

BAB I

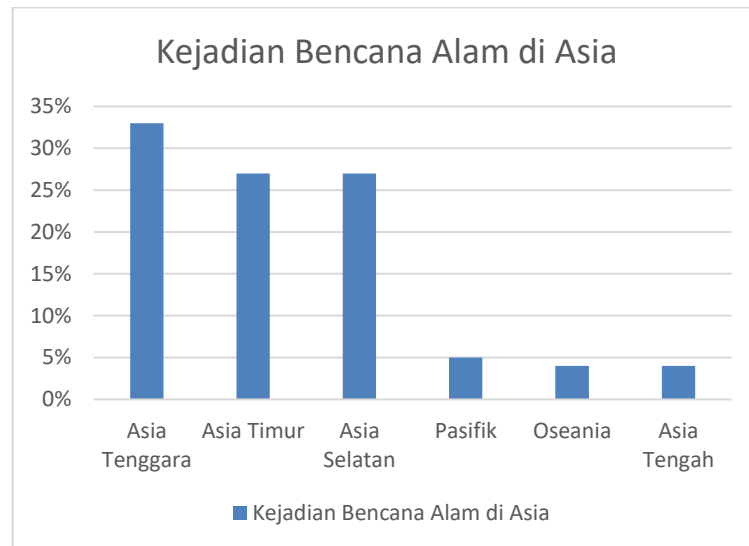
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mencapai profit yang besar umumnya menjadi fokus utama dalam operasional bisnis, dan hal ini cenderung meningkatkan intensitas persaingan antar perusahaan (Amrigan et al., 2023). Menurut Latifah dan Luhur (2017), semakin ketatnya persaingan ekonomi untuk mencapai keuntungan yang lebih besar, semakin tinggi pula upaya pengembangan sumber daya. Gunawan dan Mayangsari (2015) juga mengatakan bahwa perusahaan yang mengejar profit maksimal cenderung mengeksploitasi sumber daya alam dan masyarakat tanpa kendali untuk memenuhi permintaan pihak-pihak yang berkepentingan. Dampak dari pendekatan ini dapat mencetuskan masalah global seperti kerusakan lingkungan, perubahan iklim, pemanasan global, krisis sosial dan pada akhirnya krisis ekonomi yang dapat merambah ke seluruh dunia (Nor et al., 2016)

Berdasarkan laporan Asian Development Bank (ADB) menyebutkan bahwa Asia menjadi kawasan yang paling banyak mengalami kerusakan akibat bencana alam terutama di Asia Tenggara dengan menyumbang 33% dari akumulasi kejadian bencana alam di Asia sepanjang 2000-2021 (Santika, 2023). Dengan kata lain, Asia Tenggara mengalami tingkat kejadian bencana alam yang tinggi dibandingkan wilayah lain di Asia. Wilayah ini sering kali menjadi episentrum gempa bumi, banjir, tanah longsor dan badai tropis yang sering melanda negara-negara seperti Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam. Dampak bencana alam ini

tidak hanya merugikan masyarakat setempat, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan terhadap reputasi perusahaan yang beroperasi di kawasan ini.



Gambar 1. Grafik Kejadian Bencana Alam di Asia (2000-2021)

Sumber Data: Santika (2023)

Perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam industri seperti pertambangan, manufaktur dan pariwisata sering kali harus menghadapi tantangan serius akibat gangguan operasional, kerusakan fasilitas dan kehilangan sumber daya manusia. Keterlibatan perusahaan dalam upaya bantuan dan pemulihan pasca-bencana dapat memainkan peran penting dalam membangun kembali reputasi mereka. Oleh karena itu, manajemen risiko dan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi faktor kunci dalam menjaga reputasi perusahaan di tengah tantangan bencana alam yang sering terjadi di kawasan Asia Tenggara.

Pada tahun 2012, konferensi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menghadirkan sebuah panggung penting untuk membahas fenomena kerusakan lingkungan yang semakin memprihatinkan. Dalam pertemuan tersebut perwakilan

dari berbagai negara membahas dampak yang merugikan dari aktivitas manusia terhadap lingkungan. Kesadaran akan urgensi mewujudkan pembangunan berkelanjutan menjadi sorotan utama dalam diskusi tersebut. Negara-negara yang hadir sepakat bahwa langkah-langkah konkrit perlu diambil untuk mengatasi tantangan lingkungan ini dan memastikan bahwa pembangunan ekonomi dan sosial tidak mengorbankan keberlanjutan ekosistem. Hasil dari konferensi tersebut mencerminkan komitmen global untuk mengadopsi praktik pembangunan yang lebih ramah lingkungan, mendukung energi terbarukan dan melibatkan pemangku kepentingan dalam upaya menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Konsep tersebut dinamakan *green economy* (Allen dan Clouth, 2012). Salah satu konsep penting dari *green economy* adalah *Socially Responsible Investment* (SRI), yaitu konsep yang menuntut investor untuk ikut melibatkan etika dan moral dalam pengambilan keputusannya (Direktorat Lingkungan hidup, 2013). Oleh karena itu investor perlu untuk menganalisis data keberlanjutan yang dimiliki oleh perusahaan seperti pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang lebih luasnya *Environmental, Social and Governance* (ESG).

Dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan, bank sebagai lembaga intermediasi keuangan mempunyai peran strategis karena memiliki kemampuan untuk mempengaruhi berbagai stakeholder dalam perekonomian melalui alokasi dana yang dilakukannya pada berbagai aktivitas ekonomi (Perbanas, 2009). *Green banking* adalah salah satu upaya oleh pemerintah dalam mengubah paradigma pembangunan nasional dari sistem *greedy economy* yang terfokus pada

pertumbuhan ekonomi semata menjadi *green economy* yang berfokus pada konsep dasar pembangunan berkelanjutan.

Salah satu contoh penerapan *green banking* dalam perbankan Indonesia adalah regulasi PBI No.14/15/PBI/2012. Regulasi tersebut mewajibkan setiap bank untuk memperhatikan upaya yang dilakukan debitur dalam rangka memelihara lingkungan hidup. Untuk menerapkannya, bank diperlukan untuk memperhatikan hasil program penilaian kinerja perusahaan yang dikeluarkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) ketika menilai kualitas kredit maupun mempertimbangkan permohonan perusahaan sawit yang menjadi calon debiturnya. Selain itu, juga terdapat PBI No.14/22/PBI/2012 dengan revisinya PBI No. 17/12/PBI/2015 yang menuntut bank untuk mempermudah akses kredit bagi usaha-usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan besaran minimal 20% dari total portofolio kreditnya mulai tahun 2018. Oleh karena itu, UMKM akan lebih berkembang dan memperkerjakan lebih banyak karyawan sehingga dapat mengatasi masalah kesenjangan sosial yang sedang terjadi. Dengan kepedulian yang ditunjukkan bank akan membuat stakeholder dan investor lainnya akan menaruh kepercayaan kepada bank sehingga akan timbul nilai dimata investor terhadap bank. Nilai yang diberikan investor inilah yang mempengaruhi reputasi perusahaannya.

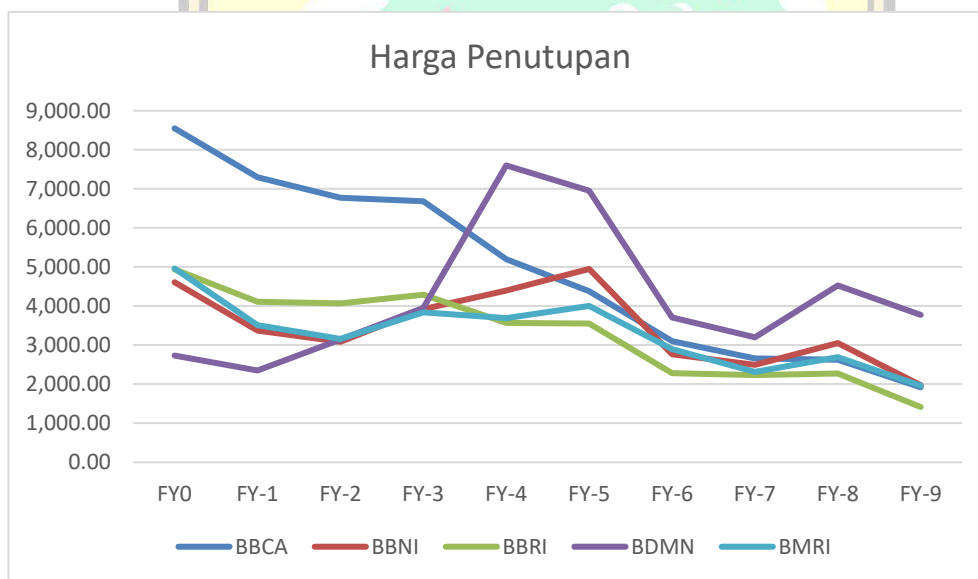
Belakangan ini banyak perusahaan di seluruh dunia telah aktif untuk manajemen reputasi mereka. Reputasi perusahaan sebagai salah satu penentu fundamental dalam keunggulan bersaing (*competitive advantages*) yang dipergunakan bagi perusahaan. Di pasar, semakin baik sebuah reputasi perusahaan

maka semakin diinginkan produk perusahaannya. Perusahaan memiliki reputasi yang baik nantinya memiliki *value* tinggi bagi pasar sehingga produknya nantinya juga lebih dihargai. Beberapa kasus, seperti Enron, Arthur Andersen, Merrill Lynch, General Electric dan Worldcom telah membentuk dorongan bermakna untuk memperhatikan reputasi perusahaan (Kapita dan Suardana, 2018).

Pentingnya reputasi menjadi sangat menonjol dalam industri perbankan, sebab reputasi merupakan fokus dari tekanan institusional dalam persaingan yang sengit, terutama setelah terjadinya krisis ekonomi pada tahun 2008. Sifat jasa keuangan yang tidak berwujud membuat jasa keuangan sulit untuk diukur, sehingga lebih dianggap penting terhadap reputasi (Walsh dan Beatty, 2007), dan meskipun hilangnya reputasi mempunyai dampak yang sangat negatif dalam industri apapun, hal ini sangat penting dalam sektor keuangan.

Informasi mengenai reputasi perusahaan sangat penting oleh investor begitupun pelaku bisnis sebab berita tersebut menyampaikan representasi tentang keadaan masa lampau, sekarang dan masa depan bagi kelanjutan hidup suatu perusahaan serta bagaimana pasarannya. Data yang lengkap, relevan, akurat dan tepat pada waktunya benar-benar dibutuhkan bagi investor pada pasar keuangan untuk menjadi instrumen menyelidiki sebagai penentu menarik keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Pengumuman informasi reputasi perusahaan nantinya memberi sinyal untuk investor dalam pengambilan kebijakan investasi (Kapita dan Suardana, 2018). Reputasi baik dari perusahaan mampu mempengaruhi konsumen dalam menentukan produk, membatasi persaingan dari kemampuan persaingan dan

mengelola kredibilitas perusahaan. Reputasi perusahaan juga dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan terbuka sektor perbankan. Peningkatan harga saham dan pendapatan merupakan keuntungan dari segi finansial akibat perusahaan yang baik. Salah satu harta perusahaan yang sangat berharga yaitu reputasi perusahaan karena mampu mempengaruhi kesetiaan konsumen, kepuasan pegawai dan *profit financial* layaknya harga saham yang tinggi dan pendapatan yang lebih. Oleh karena itu, perusahaan nantinya secara sukarela untuk melaporkan suatu informasi yang esensial bagi pihak eksternal agar dapat dipilih sebagai dasar dalam pemilihan kebijakan investasi.



Gambar 2. Grafik Harga Penutupan 10 Tahun Terakhir

Sumber Data : Refinitif Eikon

Pada gambar 2 merupakan grafik dari rata-rata saham-saham perbankan tahun 2013 hingga 2022. Dapat dilihat pada grafik bahwa BCA mengalami kenaikan dari tahun 2013 hingga 2022. Dapat dilihat pada grafik bahwa BCA mengalami kenaikan dari tahun 2021 7.300/lembar menjadi 8.550/lembar pada akhir tahun 2022. Sedangkan BNI mengalami penurunan harga saham tiga tahun berurutan pada tahun 2017-2020

dimana pada tahun 2017 seharga Rp.4,950/lembar, 2018 seharga Rp.4,400/lembar, 2019 seharga Rp.3,925/lembar dan 2020 seharga Rp.3,087/lembar. Kenaikan dan penurunan harga saham ini tentunya membuat investor khawatir dalam menentukan keputusan investasi mereka yang akan berpengaruh terhadap tingkat pengembalian yang mereka dapatkan kemudian secara tidak sengaja akan mempengaruhi reputasi perusahaan bagi perspektif investor.

Reputasi perusahaan telah didefinisikan sebagai representasi persepsi agregat yang relatif stabil dan spesifik mengenai tindakan mengenai masa lalu dan masa depan perusahaan dibandingkan dengan standar tertentu (Walker, 2010), sedangkan CSR telah dikonseptualisasikan menjadi rancangan bagi perusahaan secara sukarela menggabungkan aspek sosial serta lingkungan ke dalam praktik bisnisnya dan pada korelasi mereka bersama *stakeholders* (Komisi Eropa, 2011. hal.3). Epstein dan Freedman (1994) menunjukkan bahwa seorang investor terpicat pada informasi sosial yang tercermin dalam *annual finance report*, akibatnya tata kelola perusahaan sekarang tidak hanya dituntut terbatas pada pada manajemen aset yang ditawarkan, tetapi mencakup akibat yang ditimbulkan bagi perusahaan pada lingkungan serta sosial. Oleh karena itu, CSR melibatkan isu-isu sosial dan lingkungan tertentu yang bersama dengan pertimbangan komersial dan bisnis lainnya, membentuk citra perusahaan.

Salah satu penerapan CSR di Perbankan Asia dengan guna untuk meningkatkan reputasi dilakukan oleh DBS Bank Ltd, pada tahun 2022 bank tersebut semakin agresif dalam menyalurkan iuran jaminan sosial. Bank DBS berkomitmen untuk mendorong peralihan nasabah menghadapi *business model* minim karbon dan

memperluas peluang investasi berbasis *enviromental, sosial dan governance*, dan memfasilitasi jalan keluar *retail banking* yang dibuat eksklusif sebagai instrumen untuk memudahkan nasabah melaksanakan kehidupan yang lebih berkelanjutan. Pada akhir periode 2022, bank DBS memiliki portofolio pembiayaan berkelanjutan sebesar SGD 61 miliar atau melalui target mulanya sebesar SGD 50 miliar dalam kurun waktu dua tahun lebih awal. Dengan adanya salah satu program ini yang menjadikan DBS sebuah bank yang terbaik sedunia dalam kategori *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada event *Euromoney Awards for Excellence 2023*

Pengungkapan CSR sudah diharuskan pada perusahaan publik yang berada pada indonesia, Thailand dan Singapura semenjak periode 2012, 2014 dan 2017. Kemudian kewajiban itu memiliki dampak pada tingkat pelaporan yang begitu tinggi di indonesia. Pada 2015, Survey KPMG yang dilakukan menunjukkan bahwa indonesia mempunyai tingkat pelaporan CSR lebih dari 90% yang membentuk indonesia menjadi salah satu dari delapan negara yang berada di dunia. Tingkat pemberitahuan CSR Indonesia lebih tinggi dibandingkan Singapura dan Thailand yang mempunyai tingkat pelaporan 84% dan 67%. Hanya saja, tingginya tingkat pemberitahuan CSR Indonesia belum sejalan dengan lebarnya pengungkapan CSR di Indonesia.

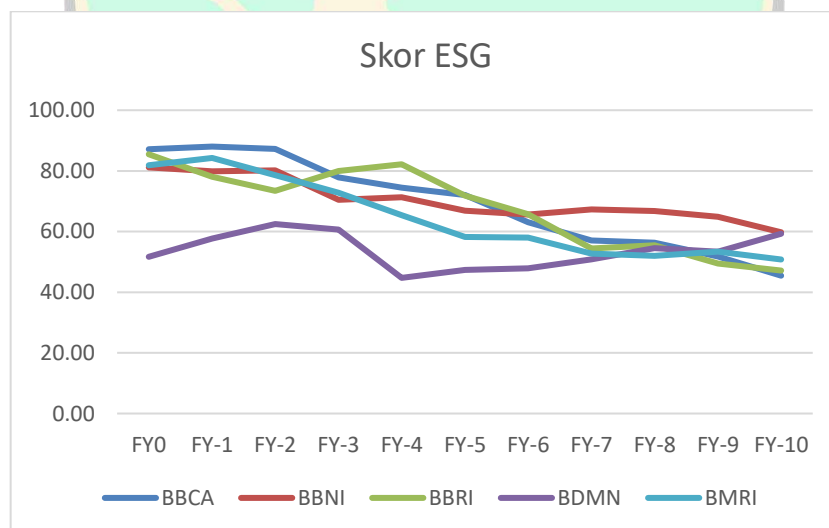
Laporan ESG bisa dipakai menjadi instrumen untuk menguji tingkat pelaporan CSR (Giannarakis, 2014). ESG merupakan seperangkat standar operasional yang merujuk pada *Enviromental, sosial dan governance* dalam menguji keberlanjutan dan akibat menanamkan modal pada perusahaan. Sedangkan nilai dari ESG disebut *ESG score*. Investor mempertimbangkan komponen-

komponen ESG ini ketika memiliki dan mengelola portofolio untuk mencapai hasil investasi yang berkelanjutan (Rahmadani et al., 2023). Hingga dekade pertama abad ke-21, matriks ESG belum umum dimasukkannya ke dalam laporan tahunannya. Penyebabnya karena investor kini mempertimbangkan berbagai faktor non finansial dalam mengambil keputusan investasinya. Melalui analisis faktor investasi non finansial, investor dapat melihat prospek pertumbuhan suatu perusahaan dan risiko yang dihadapi (Awwalin et al., 2023). Semakin tinggi nilai kontroversi ESG yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin buruk juga kinerja ESG perusahaan. Kinerja ESG perusahaan yang buruk di media dapat mempengaruhi reputasi perusahaan.

HSBC pada akhir tahun 2019 melaporkan bahwa negara-negara di ASEAN memberikan perhatian lebih terhadap penerapan ESG dibandingkan kawasan negara lainnya, khususnya terkait pelaporan ESG dan telah memperoleh level yang tinggi terhadap pengungkapan ESG. Perusahaan-perusahaan Asia Tenggara menempati peringkat teratas secara global dalam hal prospek pertumbuhan dan tanggung jawab keberlanjutan yang dicanangkan Perserikatan Bangsa-Bangsa. 76% perusahaan Asia Tenggara yang disurvei percaya bahwa mereka memiliki peran dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*) PBB, dibandingkan rata-rata global 63%. Optimisme dari perusahaan-perusahaan Asia Tenggara mencerminkan pertumbuhan dan demografi yang menguntungkan di wilayah tersebut.

Di Indonesia, tren investasi berbasis ESG juga mengalami peningkatan drastis. Pada tahun 2017, total dana investasi ESG sebesar 132 miliar dan pada

januari 2020 total dana investasi ESG mencapai 1,8 triliun (Syailendra., 2021). Selain itu, pada januari 2021, Bursa Efek Indonesia membentuk indeks baru bernama ESG leaders. Indeks ini mencantumkan perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian tinggi terhadap isu-isu ESG. Menjelang akhir tahun 2021, Bursa Efek Indonesia juga meresmikan dua indeks baru, yaitu ESG *sector leader* IDX kehati dan ESG *quality* 45 IDX kehati. Peluncuran kedua indeks baru ESG ini juga dilaksanakan untuk mendorong kewajiban Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk menerapkan keuangan berkelanjutan di pasar modal Indonesia yang dituangkan pada Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan II untuk 2021-2025. Satu di antara prioritas peta jalan ini ialah ekspansi produk dan layanan berkelanjutan. Ketiga indeks ESG ini diharapkan mampu sebagai tonggak pendapatan peta jalan tersebut. Oleh karena itu, saat ini ESG sebagai satu dari poin inti perusahaan-perusahaan di indonesia (Awwalin et al., 2023).



Gambar 3. Grafik Skor ESG 10 Tahun Terakhir

Sumber Data : Refinitif Eikon

Pada gambar 3 merupakan grafik dari skor ESG. Layaknya harga sama yang mengalami fluktuasi, Skor ESG rata-rata juga mengalami fluktuasi tetapi dominan adanya penurunan terhadap skor ESG. Skor ESG pada bank BCA tahun 2022 berada pada poin 81.16 sedangkan pada tahun 2021 berada pada 79.88 yang menandakan bahwa adanya kenaikan nilai. Serupa dengan BRI pada tahun 2022 mendapatkan nilai 85.48 dan pada tahun 2021 nilainya 59.54, ini juga mengartikan bahwa adanya kenaikan nilai. Beda halnya dengan BCA, danamon dan mandiri yang mengalami penurunan nilai pada tahun 2022. Pada 2021, BCA mendapatkan nilai 88.02 tetapi pada 2022 mengalami penurunan dengan nilai 87.14. sama halnya dengan danamon yang pada tahun 2021 mendapatkan nilai 57.72 tetapi mengalami penurunan pada tahun 2022 dengan nilai 51.70.

Dengan adanya kenaikan dan penurunan skor ESG akan mempengaruhi reputasi perbankan dimata investor maupun *stakeholder* yang mempertimbangkan keberlanjutan untuk mengambil keputusan investasi. Berdasarkan riset Kapita dan Suardana (2018) bahwasanya CSR berpengaruh secara positif dan signifikan pada reputasi perusahaan. Perusahaan mengetahui cara mengkomunikasikan tanggung jawab sosial dengan baik sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan. Oleh karena itu, dengan pengungkapan skor ESG yang meningkat akan berpengaruh pada reputasi perbankan yang juga akan meningkat.

Umur perusahaan merupakan berapa lama perusahaan sudah beroperasi dan beroperasi pada lokasi tertentu. Usia perusahaan ialah jumlah tahun semenjak berdirinya perusahaan atau mulai beroperasi di pasar bisnis (Uche et al., 2019). Semakin lama usia suatu perusahaan, khususnya emiten maka semakin banyak

pemangku kepentingan yang menuntut adanya keterbukaan informasi secara wajib dan sukarela serta transparan dan akuntabel. Talpur et al. (2018) menunjukkan tingkat pengungkapan dapat dipengaruhi oleh umur perusahaan, sebab usia perusahaan dianggap menjadi fase perkembangan perusahaan. Owusu-Ansah (2005) perusahaan dengan sejarah yang lebih panjang mengungkapkan lebih banyak informasi dalam *annual report* mereka dibandingkan perusahaan dengan usia muda.

Semakin lama persaingan perusahaan terus mengalami perkembangan yang pesat. Perusahaan-perusahaan untuk melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Berbagai upaya yang dilakukan diantaranya dengan meningkatkan nilai perusahaan guna membuat perusahaan tetap dapat bertahan dan meningkatkan keunggulan bersaingnya. Kesimpulan riset Sehar et al. (2013) juga mendorong bahwa usia perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kesukarelaan. ESG merupakan satu dari jenis pengungkapan sukarela yang menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang sudah lama listing semakin banyak pengungkapan data ESG secara sukarela untuk mendapatkan legitimasi dari publik. Sebuah studi yang dilakukan oleh Withisuphakorn dan Jiraporn (2016) menunjukkan bahwa umur perusahaan ialah penentu vital dalam menanamkan modal CSR, dimana perusahaan berinvestasi lebih banyak pada tanggung jawab sosial sejalan dengan usia yang bertambah. Ketika perusahaan semakin dewasa, mereka akan lebih bertanggung jawab terhadap heterogenitas dan pengetahuan lingkungan.

Usia perusahaan dapat merepresentasikan bagaimana perusahaan menghadapi problem seperti kerumitan dan hambatan yang mengintimidasi keberlangsungan perusahaan. Perusahaan yang semakin lama menjalankan bisnisnya, semakin besar kepercayaan investor terhadapnya (Dewi dan Keni, 2013). Hasil penelitian dari Tiara dan Jayanti (2022) menunjukkan bahwa usia perusahaan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang berada di bawah rata-rata industri mempunyai siasat yang dapat menaikkan kinerja mereka, terkhusus dalam digitalisasi, dengan demikian minat investasi investor umumnya tinggi. Sama halnya dengan hasil penelitian Leyva-de la Hiz dan Bolívar-Ramos (2022) yang menunjukan bahwa perusahaan yang lebih muda akan mempunyai relasi yang lebih kuat antara inovasi lingkungan dan kinerja perusahaan dan pada tingkat inovasi lingkungan yang tinggi, perusahaan yang lebih muda akan memitigasi penurunan hubungan antara inovasi lingkungan dan kinerja perusahaan

Umur perusahaan adalah usia hidup/siklus hidup suatu perusahaan (F. Rahman dan Sunarti, 2017). Pada semua fase siklus hidup, perusahaan mempunyai kinerja keuangan yang berbeda dan kebutuhan keuangan, kesediaan sumber keuangan serta biaya modal yang berbeda (Owen dan Yawson, 2010). Berdasarkan teori *life-cycle*, selama pertumbuhan perusahaan memiliki kebiasaan berbeda dalam investasi, pendanaan dan pembayaran dividen. Manajer harus mampu memahami pada tahap apa keberadaan perusahaan untuk membuat rencana keuangan dan pengambil kebijakan, sebab perusahaan mempunyai tingkat yang berbeda dalam sumber daya, kapasitas, siasat, struktur, asimetri informasi, keunggulan kompetitif

dan stabilitas keuangan yang beragam secara sistematis sepanjang tahap *life-cycle* (Akbar et al., 2019). Menurut konsep hidup, *life-cycle* suatu perusahaan terdiri dari 4 tahap, yaitu start-up, growth, maturity, dan decline.

Lee dan Choi (2018) menunjukkan bahwa perusahaan pada tahap siklus yang berbeda dapat menunjukkan perbedaan keterlibatan CSR. Perusahaan pada tahap pertumbuhan membutuhkan reputasi etis dan kinerja keuangan. Dalam pertumbuhannya, perusahaan perlu membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan eksternal. Perusahaan yang sudah matang memiliki sumber daya internal yang cukup untuk melakukan kegiatan CSR karena ketersediaan sumber daya sering menuntun biaya untuk terlibat dalam CSR, perusahaan pada tahap ini mungkin terlibat dalam CSR lebih daripada perusahaan lain di tahap siklus hidup lainnya. Di sisi lain, perusahaan tahap matang kurang memungkinkan akan meningkatkan kinerja keuangan secara oportunistis mengingat bahwa mereka sudah menghasilkan pendapatan yang memadai. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang telah matang sekarang berada di arah yang “benar” dalam hal strategi operasi dan hal ini dapat mempengaruhi pandangan perusahaan akan urgensi keterlibatan mereka dalam CSR yang nantinya juga akan mempengaruhi reputasi (Lee dan Choi, 2018).



Gambar 4. Grafik Rata-Rata CSR dan Life-Cycle

Sumber Data : Utami et al. (2021)

Pada gambar yang di dapatkan dari penelitian Utami et al. (2021) memperlihatkan tren partisipasi CSR perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada empat tahapan siklus hidup dari tahun 2014 hingga 2018. Berdasarkan pola tersebut, perhitungan rata-rata skor CSR pada setiap tahap siklus hidup menunjukkan bahwa kemampuan suatu perusahaan dalam pelaporan CSR berbeda-beda di segala tahap *life-cycle*. Terlihat seiring dengan perkembangan perusahaan dari fase start-up masuk ke fase growth dan kemudian ke fase mature, skor CSR meningkat. Namun penurunan berlangsung saat berada dalam tren decline, sehingga membentuk pola U-shaped terbalik seperti pada gambar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa reputasi akan semakin bagus di mata eksternal pada tahap mature karena perusahaan bisa secara maksimal melakukan CSR yang di tandai dengan skor CSR yang lebih baik dibandingkan tahap-tahap lainnya. Dengan peningkatan skor CSR ini akan mempengaruhi ESG juga dengan begitu adanya keterkaitan antara lamanya perusahaan dengan usaha perusahaan untuk pengungkapan ESG yang lebih baik.

Meskipun literatur telah mengidentifikasi hubungan antara ESG dan reputasi perusahaan, belum banyak penelitian yang menggali bagaimana variabel umur perusahaan bisa memoderasi relasi antara ESG dan reputasi perusahaan, terutama disektor perbankan. Sehingga penulis tertarik meneliti dengan judul “Pengaruh Enviromental, Sosial dan Governance Terhadap Reputasi Perbankan dengan Umur Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus : Perbankan di ASEAN)”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- 1) Apakah kinerja *Environmetal* berpengaruh terhadap reputasi perbankan di ASEAN?
- 2) Apakah kinerja *Social* berpengaruh terhadap reputasi perbankan di ASEAN?
- 3) Apakah kinerja *Governance* berpengaruh terhadap reputasi perbankan di ASEAN?
- 4) Apakah umur perusahaan memoderasi hubungan antara *Environmental* dan reputasi perbankan di ASEAN?
- 5) Apakah umur perusahaan memoderasi hubungan antara *Social* dan reputasi perbankan di ASEAN?
- 6) Apakah umur perusahaan memoderasi hubungan antara *Governance* dan reputasi perbankan di ASEAN?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Mengetahui pengaruh kinerja *Environmental* terhadap reputasi perbankan di ASEAN
- 2) Mengetahui pengaruh kinerja *Social* terhadap reputasi perbankan di ASEAN
- 3) Mengetahui pengaruh kinerja *Governance* terhadap reputasi perbankan di ASEAN
- 4) Mengetahui pengaruh umur perusahaan memoderasi hubungan antara *Environmental* dan reputasi perbankan di ASEAN
- 5) Mengetahui pengaruh umur perusahaan memoderasi hubungan antara *Social* dan reputasi perbankan di ASEAN
- 6) Mengetahui pengaruh umur perusahaan memoderasi hubungan antara *Governance* dan reputasi perbankan di ASEAN

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu bisa membagikan kontribusi pada masyarakat dan pihak-pihak yang terlibat dengan penelitian ini. Di antara pihak-pihak tersebut yaitu:

- 1) Bagi investor

Penelitian ini dapat membagikan pengetahuan yang lebih mendalam tentang hubungan antara praktik ESG (*Environmental, Social and Governance*) dengan reputasi perusahaan. Dengan demikian investor dapat memahami

bagaimana penerapan praktik ESG mampu memengaruhi reputasi perusahaan yang akan diinvestasikan, menjadi faktor penentu dalam keputusan investasi.

2) Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa membagikan kontribusi terhadap literatur mengenai dampak ESG terhadap reputasi perusahaan dengan mempertimbangkan umur perusahaan sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik pada dalam bidang ini.

3) Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengembangkan kebijakan dan strategi yang berkaitan dengan penerapan praktik ESG guna meningkatkan reputasi perusahaan, terutama dengan mempertimbangkan umur perusahaan sebagai faktor moderasi

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang akan diteliti meliputi perbankan yang mengimplementasikan prinsip-prinsip *Environmental, Social and Governance* (ESG) yang berada di ASEAN pada periode 2013-2022. Reputasi sebagai variabel dependen di penelitian ini. Untuk variabel independennya adalah *Environmental, Social and Governance* (ESG). Penelitian ini memakai variabel moderasi yaitu umur perusahaan. Untuk variabel kontrol yaitu *Firm Size* dan *Profitability* (ROA dan ROE).

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini akan memaparkan latar belakang, rumusan masalah terkait topik, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistem penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini memaparkan teori dan konsep dasar yang terkait dengan masalah penelitian, hasil penelitian sebelumnya, dan pedoman pengembangan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Bagian ini memuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran yang dimanfaatkan untuk penelitian selanjutnya.

