) dan tingkat signifikan sebesar $0,198 > 0.05$, yang bermakna H3 tidak diterima maka

variabel *governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Tabel 4. 8 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil Sebelum Covid-19	Hasil Saat Covid-19
H1	Kinerja <i>environmental</i> berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan	Ditolak	Ditolak
H2	Kinerja <i>social</i> berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan	Ditolak	Diterima
H3	Kinerja <i>governance</i> berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan	Ditolak	Ditolak

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa pada periode sebelum dan saat Covid-19, kinerja *environmental* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Kinerja *social* hanya berpengaruh pada saat Covid-19, sedangkan untuk kinerja *governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan pada sebelum dan saat Covid-19.

4.1.5.2 Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Tabel 4. 9 Uji F Sebelum Covid-19

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,142	3	,047	1,069	,374 ^b
	Residual	1,689	38	,044		
	Total	1,831	41			

a. Dependent Variable: Tobin's Q-b

b. Predictors: (Constant), Gov-b, Env-b, Soc-b

Dari tabel 4.9 tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi F berada diatas 0,05 dengan nilai 0,374 dan nilai F hitung sebesar 1,069 lebih kecil dari F tabel yaitu sebesar 2,85 yang artinya H1 ditolak, sehingga variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 10 Uji F Saat Covid-19

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,685	3	,228	6,003	,001 ^b
	Residual	3,044	80	,038		
	Total	3,730	83			

a. Dependent Variable: Tobin's Q-a

b. Predictors: (Constant), Gov-a, Env-a, Soc-a

Dari tabel 4.10 tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi F berada dibawah 0,05 dengan nilai 0,001 dan nilai F hitung sebesar 6,003 lebih besar dari F tabel yaitu sebesar 2,72 yang artinya H1 diterima, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

4.1.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Hasil uji koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi (R²) Sebelum Covid-19

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,279 ^a	,078	,005	,21081	1,694

a. Predictors: (Constant), Gov-b, Env-b, Soc-b

b. Dependent Variable: Tobin's Q-b

Hasil dari perhitungan tabel 4.11 sebelum covid-19 dengan menggunakan program SPSS versi 26 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R²) yang diperoleh sebesar 0,078. Hal ini berarti 7,8% reputasi perusahaan dapat dijelaskan oleh *environmental*, *social* dan *governance*. Sedangkan sisanya yaitu 92,2% dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya.

Hasil uji koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (R²) Saat Covid-19

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,429 ^a	,184	,153	,19507	2,053

a. Predictors: (Constant), Gov-a, Env-a, Soc-a

b. Dependent Variable: Tobin's Q-a

Hasil dari perhitungan tabel 4.12 selama covid-19 dengan menggunakan program SPSS versi 26 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R²) yang diperoleh sebesar 0,184. Hal ini berarti 18,4% reputasi perusahaan dapat dijelaskan oleh *environmental*, *social* dan *governance*. Sedangkan sisanya yaitu 81,6% dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil pengujian hipotesis sebelum Covid-19 menunjukkan bahwa kinerja *environmental* memiliki nilai t-hitung sebesar 0,383 atau lebih kecil dari 1,68195 dan nilai signifikan sebesar 0,704 lebih besar dari nilai $\alpha=0,05$. Pada tabel 4.7, hasil pengujian hipotesis selama Covid-19 menunjukkan bahwa kinerja *environmental* memiliki nilai t-hitung sebesar -1,339 atau lebih kecil dari 1,66320 dan nilai signifikan sebesar 0,185 lebih besar dari nilai $\alpha=0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *environmental* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan yang telah diukur dengan menggunakan pendekatan nilai perusahaan dengan rasio Tobins'Q . Hipotesis (H1) yang menduga bahwa kinerja *environmental* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak.

Berdasarkan teori legitimasi yaitu adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat sekitar lokasi perusahaan dan penggunaan sumber daya yang tersedia, dengan ini kegiatan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan adalah tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh perusahaan karena telah menggunakan sumber daya alam di sekitar masyarakat tersebut. Oleh karena itu dengan adanya pengungkapan *environmental* akan menunjukkan kinerja dan citra yang baik kepada masyarakat sehingga semakin baik kinerja lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin baik pula kepercayaan yang didapatkan oleh perusahaan dari masyarakat maupun *stakeholder*. Akan tetapi, hasil yang telah didapatkan pada penelitian ini tidak menunjukkan bahwa adanya pengaruh kinerja lingkungan terhadap peningkatan reputasi perusahaan, sehingga hal ini

menunjukkan bahwa *stakeholder* tidak mengutamakan kinerja lingkungan sebagai aspek utama dalam penilaian oleh *stakeholder* untuk berinvestasi pada suatu perusahaan.

Dengan terjadinya pandemi Covid-19 yang mulai melanda Indonesia pada awal tahun 2020, mengakibatkan banyaknya perusahaan yang mengalami gangguan terhadap kinerja dari perusahaan. Dimana perusahaan dalam mempertahankan perusahaan lebih mempertimbangkan laba perusahaan dibandingkan peningkatan lingkungan perusahaan. Pada masa pandemi ini, investor tidak memperhatikan dari lingkungan tetapi investor lebih mempertimbangkan keuangan perusahaan yang mampu bertahan di masa pandemi ini. Hal tersebut membuat perusahaan masih dianggap baik oleh investor dan mempertahankan reputasi dari perusahaan tersebut. Sejalan dengan penelitian oleh Dominika & Mildawati (2022) bahwa dimensi lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan .

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardila (2017) dan Sawitri (2017) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena tidak semua investor melihat kinerja sebagai kriteria berinvestasi. Bagi investor, kinerja lingkungan yang baik belum menjamin suatu perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi investor. Selain itu, bagi investor pengolahan lingkungan akan menambah biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan sehingga nanti dapat mempengaruhi pendapatan investor. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Juwendah (2017) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang

dilakukan oleh Wibowo (2020) yang menyatakan pengungkapan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut perusahaan dapat meningkatkan kinerja lingkungannya melalui penggunaan sumber daya yang dicerminkan dari peningkatan kinerja dan kapasitas perusahaan dalam mengurangi penggunaan bahan bakar, energi atau air serta menemukan solusi yang lebih eko-efisien melalui peningkatan manajemen rantai pasok. Perusahaan juga dapat meningkatkan komitmen dan efektifitas terhadap pengurangan emisi lingkungan dalam proses produksi dan operasional. Perusahaan juga dapat melakukan inovasi yang dicerminkan dari kapasitas perusahaan dalam mengurangi biaya dan beban lingkungan bagi pelanggannya, serta melalui penciptaan peluang pasar baru melalui teknologi dan proses lingkungan baru atau produk yang dirancang ramah lingkungan.

4.2.2 Pengaruh Kinerja Sosial terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil pengujian hipotesis sebelum Covid-19 menunjukkan bahwa kinerja *social* memiliki nilai t-hitung sebesar 0,249 kecil dari 1,68195 dan nilai signifikan sebesar 0,805 lebih besar dari nilai $\alpha=0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *social* sebelum Covid-19 tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hipotesis (H2) yang menduga bahwa kinerja *social* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak.

Hasil yang telah didapatkan memiliki arti bahwa pengungkapan kinerja sosial sebelum terjadinya pandemi Covid-19 tidak akan menaikkan ataupun

menurunkan citra atau reputasi dari perusahaan itu sendiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2020) yang menyatakan hasil bahwa pengungkapan kinerja sosial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Seiring juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Juwendah (2017) yang juga menyatakan bahwa pengungkapan kinerja sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dikarenakan nilai perusahaan akan mempengaruhi reputasi dari suatu perusahaan, maka dengan tidak adanya pengaruh kinerja sosial terhadap nilai perusahaan maka kinerja sosial juga tidak mempengaruhi reputasi dari suatu perusahaan. Namun, hasil dari penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Aboud & Diab (2018), menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Selanjutnya Pada Tabel 4.7, hasil pengujian hipotesis selama Covid-19 menunjukkan bahwa kinerja *social* memiliki nilai t-hitung sebesar 2,715 lebih dari 1,66320 dan nilai signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *social* selama Covid-19 berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hipotesis (H2) yang menduga bahwa kinerja *social* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

Berdasarkan teori *stakeholders* yang menjelaskan bahwa kesuksesan dan keberlangsungan suatu perusahaan bergantung pada kemampuan dalam menyeimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Dalam meningkatkan nilai perusahaan maka faktor yang berpengaruh salah satunya adalah *corporate social performance* atau kinerja sosial dalam perusahaan, dimana

perusahaan yang memiliki kepedulian besar terkait isu-isu tanggung jawab sosial maka akan berpengaruh terhadap perusahaan dalam meningkatkan reputasi, *corporate branding* dan *goodwill* perusahaan sehingga meningkatkan pangsa pasar serta nilai perusahaan dalam jangka panjang (Lako, 2014). Hal ini dapat mengindikasikan bahwa selama pandemi Covid-19 menjadikan aspek kinerja sosial sebagai aspek yang dinilai *stakeholder* dalam melihat citra atau reputasi dari suatu perusahaan, karena melalui pengungkapan kinerja sosial yang baik dari suatu perusahaan saat pandemi Covid-19, perusahaan dinilai mampu mempertahankan kepercayaan dan loyalitas dari masyarakat dan *stakeholder*. Sejalan dengan teori legitimasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan kesejahteraan jangka panjang serta mendukung kelangsungan perusahaan (Pyo & Lee, 2013).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anna & Ratna (2020) bahwa kinerja sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian Aboud & Diab (2018), menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja sosial perusahaan dengan nilai perusahaan. Kemudian penelitian Hastuti (2016) menyatakan bahwa pengaruh kinerja sosial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang telah melaksanakan kegiatan sosial akan direspon oleh *stakeholder*, serta meningkatkan nilai perusahaan tersebut sehingga membuat perusahaan menjadi lebih dikenal oleh *stakeholder*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan pada penelitian ini H2 pada sebelum pandemi ditolak dan H2 selama pandemi diterima. Adanya perbedaan ini dikarenakan saat sebelum pandemi, *stakeholder* masih belum memperhatikan

aspek kinerja sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai penilaian terhadap reputasi perusahaan tersebut. Perusahaan dapat meningkatkan kinerja sosial melalui peningkatan efektivitas perusahaan terhadap kepuasan kerja, tempat kerja yang sehat dan aman, serta peluang untuk pengembangan bagi tenaga kerja tersebut. Perusahaan juga harus memperhatikan hak asasi manusia dengan menghormati konversi hak asasi manusia yang mendasar. Tanggung jawab produk harus ditingkatkan oleh perusahaan karena hal tersebut dapat mencerminkan kapasitas perusahaan yang menghasilkan barang yang baik serta layanan berkualitas yang memperhatikan kesehatan dan keselamatan pelanggan, integritas dan privasi data. Kinerja sosial perusahaan juga dapat ditingkatkan melalui komitmen perusahaan untuk menjadi warga negara yang baik, melindungi kesehatan masyarakat serta menghormati etika bisnis.

4.2.3 Pengaruh Kinerja Tata Kelola terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil pengujian hipotesis sebelum Covid-19 menunjukkan bahwa kinerja *governance* memiliki nilai t-hitung sebesar 1,007 lebih kecil dari 1,68195 dan nilai signifikan sebesar 0,320 lebih besar dari nilai $\alpha=0,05$. Kemudian Tabel 4.7, hasil pengujian hipotesis selama Covid-19 menunjukkan bahwa kinerja *governance* memiliki nilai t-hitung sebesar 1,297 lebih kecil dari 1,68195 dan nilai signifikan sebesar 0,198 lebih besar dari nilai $\alpha=0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *governance* sebelum dan selama Covid-19 tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hipotesis (H3) yang menduga bahwa kinerja *governance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak.

Berdasarkan teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus bertindak sesuai dengan harapan dari stakeholders dan bertindak dalam batas norma yang ada di masyarakat agar dapat penilaian yang baik bagi *stakeholder* sehingga tercipta reputasi perusahaan yang baik. Namun pada hasil penelitian ini kinerja tata kelola tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini mengartikan bahwa baik atau buruknya tata kelola yang dilakukan oleh perusahaan belum bisa dijadikan salah satu penilaian bagi *stakeholder* untuk menentukan suatu reputasi perusahaan. Hal penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasna (2014) yang juga menemukan kinerja tata kelola perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian Zaitul, Wahyuni & Hamdi (2020) pengungkapan tata kelola tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2021) menyatakan bahwa tata kelola perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Kinerja tata kelola perusahaan dapat ditingkatkan melalui peningkatan komitmen dan efektivitas perusahaan dalam mengikuti praktik terbaik prinsip-prinsip tata kelola perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan salah satunya melalui manajemen risiko pada perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan tugas manajemen risiko yakni identifikasi dan mitigasi risiko-risiko perusahaan, salah satunya risiko wabah covid-19. Pengidentifikasian dan mitigasi risiko yang dilakukan dapat berdampak pada perumusan strategi untuk mengatasi risiko yang disebabkan oleh covid-19. Selain itu perusahaan juga dapat meningkatkan efektivitas terhadap perlakuan yang sama pada pemegang saham dan penggunaan perangkat anti pengambilalihan. Praktik perusahaan untuk mengkomunikasikan bahwa perusahaan telah mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan

dalam proses pengambilan keputusan juga merupakan langkah yang dapat ditempuh untuk meningkatkan kinerja tata kelola.



BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti terkait adanya pengaruh dari kinerja komponen *environmental, social, governance* (ESG) terhadap reputasi perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan terbuka yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dua kali yaitu sebelum adanya pandemi Covid-19 variabel independen tahun 2018 terhadap variabel dependen tahun 2019. Kemudian pada saat pandemi Covid-19 variabel independen tahun 2019 dan 2020 terhadap variabel dependen tahun 2020 dan 2021.

Berdasarkan dari hasil pengujian penelitian yang telah dilakukan, diperoleh temuan sebagai berikut:

1. Kinerja *environmental* (lingkungan) perusahaan di Indonesia yang diukur dengan menggunakan ESG *Environmental Score* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan baik sebelum dan selama Covid-19.

Berdasarkan hal tersebut perusahaan dapat meningkatkan kinerja lingkungan melalui efektivitas sumber daya, emisi, serta melalui peningkatan inovasi. Dalam hal ini peningkatan kinerja lingkungan dapat melestarikan lingkungan sekitar perusahaan sehingga *stakeholder* lebih mengetahui serta meningkatkan reputasi dari perusahaan.

2. Kinerja *social* (sosial) perusahaan di Indonesia yang diukur dengan menggunakan ESG *Social Score* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan sebelum Covid-19, sedangkan selama Covid-19

berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut perusahaan dapat meningkatkan kinerja sosial melalui peningkatan efektivitas, tenaga kerja, hak asasi manusia, tanggung jawab produk, dan komitmen terhadap komunitas. Dalam hal ini peningkatan kinerja sosial dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder*, sehingga lebih dikenal oleh masyarakat.

3. Kinerja *governance* (tata kelola) perusahaan di Indonesia yang diukur dengan menggunakan ESG *Governance Score* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan baik sebelum dan selama Covid-19. Berdasarkan hal tersebut perusahaan dapat meningkatkan kinerja tata kelola melalui peningkatan efektivitas manajemen, pemegang saham, serta perumusan strategi CSR. Dalam hal tersebut peningkatan kinerja tata kelola yang baik sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku, dapat menciptakan keyakinan bagi *stakeholder* sehingga lebih dikenal oleh masyarakat.

5.2 Batasan Penelitian

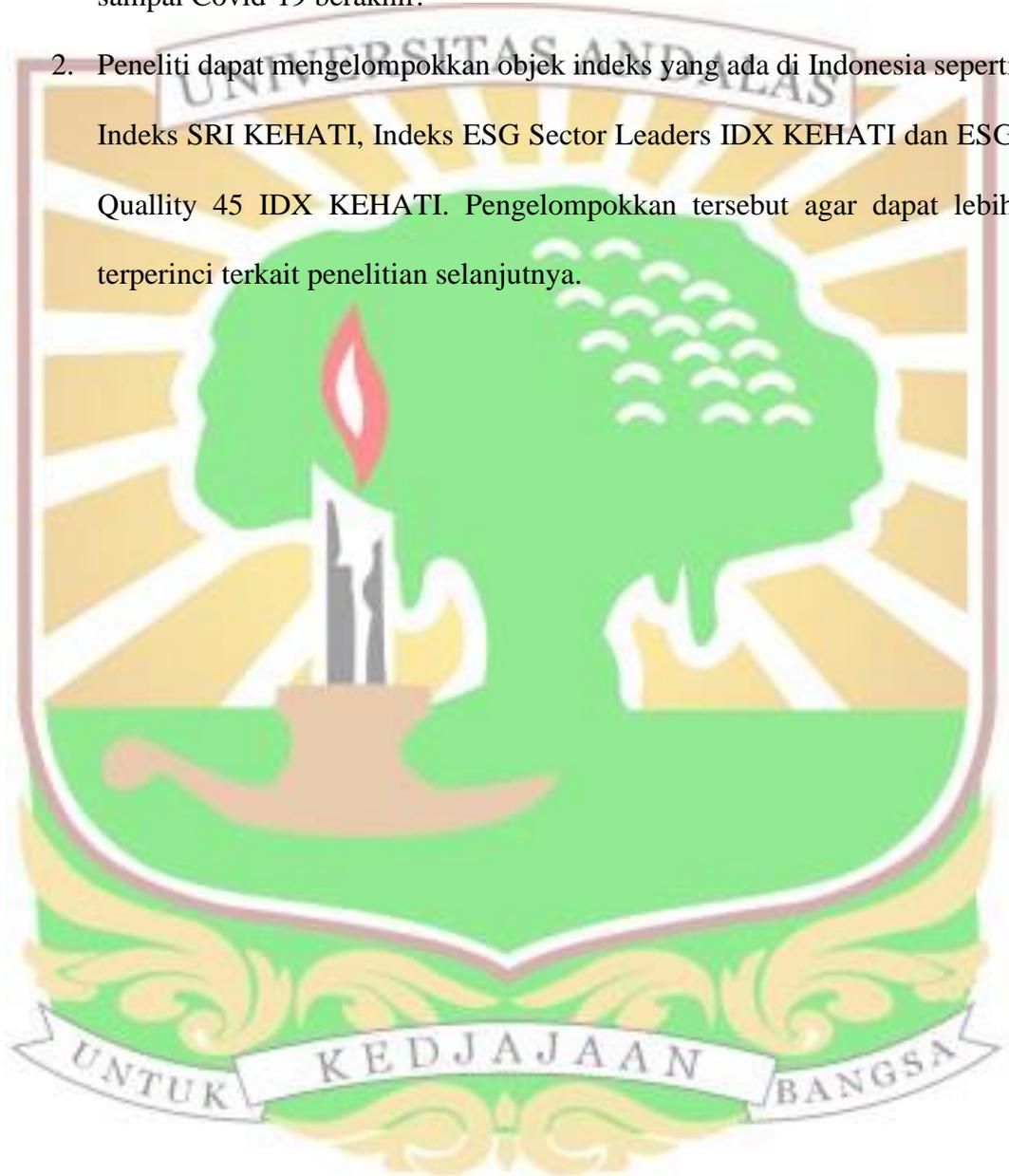
Pada penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian :

1. Penelitian ini menggunakan data hanya terbatas pada tahun 2018-2021. Sementara untuk tahun 2022 pandemi Covid-19 masih berlanjut dan belum terselesaikan.
2. Sampel penelitian tidak dikelompokkan berdasarkan sektor karena terbatasnya data perusahaan yang memiliki penilaian ESG yang terlampir dalam Thomson Reuters Eikon.

5.3 Saran

Saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya :

1. Peneliti dapat meneliti perusahaan yang datanya lebih lama dari awal sampai Covid-19 berakhir.
2. Peneliti dapat mengelompokkan objek indeks yang ada di Indonesia seperti Indeks SRI KEHATI, Indeks ESG Sector Leaders IDX KEHATI dan ESG Quality 45 IDX KEHATI. Pengelompokkan tersebut agar dapat lebih terperinci terkait penelitian selanjutnya.



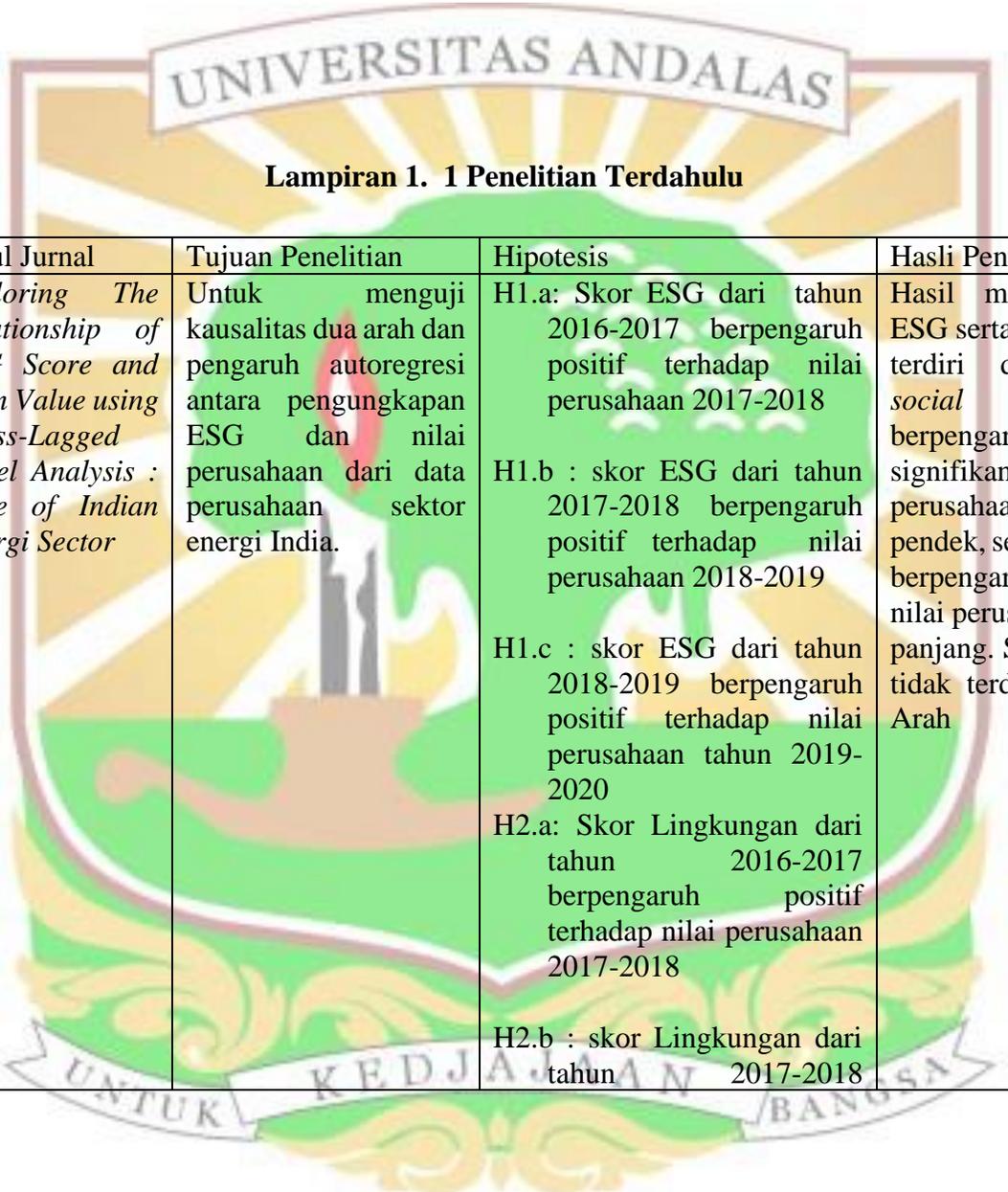
DAFTAR PUSTAKA

- Aboud, A., & Diab, A. (2018). The Impact of Social, Environmental and Corporate Governance Disclosures on Firm Value : Evidence From Egypt. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 442-458.
- Ainy, R. N., & Barokah, Z. (2019). Corporate Governance, Environmental Responsibility and Firm Value: An Empirical Study in Indonesia and Malaysia. *Journal of Accounting and Investment*, vol. 20 no. 2, 59-75.
- Alifahmi, H. (2008). *Marketing Communications Orchestra: Harmonisasi Iklan, promosi, dan Marketing Public Relation*. Bandung: Examedia Publishing.
- Ardila, I. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Finansial Bisnis*, 21-30.
- Astuti, D. A., & Juwendah. (2017). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tergabung Dalam Lq 45 Tahun 2012-2013. 301-313.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained competitive Advantage. *Journal of Management*, 99-120.
- Behl, A., Kumari, P., Makhija, H., & Sharma, D. (2021). Exploring the relationship of ESG score and firm value using cross-lagged panel analyses: case of the indian energy sector. *Annals of Operations Research* .
- Brown, T. J. (2006). Identify, Intended Image, construed Image and Reputation : An Interdisciplinary Framework and Suggested Terminology. *Journal of the academy marketing Science*, 99-106.
- Carrillo-Larco, R. M., & Castillo-Cara, M. (2020). Using country-level variables to classify countries according to the number of confirmed COVID-19 cases: An unsupervised machine learning approach: An unsupervised machine learning approach. *Wellcome Open Research*, 5, [56]. <https://doi.org/10.12688/wellcomeopenres.15819.3>,
- Chang, K., Kim, I., & Li, Y. (2014). The Heterogeneous Impact of Corporate Social Responsibility Activities That Target Different Stakeholders. *Journal of Bussiness Ethic*, 211-234.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1997). The Materiality of Environmental Information to users of Accrual Reports. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 562-583.
- Dominika, M. S., & Mildawati, T. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.

- Elijido-Ten, E. (2007). Applying Stakeholder Theory to Analyze Corporate Environmental Performance : Evidence from Australian Listed Companies. *Asian Review Accounting*, 164-184.
- Fombrun, S. (1996). Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 233-258.
- Freeman, R. E., & David, L. R. (1983). Stockholders AND Stakeholders : A New Perspective On Corporate Governance. *California Management Review*, 88-106.
- Freeman, R. E., & Phillips, R. A. (2002). Stakeholder Theory : A Libertarian Defense. *Business Ethics Quarterly*, 331-350.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Cetakan Kelima*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasna, F. (2014). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, 537-547.
- Hastuti, N. (2016). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014).
- Iswadi, A., & Tiastity, R. (2015). Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2):217-226.
- Jitmaneroj. (2018). A latent variable analysis of corporate social responsibility and firm value. *Manajerial Finance*.
- Kapita, N. M., & Suardana, K. A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Pada Reputasi Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.24.2 Agustus*, 2302-8556.
- KEHATI. (2021, 12 22). *DORONGAN KEUANGAN BERKELANJUTAN, BEI DAN KEHATI LUNCURKAN 2 INDEKS ESG BARU*. Diambil kembali dari KEHATI: <https://kehati.or.id/dorong-keuangan-berkelanjutan-bei-dan-kehati-luncurkan-2-indeks-esg-baru/>
- Kementerian Kesehatan. (2021). *Peta Sebaran Covid-19*. Diambil kembali dari <https://covid19.go.id>
- Kementerian Ketenagakerjaan RI. (2020, November 24). *Survei Kemnaker : 88 Persen Perusahaan Terdampak Pandemi Covid-19*. Diambil kembali dari Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia: <https://kemnaker.go.id/news/detail/survei-kemnaker-88-persen-perusahaan-terdampak-pandemi-covid-19>

- Khan, A. M., & Siddiqui, J. (2013). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures : Evidence from an Emerging Economy. *Journal of Bussiness Ethics*, 207-223.
- Kurnia, D. (2019). PROFITABILITAS, KEBIJAKAN DIVIDEN DAN HARGA SAHAM TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi*, 182-186.
- Kusumayudha, I. (2022, Februari 9). *Menakar Efektivitas ESG pada Keberlanjutan Bisnis*. Diambil kembali dari Detik.com: <https://news.detik.com/kolom/d-5934763/menakar-efektivitas-esg-pada-keberlanjutan-bisnis>
- Lako, A. (2014). *Green Economy: Menghijaukan Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Laurentius, C. O., Fransiskus, R., Robert, J., & Riza, P. (2022). KINERJA KEUANGAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN : STUDI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal KRISNA : Kumpulan Riset Akuntansi; Vol. 13, No. 2 Januari 2022*, 218-227.
- Lestari, K. T. (2021). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Reputasi Perusahaan dengan Sustainability Report seagai Variabel Mediasi (Studi Empiris pada Perusahaan di BEI Tahun 2014-2016). *Tesis, Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Unversitas Sanata Dharma*.
- Louist, J. P., & Rayner, J. (2010). Managing risk to Reputation: From Theory to Practice.
- Maden, C. B., & al, e. (2012). Linking Corporate Socia; Responsibility to Corporate Reputation : A Study on Understanding Behavioral Consequences. *Procedia-social and Behavioral Science*, 655-664.
- Masruroh, A., & Makaryanawati. (2020). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek . *Jurnal Akuntansi Aktual*, 67-80.
- Melinda, A., & Wardhani, R. (2020). The Effect of Environmental, Social, and Governance, and Controversies on Firm Value: Evidence from Asia. *International Simposium on Economic and Econometrica Theory*, 147-173.
- Nofrianti, A., & Saraswati, E. (2020). THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND GOOD CORPORATE GOVERNANCE DISCLOSURES ON THE CORPORATE REPUTATION. *Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Brawijaya University*.
- Oktavianus, L. C., Randa, F., Jao, R., & Pradhita, R. (2022). Kinerja Kuangan dan Reputasi Perusahaan : Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal KRISNA : Kumpulan Riset Akuntansi* , 218-227.
- Rahmawati, R. (2017). Hubungan Antara Reputasi Perusahaan dengan Kepercayaan pada Konsumen Expedisi X. *Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

- Sawitri, A. P. (2017). Analisis Pengaruh Pengungkapan Lingkungan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi : Riset dan Artikel Akuntansi*, 177-187.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business : A skill-building Approach*. New York.
- Silalahi. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Tarmuji, I., Maelah, R., & Tarmuji, N. H. (2016). The Impact of Environmental, Social and Governance Practices (ESG) on Economic performance : Evidence from ESG Score. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol 7, No.3.
- Thomson Reuters, E. (2018). *Thomson Reuters ESG Score*. Diambil kembali dari https://www.researchgate.net/profile/Bita_Mashayekhi/post/ESG_Ratings-Are_there_any_ESG_ratings_that_require_participation_in_order_to_be_listed/attachment/5e69de1fcfe4a7bbe5652a52/AS%3A868158177046528%401583996447761/download/esg-scores-methodology.pdf
- Tischer, S., & Hildebrandt, L. (2013). Linking Corporate Reptation and Shareholder Value Using The Publication of Reputation Ranking. *Jurnal Of Business Research*, 1007-1017.
- Triyani, A., Whini, S., & Makwuna, F. D. (2021). Pengaruh Kinerja Non Keuangan (Environmental, Social, Governance) terhadap Resiko Investasi Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 155-165.
- Walsh, G., & Beatty, S. E. (2008). Customer Based Corporate Reputation of A Service Firm : Scale Development and Validation . *Academy of Marketing Science* , 127-143.
- Whitlock, V. G. (2015). Relationship between Environmental Social Governance (ESG) Management and Performance - The Role of Collaboration in the Supply Chain. In *ProQuest LLC (2017). Ohio: The University of Toledo*.
- Wibowo, L. K. (2020). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham SRI-KEHATI Periode 2017-2019. *Skripsi, Universitas Atma Jaya, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Yogyakarta*.
- Widanaputra, & al, e. (2018). Pengaruh Asimetri Informasi Pada Kebijakan Dividen dengan Investment Opportunity Set Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , 2040-2064.
- Yoon, B., Lee, J. H., & Byun, R. (2018). Does ESG Performance Enhance Firm Vallue? Evidence from Korea. *MDPI Journal*.
- Zaitul, Wahyuni, A. S., & Hamdi, M. (2020). ESG Disclosure dan Nilai Perusahaan. Dalam R. Anugrah, *TATA KELOLA DAN AKUNTABILITAS* (hal. 167-179). Pekanbaru: Jurusan Akuntansi FE UR.



UNIVERSITAS ANDALAS

Lampiran 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Jurnal	Judul Jurnal	Tujuan Penelitian	Hipotesis	Hasil Penelitian
1	<i>Annals Of Operation Research / Abhishek Behl , Pi.S.Raghu Kumari, Harnesh Makhija, Dipasha Sharma (2021)</i>	<i>Exploring The Relationship of ESG Score and Firm Value using Cross-Lagged Panel Analysis : Case of Indian Energi Sector</i>	Untuk menguji kausalitas dua arah dan pengaruh autoregresi antara pengungkapan ESG dan nilai perusahaan dari data perusahaan sektor energi India.	<p>H1.a: Skor ESG dari tahun 2016-2017 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2017-2018</p> <p>H1.b : skor ESG dari tahun 2017-2018 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2018-2019</p> <p>H1.c : skor ESG dari tahun 2018-2019 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tahun 2019-2020</p> <p>H2.a: Skor Lingkungan dari tahun 2016-2017 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2017-2018</p> <p>H2.b : skor Lingkungan dari tahun 2017-2018</p>	Hasil menunjukkan bahwa ESG serta komponennya yang terdiri dari <i>environmental social</i> dan <i>governance</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dalam jangka pendek, serta secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, untuk H5 tidak terdapat hubungan dua Arah

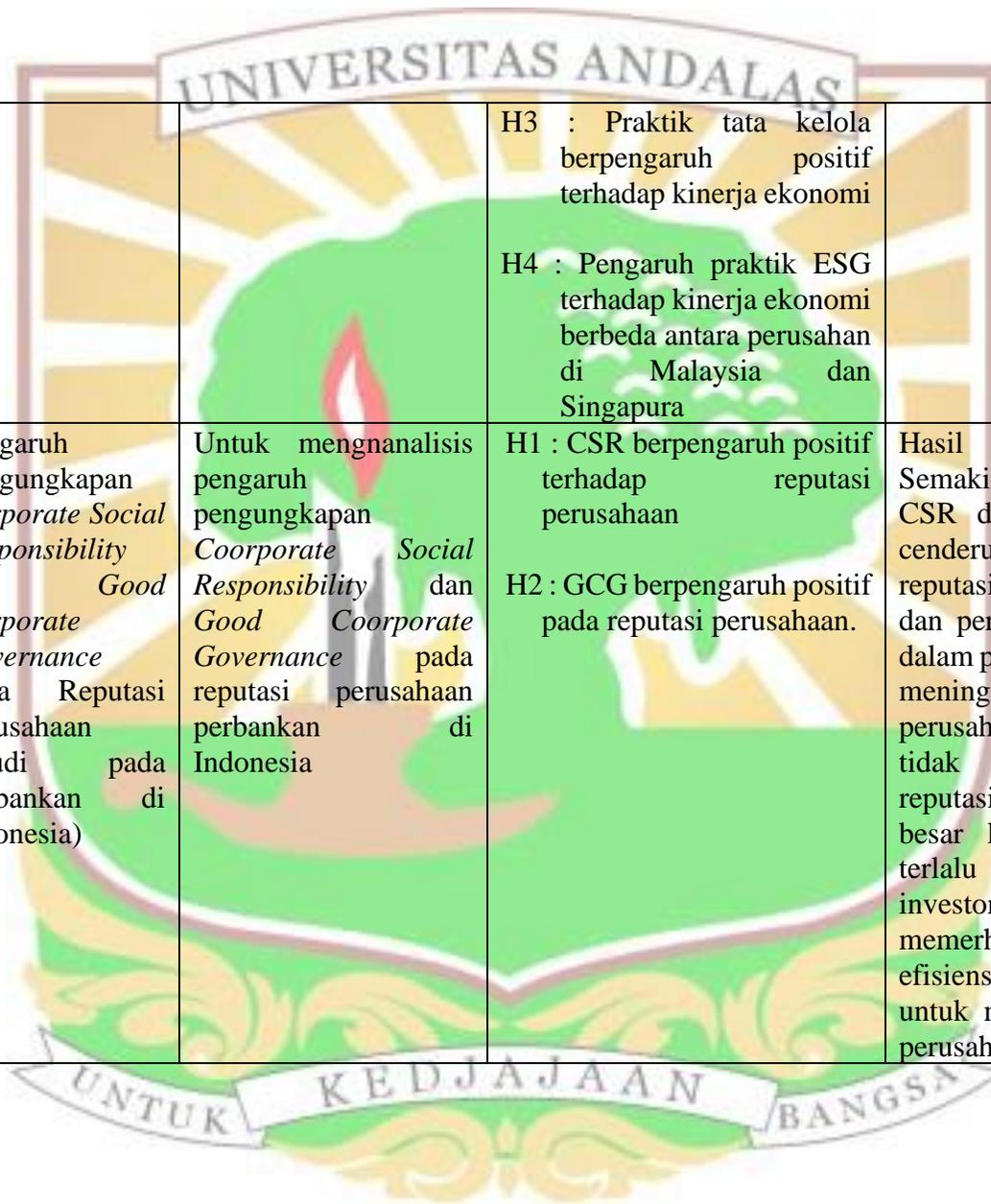


			<p>berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2018-2019</p> <p>H2.c : skor Lingkungan dari tahun 2018-2019 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tahun 2019-2020</p> <p>H3.a: Skor Social dari tahun 2016-2017 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2017-2018</p> <p>H3.b : skor Sosial dari tahun 2017-2018 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2018-2019</p> <p>H3.c : skor Sosial dari tahun 2018-2019 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tahun 2019-2020</p> <p>H4.a: Skor Tata Kelola dari tahun 2016-2017 berpengaruh positif</p>
--	--	--	--



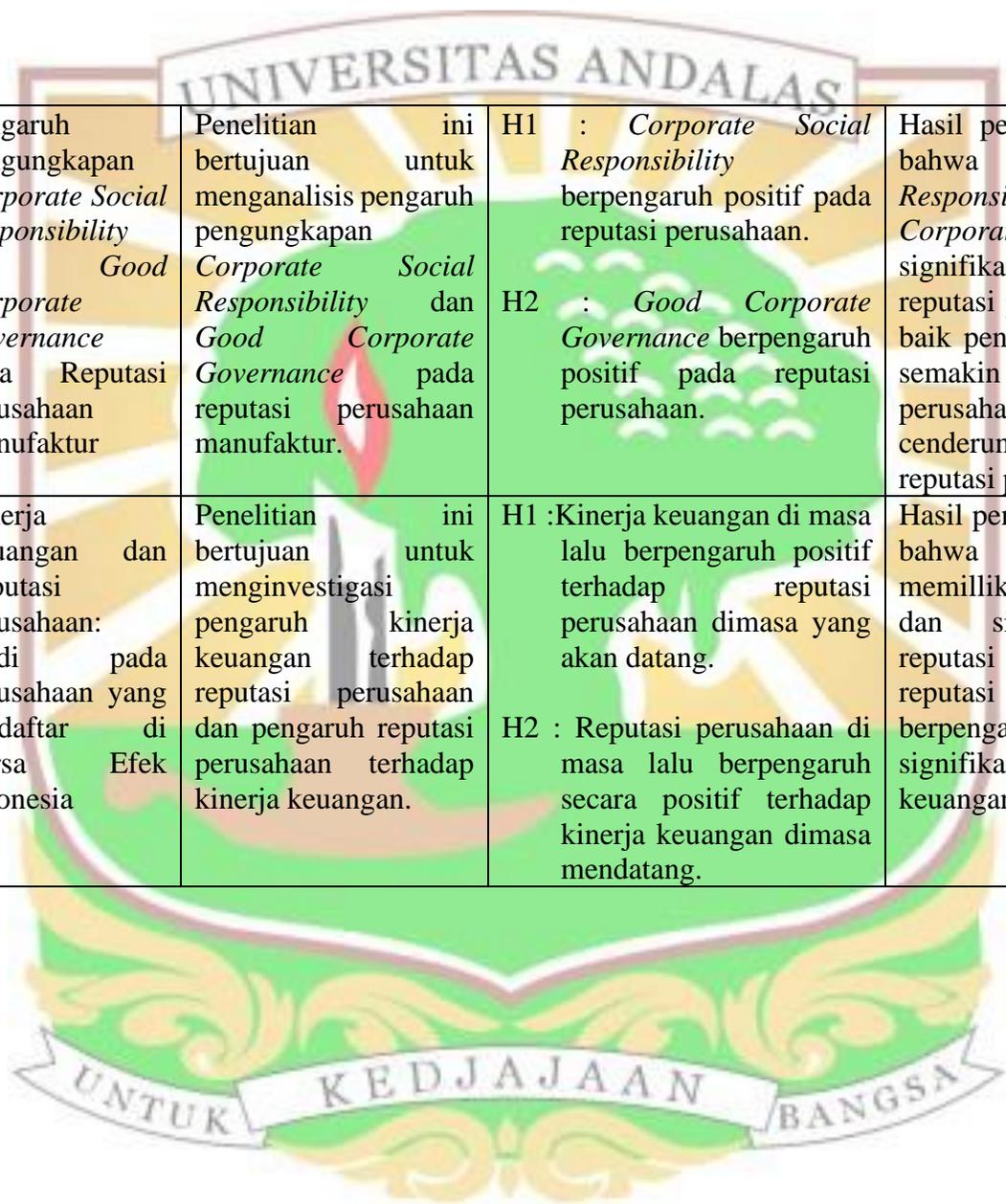
				<p>terhadap nilai perusahaan 2017-2018</p> <p>H4.b : skor Tata Kelola dari tahun 2017-2018 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2018-2019</p> <p>H4.c : skor tata Kelola dari tahun 2018-2019 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tahun 2019-2020</p> <p>H5: Ada hubungan dua arah antara skor ESG secara keseluruhan dan elemen individu dan nilai perusahaan di sektor energi India</p>	
2	<p><i>International Symposia in Economic Theory and Econometrics /</i> Anna Melinda, Ratna</p>	<p><i>The Effect of Environmental, Social, Governance, and Controversies on Firms Value:</i></p>	<p>Untuk menguji hubungan antara indeks Environmental, Social, and Governance (ESG) dan nilai perusahaan. Selain itu, penelitian</p>	<p>H1.a : Kinerja komposit ESG perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>H1.b : Kinerja ESG Total Perusahaan berdampak</p>	<p>Menunjukkan bahwa Environmental, Social, dan Governance secara individual mempengaruhi nilai perusahaan, studi ini menyarankan bahwa, pengungkapan aspek ESG</p>

	Wardhani (2020)	<i>Evidence from Asia</i>	ini juga mengkaji bagaimana skor kontroversi mempengaruhi nilai perusahaan.	<p>positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>H2 : Kinerja Lingkungan perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>H3 : Kinerja Sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>H4 : Kinerja Tata Kelola perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan</p>	sangat penting tidak hanya untuk meingkatkan nilai perusahaan tetapi juga untuk menunjukkan ketahanan dan keberlanjutan perusahaan. Selain itu, Skor kontroversi ESG secara mengejutkan menunjukkan hubungan positif dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa kontroversi memberikan sinyal positif pada investor, karea kontroversi dapat memberikan sinyal kepada publik tentang transparasi dan akuntabilitas perusahaan.
3	<i>Internatonal Journal of Trade, Economics and Finance</i> / Indrawati Tarmuji, Ruhanita Maelah and	<i>The Impact of Environmental, Social and Governance Practices (ESG) on Economic Performance: Evidence from ESG Score</i>	Untuk menyelidiki dampak praktik Environmental, Social, dan Governance (ESG) terhadap kinerja Ekonomi.	<p>H1 : Praktik lingkungan perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi.</p> <p>H2: Praktik sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi</p>	Menemukan bahwa praktik sosial dan tata kelola secara signifikan mempengaruhi kinerja ekonomi. Sedangkan praktik lingkungan tidak mempengaruhi kinerja Ekonomi.



	Nor Habibah Tarmuji (2016)			<p>H3 : Praktik tata kelola berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi</p> <p>H4 : Pengaruh praktik ESG terhadap kinerja ekonomi berbeda antara perusahaan di Malaysia dan Singapura</p>	
4	Aulia Nofrianti, Erwin Saraswati (2020)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> pada Reputasi Perusahaan (Studi pada Perbankan di Indonesia)	Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> pada reputasi perusahaan perbankan di Indonesia	<p>H1 : CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan</p> <p>H2 : GCG berpengaruh positif pada reputasi perusahaan.</p>	Hasil menunjukkan bahwa Semakin baik pengungkapan CSR dan GCG maka akan cenderung meningkatkan reputasi perusahaan. Ukuran dan pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Namun, Leverage tidak dapat meningkatkan reputasi perusahaan karena besar kecilnya utang tidak terlalu diperhatikan oleh investor karena investor hanya memerhatikan efektifita dan efisiensi penggunaan dana untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

5	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana / Ni Made Yuanda Kapita, Ketut Alit Suardana (2018)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> pada Reputasi Perusahaan Manufaktur	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> pada reputasi perusahaan manufaktur.	H1 : <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif pada reputasi perusahaan. H2 : <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif pada reputasi perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> secara signifikan berpengaruh pada reputasi perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR dan semakin tepat GCG dalam perusahaan maka akan cenderung meningkatkan reputasi perusahaan.
6	Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi / Laurentius Christian O, Fransiskus Randa, Robert Jao, Riza Pradhita (2022)	Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan: Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kinerja keuangan terhadap reputasi perusahaan dan pengaruh reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan.	H1 : Kinerja keuangan di masa lalu berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dimasa yang akan datang. H2 : Reputasi perusahaan di masa lalu berpengaruh secara positif terhadap kinerja keuangan dimasa mendatang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Serta reputasi perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.



Lampiran 1. 2 Daftar Sampel Penelitian

No	Kode>Nama Perusahaan	Nama
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2	ADRO	Adaro Energy Indonesia Tbk.
3	AKRA	AKR Corporindo Tbk.
4	ANTM	Aneka Tambang Tbk.
5	ASII	Astra International Tbk.
6	BBCA	Bank Central Asia Tbk.
7	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero
8	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero
9	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero)
10	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk.
11	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk.
12	BMTR	Global Mediacom Tbk.
13	BRPT	Barito Pacific Tbk.
14	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.
15	BUMI	Bumi Resources Tbk.
16	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
17	EXCL	XL Axiata Tbk.
18	GGRM	Gudang Garam Tbk.
19	HMSA	H.M. Sampoerna Tbk.
20	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
21	INCO	Vale Indonesia Tbk.
22	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
23	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.
24	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tb
25	ISAT	Indosat Tbk.
26	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.
27	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
28	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.
29	LPPF	Matahari Department Store Tbk.
30	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.
31	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk.
32	PTBA	Bukit Asam Tbk.
33	PWON	Pakuwon Jati Tbk.
34	SCMA	Surya Citra Media Tbk.
35	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.
36	SMRA	Summarecon Agung Tbk.
37	TBIG	Tower Bersama Infrastructure Tbk.
38	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk.
39	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk

40	UNTR	United Tractors Tbk.
41	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
42	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk.



Lampiran 1. 3 Nilai Variabel Independen dan Variabel Dependen

No.	Perusahaan	Tahun	Env (X1)	Soc (X2)	Gov (X3)	Tahun	Tobin's Q (Y)
1	AALI	2018	29,88	43,24	10,64	2019	0,3054
		2019	44,17	45,81	11,62	2020	0,3393
		2020	41,19	45,78	13,5	2021	0,3716
2	ADRO	2018	48,33	31,84	29,11	2019	0,5083
		2019	63,85	55,14	32,09	2020	0,4056
		2020	64,47	51,39	66,96	2021	0,5479
3	AKRA	2018	28,27	44,18	49,2	2019	0,5626
		2019	33,79	53,13	63,95	2020	0,4865
		2020	22,08	60,38	71,34	2021	0,5676
4	ANTM	2018	70,26	72,6	43,47	2019	0,4059
		2019	73,73	67,69	72,7	2020	0,4362
		2020	66,92	68,03	78,04	2021	0,4235
5	ASII	2018	24,74	35,87	43,31	2019	0,5450
		2019	20,15	36,02	42,06	2020	0,4770
		2020	37,42	44,91	42,12	2021	0,4826
6	BBCA	2018	55,38	77,97	75,56	2019	0,8364
		2019	60,20	80,38	83,57	2020	0,8486
		2020	60,48	93,96	88,76	2021	0,8558
7	BBNI	2018	47,64	83,21	64,64	2019	0,8325
		2019	49,94	85,27	57,07	2020	0,8409
		2020	50,15	88,99	78,79	2021	0,8802
8	BBRI	2018	78,63	77,53	89,52	2019	0,8594
		2019	78,48	78,53	84,95	2020	0,8483
		2020	77,30	86,22	53,6	2021	0,8444
9	BBTN	2018	20,86	85,5	55,09	2019	0,8649
		2019	31,66	85,65	48,07	2020	0,8942
		2020	30,89	88,16	46,57	2021	0,8876
10	BDMN	2018	12,38	35,55	70,35	2019	0,7872
		2019	16,46	60,42	80,54	2020	0,7885
		2020	17,13	56,1	90,1	2021	0,7742
11	BMRI	2018	15,81	76,35	71,88	2019	0,7997
		2019	29,48	90,72	65,97	2020	0,7817
		2020	30,30	89,12	85,76	2021	0,7865
12	BMTR	2018	0,00	8,46	53,57	2019	0,5008
		2019	0,00	9,47	54,71	2020	0,4116
		2020	0,00	34,99	55,23	2021	0,3644
13	BRPT	2018	9,00	12,16	24,81	2019	0,6354

		2019	44,83	50,17	39,59	2020	0,6346
		2020	50,82	58,84	47,74	2021	0,5703
14	BSDE	2018	7,79	43,67	27,36	2019	0,4409
		2019	31,73	37,7	29,3	2020	0,4416
		2020	41,25	46,51	30,26	2021	0,4411
15	BUMI	2018	79,52	84,24	86,86	2019	0,8648
		2019	76,68	78,91	90,21	2020	0,8629
		2020	77,26	83,43	93,73	2021	0,8998
16	CPIN	2018	20,56	16,23	26,74	2019	0,4073
		2019	21,17	16,44	33,7	2020	0,3741
		2020	31,33	24,28	2,98	2021	0,3926
17	EXCL	2018	49,39	73,03	57,33	2019	0,7065
		2019	45,28	75,22	85,09	2020	0,7230
		2020	38,37	69,23	73,95	2021	0,7416
18	GGRM	2018	4,99	13,31	22,56	2019	0,4908
		2019	11,17	17,27	29,35	2020	0,3494
		2020	9,73	24,11	22,42	2021	0,4033
19	HMSP	2018	57,86	53,44	61,23	2019	0,5686
		2019	44,26	73,11	73,74	2020	0,5640
		2020	44,56	72,92	58,52	2021	0,5846
20	ICBP	2018	38,29	34,3	43,05	2019	0,4495
		2019	37,31	33,52	37,33	2020	0,5859
		2020	32,31	34,91	18,23	2021	0,6034
21	INCO	2018	66,43	91,78	92,61	2019	0,1522
		2019	65,52	91,39	88,15	2020	0,1629
		2020	62,22	89,14	85,69	2021	0,1958
22	INDF	2018	43,50	34,96	21,35	2019	0,4979
		2019	42,64	47,42	19,94	2020	0,5685
		2020	37,37	49,19	24,76	2021	0,5794
23	INKP	2018	38,85	23,69	12,33	2019	0,5611
		2019	38,83	25,77	9,67	2020	0,5344
		2020	36,69	22,73	10,6	2021	0,5287
24	INTP	2018	32,97	62,49	44,99	2019	0,2332
		2019	59,76	60,04	48,17	2020	0,2551
		2020	71,29	59,9	51,86	2021	0,2794
25	ISAT	2018	11,11	58,85	43,93	2019	0,8077
		2019	12,31	64,21	44,89	2020	0,7843
		2020	8,95	60,51	57,09	2021	0,9457
26	JSMR	2018	70,94	79,53	44,55	2019	0,7882
		2019	73,25	80,69	65,68	2020	0,7616
		2020	73,29	78,43	62,25	2021	0,7567

27	KLBF	2018	25,92	51,61	74,78	2019	0,3009
		2019	38,76	52,74	63,38	2020	0,3141
		2020	67,30	57,49	71,4	2021	0,2974
28	LPKR	2018	10,56	61,18	51,64	2019	0,3385
		2019	10,84	54,2	53,66	2020	0,3597
		2020	12,22	50,19	42,47	2021	0,5371
29	LPPF	2018	17,87	53,79	38,87	2019	0,9214
		2019	21,72	66,9	38,93	2020	0,7699
		2020	19,14	49,15	47,73	2021	0,9841
30	MNCN	2018	0,00	23,98	20,85	2019	0,4297
		2019	0,00	22,48	11,88	2020	0,3346
		2020	0,00	22,97	13,2	2021	0,3008
31	PGAS	2018	55,78	89,64	73,08	2019	0,5767
		2019	58,11	86,81	64,59	2020	0,5791
		2020	57,02	80,67	73,1	2021	0,6112
32	PTBA	2018	69,45	89,38	18,95	2019	0,4489
		2019	59,24	93,78	26,79	2020	0,3960
		2020	61,39	93,79	27,97	2021	0,5511
33	PWON	2018	3,87	45,67	14,53	2019	0,4307
		2019	17,27	45,03	14,82	2020	0,3772
		2020	20,20	52,81	31,07	2021	0,3893
34	SCMA	2018	0,16	56,09	58,36	2019	0,3393
		2019	0,15	29,21	56,64	2020	0,5941
		2020	22,88	58,2	52,58	2021	0,3823
35	SMGR	2018	35,96	43,65	57,4	2019	0,6050
		2019	56,26	47,77	60,83	2020	0,5772
		2020	59,75	49,65	51,14	2021	0,5072
36	SMRA	2018	0,00	19,32	63,57	2019	0,6384
		2019	4,80	21,36	61,88	2020	0,6453
		2020	4,47	19,89	57,78	2021	0,5900
37	TBIG	2018	8,72	20,96	17,05	2019	0,8491
		2019	20,04	28,02	23,29	2020	0,7745
		2020	24,90	32,64	33,69	2021	0,8044
38	TKIM	2018	19,07	50,78	37,18	2019	0,6020
		2019	14,11	51,96	39,72	2020	0,5561
		2020	11,81	51,69	28,14	2021	0,5234
39	TLKM	2018	31,78	62,29	56,41	2019	0,5947
		2019	21,33	62	31,46	2020	0,6302
		2020	22,67	67,97	38,16	2021	0,5979
40	UNTR	2018	42,96	88,6	57,24	2019	0,5526
		2019	59,26	84,38	56,36	2020	0,4237

		2020	59,95	84,6	64,15	2021	0,4562
41	UNVR	2018	76,24	77,13	67,33	2019	1,1022
		2019	82,71	78,63	57,88	2020	1,1084
		2020	82,70	79,47	62,02	2021	1,0754
42	WSKT	2018	20,21	50,92	34,47	2019	0,7709
		2019	20,48	63,89	34,53	2020	0,7531
		2020	21,39	63,05	49,77	2021	0,8330

