

Peran Reputasi Perusahaan dalam Memediasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Dewan Direksi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Evi Widiani¹, Adelina Citradewi^{2*}

^{1,2} Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus

*Korespondensi: adelina.citradewi@iainkudus.ac.id

Tanggal Masuk:

24 November 2023

Tanggal Revisi:

19 Januari 2024

Tanggal Diterima:

10 Februari 2024

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Company Financial Performance; Company Reputation; Size of the Board of Directors.*

How to cite (APA 6th style)

Widiani, E., & Citradewi, A. (2024). Peran Reputasi Perusahaan dalam Memediasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Dewan Direksi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 6 (1), 232-249.

DOI:

<https://doi.org/10.24036/jea.v6i1.1404>

Abstract

In the last five years, service industry companies have experienced the sharpest decline in financial performance compared to companies in other sectors. This research aims to determine the effect of CSR and the size of the board of directors on financial performance, which is mediated by company reputation. The population used in this research is all service industry issuers registered on the IDX (Indonesian Stock Exchange), totaling 1,338 issuers in 2019-2021. Purposive sampling is the technique of choice in sampling decisions, and a total sample of 69 issuers was obtained. The data analysis techniques used in this research are panel data regression analysis and path analysis. Based on the research results, it was concluded that the CSR variable had an effect on the company's reputation, the company's reputation had an effect on the company's financial performance, the size of the board of directors had no effect on the company's reputation, CSR and the size of the board of directors had no effect on the company's financial performance and could not be mediated by the company's reputation. Future research can expand the research sample and variables so that the coverage is broader and more factors can influence the company's financial performance.



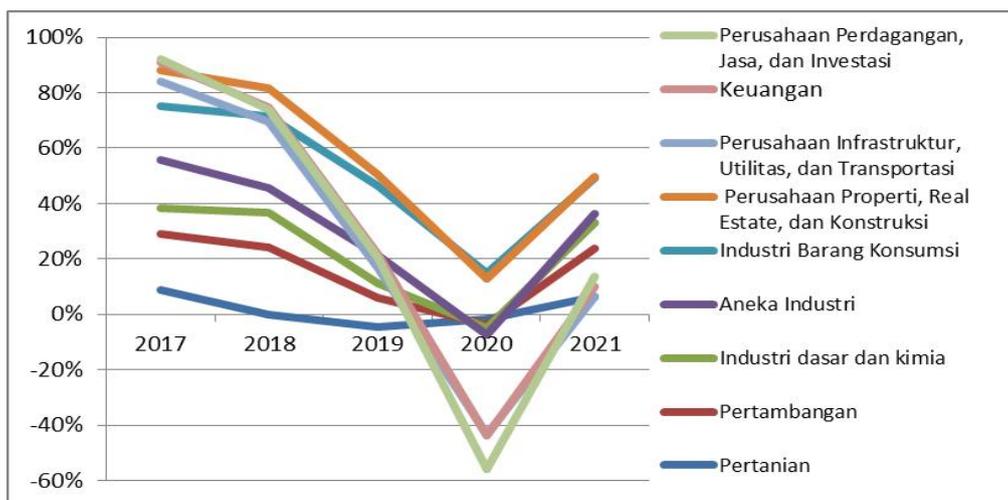
This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Keberadaan sebuah perusahaan akan berdampak pada masyarakat dalam hal positif maupun negatif. Perusahaan di satu sisi bisa menyediakan produk jasa ataupun barang yang banyak dibutuhkan masyarakat sedangkan dilain sisi tidak jarang berdampak buruk bagi masyarakat dari aktivitas perusahaan. Penggunaan energi secara tidak bertanggung jawab, eksploitasi tenaga kerja, produk yang berdampak buruk bagi kesehatan, dan polusi lingkungan adalah contoh yang berbentuk negatif akibat dari perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam lanskap bisnis skala internasional telah diperhatikan sejak tahun 1950 dan semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu (Jamali & Karam, 2018).

Lebih dari 12.000 organisasi bisnis di 170 negara telah menandatangani *United Nations Global Compact* di mana mereka telah berkomitmen untuk menemukan kembali operasi bisnis mereka dengan mengadopsi pedoman yang bertanggung jawab secara sosial dan berkelanjutan (Compact, 2014). Di Indonesia isu mengenai CSR semakin banyak diperhatikan sesudah adanya Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 yang membahas tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dalam pengelolaan lingkungan hidup, pembangunan berkelanjutan mendorong perusahaan untuk berpartisipasi aktif sebagai upaya dalam pelestarian lingkungan. Kegiatan CSR yang diterapkan perusahaan bisa memberikan nilai positif sekaligus dapat meningkatkan reputasi perusahaan (Indonesia, 2014).

Meningkatnya citra perusahaan sehingga reputasi perusahaan pun akan baik, maka konsumen atau masyarakat akan lebih menerima produk dari perusahaan tersebut, maka jangka panjangnya mampu meningkatkan *profitabilitas* dan pertumbuhan ekonomi perusahaan. Kinerja keuangan yaitu mendeskripsikan posisi keuangan perusahaan dianalisis oleh alat analisis keuangan untuk bisa mengidentifikasi kekurangan dan pencapaian perusahaan diperiode waktu tertentu (Esomar & Christianty, 2021). Aspek kinerja keuangan yang sering dipakai sebagai dasar penilaian kinerja keuangan suatu perusahaan dengan menggunakan *return on asset* (ROA). Pandemi menunjukkan dampaknya terhadap nilai ROA suatu perusahaan. Nilai ROA pada tahun 2020 di sebagian besar industri bernilai negatif. Tahun 2020 menjadi tahun yang cukup buruk bagi dunia usaha di Indonesia. Optimisme mulai bangkit kembali di tahun 2021.



Sumber: www.bps.go.id, data diolah 2023

Gambar 1. Perkembangan Nilai ROA per Sektor Tahun 2017-2021

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa perusahaan industri jasa yang paling mengalami dampak buruk dari adanya pandemi. Perusahaan industri jasa terdiri dari empat sektor yaitu sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi, sektor properti dan *real estate*, sektor perdagangan, jasa dan investasi dan sektor keuangan. Menurunnya nilai ROA yang dialami perusahaan sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi mencapai 12,032% pada tahun 2020, dari nilai -6,532% menjadi -18,564%. Sektor properti dan *real estate* turun sebesar 0,221% dari tahun sebelumnya bernilai 0,78% menjadi -0,559%. Sektor keuangan mengalami penurunan dari 0,985% menjadi -0,154%. Terakhir sektor perdagangan, jasa, dan investasi juga mengalami penurunan dari -0,270% menjadi -3,938% (BPS RI, 2021).

Di masa pandemi Covid-19 perusahaan akan menghadapi dilema terkait pelaksanaan CSR yaitu apakah akan mengurangi anggaran CSR atau meningkatkan kegiatan CSR di

masyarakat (Malpani & Ghosh, 2020). Membangun kepercayaan di masyarakat berpotensi mempengaruhi reputasi perusahaan, setidaknya dibuktikan dengan terus diliputnya CSR di media cetak dan elektronik. Reputasi sendiri juga memiliki fenomena terkait CSR, yaitu dalam penghargaan citra perusahaan, jumlah indikator yang diberikan oleh perusahaan berfluktuasi setiap tahunnya. *Corporate Image Award* merupakan penghargaan bagi manajemen perusahaan yang berhasil mempertahankan reputasi atau citra yang baik (Rahmawati, 2021).

Ukuran dewan direksi juga berhubungan pada peningkatan reputasi perusahaan, dewan direksi berperan dalam mengambil keputusan yang mempunyai banyak karakteristik untuk mempengaruhi keputusan yang diambil berpengaruh pada kepercayaan para *stakeholder*. Tidak mungkin bisa mempertahankan reputasi perusahaan bukan dari jaminan keadilan dan transparansi melalui karakter dewan yang mana adalah sebagai sistem internal (Kaur & Singh, 2018). Sejumlah besar manajer pada umumnya diimplementasikan dengan menempatkan masing-masing manajer di bawah kendalinya pada bidang tertentu masing-masing pengurus, akibatnya setiap pengurus mempunyai wewenang dan tugas yang lebih berkonsentrasi mengakibatkan kinerja perusahaan meningkat (Sukandar & Rahardja, 2014).

Penelitian menyangkut kinerja keuangan sudah banyak diteliti namun pemakaian faktor para peneliti sebelumnya menghasilkan penemuan yang berbeda-beda. Penelitian Maqbool & Zameer (2018) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan. Menezes (2019) menemukan bahwa tidak adanya pengaruh antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Caliskan dkk (2018) dalam penelitian mereka menunjukkan tidak ada hubungan reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Jao dkk (2020) menemukan bahwa ada pengaruh positif antara ukuran dewan direksi dan reputasi perusahaan. penelitian Wdyawati (2013) menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara ukuran dewan direksi dan kinerja keuangan dalam suatu perusahaan. Dihasilkan penelitian bahwa tidak terjadinya pengaruh antara ukuran dewan direksi terhadap reputasi perusahaan yang diteliti oleh Meca dan Palacio (2018).

Penelitian mengenai CSR, ukuran dewan direksi terhadap kinerja keuangan ditemukan hasil yang tidak konsisten. Hal ini menjadi faktor pendorong untuk melakukan analisis lebih lanjut dengan menambahkan variabel mediasi yaitu reputasi perusahaan. Sampai saat ini masih belum banyak yang menggunakan variabel reputasi perusahaan untuk memediasi pengaruh CSR dan ukuran dewan direksi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik dapat menambah kepercayaan masyarakat sehingga mampu menarik konsumen lebih banyak lagi, dengan demikian kinerja keuangan perusahaan dapat meningkat. Fenomena penurunan kinerja keuangan yang terjadi pada perusahaan industri jasa menjadi alasan pemilihan perusahaan tersebut sebagai fokus dalam penelitian ini.

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Sinyal

Spence menyebutkan bahwa teori sinyal keterlibatan antara dua belah pihak, pihak internal yaitu manajer sebagai pengirim sinyal dan pihak eksternal yaitu investor sebagai penerima sinyal tersebut (Spence, 1973). Teori sinyal dikembangkan berdasarkan informasi asimetris (*asimetris Information*) antara *shareholders* dengan *well-informed leader*. Pemimpin menyampaikan kepada investor ketika mereka menerima informasi positif untuk meningkatkan nilai perusahaan (Lavanda & Meiden, 2022). Perusahaan membutuhkan sebagai pengirim sinyal berupa laporan tahunan yaitu salah satu jenis informasi yang paling penting dikeluarkan oleh perusahaan. CSR merupakan hubungan perusahaan dengan masyarakat saat perusahaan itu berada. Teori sinyal melibatkan pihak internal dan eksternal,

pihak internal sebagai pengirim sinyal dan pihak eksternal sebagai penerima sinyal tersebut (Spence, 1973).

Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency theory*) pertama kali dikemukakan oleh Jensen & Meckling pada tahun 1976, yang menjelaskan hubungan keagenan perjanjian atau hubungan yang melibatkan satu orang atau *principal*. Menyewa agen supaya memberikan layanan atas nama klien (Michael & Meckling, 1976). Teori keagenan ini merupakan teori yang menjelaskan adanya hubungan fungsional antara pemberi kuasa (*principal*), yaitu investor atau pemegang saham, dan yang berwenang (*agent*), yaitu pengelola, dalam bentuk kerjasama. Hubungan fungsional antara prinsipal dan agen bekerja dengan baik, maka tujuan bisnis tercapai (Umami, 2022). Perusahaan dalam hal ini sebagai agen akan bertindak secara rasional untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dengan meminimalisir biaya yang dikeluarkan dan meningkatkan efisiensi perusahaan melalui fungsi dewan direksi.

Teori Stakeholder

Stakeholder adalah individu dan suatu kelompok yang mengalami keuntungan atau kerugian akibat tindakan perusahaan dan hak-haknya dilanggar atau dihormati oleh tindakan perusahaan (Zain et al., 2021). Teori *stakeholder* menunjukkan bahwa keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis sangat bergantung pada kemampuannya untuk menyeimbangkan berbagai kepentingan *stakeholder*. Memungkinkan perusahaan akan terus menerima dukungan serta menikmati pertumbuhan laba, penjualan dan pangsa pasar. Perspektif teori pemangku kepentingan, masyarakat dan lingkungan adalah pemangku kepentingan utama bisnis yang perlu diperhatikan (Lako, 2011).

Stakeholder theory menjelaskan bahwa manajemen perusahaan melakukan berbagai aktivitas operasi perusahaan sebagaimana dimaksud oleh *stakeholdernya* dan melaporkan aktivitas tersebut kepada *stakeholder*. Perusahaan berfokus tidak hanya pada kepentingan komersial investor, tetapi juga pada kepentingan etika yang mempengaruhi pemerintah dan masyarakat (Landion, 2019). Berdasarkan teori tersebut, maka perusahaan berkewajiban melakukan tanggungjawab sosialnya untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan membangun reputasi yang baik.

Corporate Social Responsibility

Menurut Guler definisi terluas dari CSR melibatkan hubungan antara perusahaan global, pemerintah dan individu warga negara. Lebih lokal definisi ini menyangkut hubungan antara perusahaan dan masyarakat lokal yang mana perusahaan tersebut beroperasi. Definisi lainnya yaitu menyangkut hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya (Guler, 2014). Ketidakpastian seputar sifat aktivitas CSR sulit untuk mendefinisikan hal itu karena sangat penting supaya dapat mengidentifikasi aktivitas seperti itu dan dapat diambil pandangan bahwa ada tiga prinsip dasar yang bersama-sama terdiri dari semua aktivitas CSR sebagai berikut:

a. *Sustainability*

Sustainability membahas dampak dari tindakan yang saat ini diambil pada opsi yang akan datang. Jika sumber daya sedang digunakan mereka menjadi tidak tersedia untuk penggunaan masa mendatang, sehingga ketika sumber daya terbatas menjadi perhatian khusus.

b. *Accountability*

Accountability berhubungan pada pengakuan organisasi bahwa tindakannya membuat pengaruh pada lingkungan eksternal, sehingga memikul tanggung jawab atas efek dari tindakannya.

c. *Transparency*

Transparansi adalah prinsip yang berarti bahwa akibat eksternal dari tindakan suatu organisasi bisa ditentukan dari laporan dan informasi faktual tentang organisasi tidak disembunyikan dalam pelaporan (Guler, 2014).

CSR merupakan hubungan perusahaan dengan masyarakat saat perusahaan itu berada. Teori sinyal melibatkan pihak internal dan eksternal, pihak internal sebagai pengirim sinyal dan pihak eksternal sebagai penerima sinyal tersebut (Spence, 1973). CSR penting dalam pelaksanaan perusahaan untuk membangun kepercayaan dan reputasi dari pihak eksternal. Berdasarkan teori tersebut, maka upaya CSR meningkatkan kepercayaan masyarakat sebagai pihak eksternal untuk membangun reputasi perusahaan. Sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Adi menyebutkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan kepercayaan (Adi, 2021).

H1: CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

CSR sebagai kerangka normatif perilaku perusahaan yang harus memenuhi harapan, kebutuhan publik dan pemangku kepentingan perusahaan dengan menyelesaikan berbagai masalah sosial dan ekonomi melalui tindakan perusahaan (Cho et al., 2019). Teori sinyal terlibat dari dua belah pihak yaitu pihak internal dan eksternal (Spence, 1973). Perusahaan membutuhkan untuk mengirim sinyal berupa *annual report* yaitu salah satu jenis informasi paling penting dikeluarkan perusahaan (Lavanda & Meiden, 2022). Menurut teori tersebut CSR berperan penting dalam pelaksanaan perusahaan untuk membangun kepercayaan dari pihak eksternal, maka akan berpengaruh dalam kinerja keuangan perusahaan. Sejalan dengan penelitian Lestari dan Lelyta adalah CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan ROA (Lestari & Lelyta, 2019).

H2: CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Ukuran Dewan Direksi

Dewan direksi berasal dari berbagai area fungsional dan industri, maka dari itu membawa pengalaman, keahlian, latar belakang dan hubungan yang bernilai bagi perusahaan. Pengalaman dan latar belakang memberikan sumber daya yang bernilai contohnya pengalaman kerja, keahlian, kompetensi, pengetahuan, keterampilan, saluran informasi dan komunikasi serta kredibilitas yang digunakan dalam pengambilan keputusan, pemecahan masalah, dan penyelesaian masalah sangat dihargai oleh para pemangku kepentingan (Meca & Palacio, 2018).

Dewan direksi adalah bagian dari orang berpengaruh yang mengambil keputusan di kebijakan internal perusahaan. Anggota dewan bertugas supaya mewujudkan pengelolaan perusahaan dengan baik. Salah satu indikator untuk mengendalikan tata kelola perusahaan adalah dewan direksi (Cantika & Jin, 2020). Teori sinyal menggambarkan bahwa isyarat yaitu tindakan manajemen perusahaan guna memberik petunjuk untuk pihak eksternal tentang bagaimana pihak manajemen dalam melihat prospek perusahaan (Spence, 1973). Jumlah dewan direksi yang tinggi dalam perusahaan seharusnya juga dapat mengelola perusahaannya dengan maksimal untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga diiringi dengan meningkatnya reputasi perusahaan. Sejalan dengan penelitian Jao dkk, menemukan bahwa ukuran dewan direksi berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan (Jao et al., 2022).

H3: Ukuran dewan direksi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Dewan direksi merupakan pihak internal dengan tanggung jawab tata kelola suatu perusahaan. Teori *agency* menjelaskan hubungan keagenan perjanjian atau hubungan yang melibatkan seseorang atau lebih. Menyewa agen untuk melakukan layanan atas nama klien

(Michael & Meckling, 1976). Berdasarkan teori tersebut maka adanya hubungan ukuran dewan direksi dengan keefektifitasan pengelolaan perusahaan dan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Rudiwantoro menemukan bahwa ukuran dewan direksi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (Rudiwantoro, 2022).

H4: Ukuran dewan direksi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Reputasi Perusahaan

Reputasi dasar adalah hasil dari pemenuhan terhadap ekspektasi emosional dan ekspektasi rasional dari para *stakeholder* dalam setiap momen interaksinya terhadap perusahaan (Rahmawati, 2021). *Corporate reputation* merupakan sebuah jargon bisnis yang sekarang ini banyak menerima perhatian dari kalangan praktisi dan akademisi. Memiliki reputasi yang baik bisa memperkuat posisi perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Reputasi perusahaan suatu hal terpenting dalam bisnis, itu sebabnya reputasi perusahaan harus dibangun selama bertahun-tahun, tidak hanya di depan konsumen, di mata pelanggan, tetapi juga di mata pemangku kepentingan (Widyadmono & Harsono, 2019).

Reputasi adalah evaluasi keseluruhan *stakeholder* terhadap perusahaan dari waktu ke waktu (Jao et al., 2020). *Stakeholder theory* menjelaskan bahwa manajemen perusahaan melakukan berbagai aktivitas operasi perusahaan sebagaimana dimaksud oleh *stakeholdernya* dan melaporkan aktivitas tersebut kepada *stakeholder*. Perusahaan berfokus tidak hanya pada kepentingan komersial investor, tetapi juga pada kepentingan etika yang mempengaruhi pemerintah dan masyarakat (Landion, 2019). Berdasarkan teori tersebut, maka perusahaan berkewajiban melakukan tanggungjawab sosialnya untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan membangun reputasi yang baik. Sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Oktavianus dkk, menemukan bahwa adanya pengaruh antara reputasi perusahaan dan kinerja keuangan (Oktavianus et al., 2022).

H5: Reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan perusahaan merupakan pendiskripsian posisi keuangan perusahaan yang cara analisisnya menggunakan alat analisis keuangan untuk bisa mengidentifikasi kekurangan dan pencapaian perusahaan pada waktu tertentu. Kinerja keuangan mengkaji *annual report*, dan informasi laporan keuangan penting untuk mengetahui status keuangan perusahaan (Esomar & Christianty, 2021). Kinerja keuangan adalah bagian dari kemampuan perusahaan dalam mengendalikan dan mengelola sumber daya yang dimilikinya. Informasi ini disediakan oleh manajemen perusahaan sebagai sarana untuk membantu pemangku kepentingan mendapatkan gambaran tentang cara operasi perusahaan (Indonesia, 2019).

CSR penting dalam pelaksanaan perusahaan untuk membangun kepercayaan dan reputasi dari pihak eksternal, maka akan berpengaruh juga dalam kinerja keuangan perusahaan (Mudjijah et al., 2019). Berdasarkan teori sinyal pengungkapan CSR menjadi sarana untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan secara efektif. Pengungkapan ini dapat mengirimkan sinyal kepada pemangku kepentingan tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Akibatnya, perusahaan dapat memberi sinyal bahwa mereka tidak hanya mencari keuntungan saja, akan tetapi sambil merawat lingkungan (Ramadhani & Maresti, 2021). Pengungkapan CSR ini dapat memberikan sinyal terkait dengan keberlanjutan jangka panjang perusahaan kepada para pemangku kepentingannya dan sebagai sarana untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat sekitar, sehingga dapat membangun reputasi perusahaan dengan baik. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maqbool & Zameer yaitu CSR berdampak positif terhadap kinerja keuangan bank di India (Maqbool & Zameer, 2018).

H6: CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan melalui reputasi perusahaan.

Dewan direksi jadi salah satu faktor yang mampu memberi pengaruh dalam kinerja keuangan. Lebih banyak dewan, maka menawarkan lebih banyak pengalaman dan keahlian untuk membuat keputusan yang lebih baik (Apriani et al., 2020). *Agency theory* menekankan pentingnya pendelegasian kekuasaan dari prinsipal ke agen, agen memiliki tugas manajemen perusahaan sesuai dengan kepentingan klien. Secara delegasi perwakilan memiliki otorisasi yang diberikan pelanggan kepada perwakilan kekuasaan untuk mengendalikan aktivitas manajemen senior transparan untuk kelangsungan hidup (Umami, 2022). Teori sinyal menunjukkan bahwa perusahaan sebagai pihak internal mengirim sinyal kepada masyarakat sebagai pihak eksternal. Menurut teori keagenan dan sinyal maka ukuran dewan direksi berperan penting mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dan melalui reputasi perusahaan. Sejalan dengan penelitian Jao dkk, menunjukkan terdapat pengaruh mediasi reputasi perusahaan antara ukuran dewan direksi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Jao et al., 2022).

H7: Ukuran dewan direksi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan melalui reputasi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif yang dipilih dalam penelitian ini sebagai metodologi penelitian. Definisi dari penelitian kuantitatif yaitu penelitian dengan sifat infleksibel (*rigid*), desain penelitian kuantitatif cenderung lebih stabil dari awal hingga akhir. Metode penelitian kuantitatif ini berlandaskan pada positivisme. Metode ini dilakukan dengan tujuan meneliti sampel tertentu pada suatu populasi. Paradigma penelitian kuantitatif lebih ditekankan pada pengujian teori dengan cara mengukur angka dalam variabel penelitian dan dilakukannya analisis data sesuai prosedur statistic (Yulianita et al., 2017).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini yaitu seluruh perusahaan industri jasa yang tercatat di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2019-2021 yang berjumlah 1.338 emiten. *Purposive sampling* sebagai teknik pemilihan sampel dalam menentukan sampel penelitian sehingga menghasilkan sampel sejumlah 69 emiten.

Tabel 1
Hasil Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan industri jasa yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2019-2021	1.338
2	Perusahaan industri jasa yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2019-2021 yang tidak mendapatkan penghargaan di <i>Corporate Image Award</i> secara berturut-turut pada tahun 2019-2021	(1.245)
3	Perusahaan industri jasa yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2019-2021 yang tidak mempublikasikan <i>annual report</i> menggunakan nilai mata uang rupiah secara berturut-turut pada tahun 2019-2021	(3)
4	Perusahaan industri jasa yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2019-2021 yang kinerja keuangannya bernilai negatif	(21)
Jumlah sampel		69

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel tersebut diketahui bahwa terdapat 1.245 perusahaan yang tidak mendapatkan penghargaan di *Corporate Image Award* dan 3 perusahaan yang tidak mempublikasikan *annual report* dengan menggunakan nilai mata uang

rupiah secara berturut-turut pada tahun 2019-2021. Selain itu, terdapat 21 perusahaan yang mengalami kerugian secara berturut-turut pada tahun 2019-2021. Dua puluh satu perusahaan ini dikeluarkan dari populasi karena dianggap tidak mampu mencapai *goal* perusahaan untuk memperoleh laba, sehingga dianggap tidak dapat merefleksikan faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu penelitian deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran atau deskripsi serta memecahkan masalah secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang ada (Yulianita et al., 2017). Metode dokumentasi dipilih dipenelitian ini sebagai teknik pengumpulan data. Data penelitian ini meliputi *annual report* perusahaan industri jasa yang tercatat di BEI, dan juga penerima penghargaan di *corporate image award* yang berada di *website* www.imacaward.com.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi data panel dan analisis jalur. Kedua model tersebut akan digabungkan menjadi satu kesatuan, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Persamaan substruktur pertama

$$Y_{1it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \mu_{it}$$

2. Persamaan substruktur kedua

$$Y_{2it} = \beta_0 + \beta_3 X_{1it} + \beta_4 Y_1 Y_{2it} + \beta_5 X_{2it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

- Y_1 : Reputasi perusahaan
- Y_2 : Kinerja keuangan perusahaan
- X_1 : CSR
- X_2 : Ukuran dewan direksi
- β_0 : Konstanta
- μ_{it} : Error
- $\beta_{1,2,3,4,5}$: Koefisien jalur
- i : Perusahaan
- t : Tahun

Definisi Operasional Variabel

Berikut ini merupakan definisi operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Reputasi Perusahaan (Y1)	Reputasi perusahaan memberikan gambaran baik buruknya perusahaan serta hasil keefektifan perusahaan dari pandangan karyawan, investor, konsumen, dan Masyarakat publik.	Nilai <i>corporate image indeks</i> yang didapatkan dalam <i>Corporate Image Award</i>	Rasio
Kinerja Keuangan Perusahaan (Y2)	Kinerja keuangan perusahaan yaitu deskripsi posisi keuangan perusahaan, cara analisisnya dengan alat analisis keuangan berupa ROA agar bisa dalam identifikasi pencapaian atau kekurangan disuatu periode.	$ROA = \frac{LABA\ BERSIH}{TOTAL\ ASET}$	Rasio

<i>Corporate Social Responsibility</i> (X1)	CSR yaitu komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang dapat bermanfaat untuk perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat umum.	$Pengungkapan\ CSR = \frac{\sum Xi}{N}$ Keterangan: $\sum Xi$: jumlah indikator CSR yang diungkapkan perusahaan N : jumlah indikator menurut GRI 4.0	Rasio
Ukuran Dewan Direksi (X2)	Ukuran dewan direksi yaitu jumlah orang yang berwenang dan bertanggung jawab penuh pengelolaan perusahaan.	Ukuran Dewan Direksi = $\frac{\sum \text{Anggota Dewan Direksi}}{N}$	Rasio

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Berikut ini adalah hasil analisis statistik deskriptif yang dihasilkan dari aplikasi Eviews 12:

Tabel 3
Analisis Statistik Deskriptif

	X1	X2	Y1	Y2
Mean	0.386667	7.695652	1.240797	2.945928
Median	0.396000	7.000000	1.045000	1.781000
Maximum	0.681000	17.000000	4.097000	10.650000
Minimum	0.099000	3.000000	0.180000	0.067000
Std. Dev.	0.135427	3.515948	0.786733	2.917127
Sum	26.68000	531.0000	85.61500	203.2690
Sum Sq. Dev.	1.247159	840.6087	42.08854	578.6546
Observations	69	69	69	69

Sumber: *Output* eviews 12, data diolah 2023

Berdasarkan uji statistik deskriptif, variabel reputasi perusahaan memiliki nilai rata-rata 1,240797, nilai standar deviasi 0,786733, nilai minimum 0,18, nilai maksimum 4,097. Variabel kinerja keuangan perusahaan memiliki nilai rata-rata 2,945928, nilai standar deviasi sebesar 2,917127, nilai minimum sebesar 0,067, nilai maksimum sebesar 10,65. Variabel CSR memiliki nilai minimum 0,099, nilai maksimum sebesar 0,681, nilai rata-rata sebesar 0,386667 dan nilai standar deviasi sebesar 0,135427. Variabel ukuran dewan direksi memiliki nilai minimum sebesar 3,00, nilai maksimum sebesar 17, nilai rata-rata sebesar 7,695652 dan nilai standar deviasi sebesar 3,515948.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan setelah seluruh syarat dalam pengujian pemilihan model terdiri dari uji chow, uji hausman dan uji *Lagrange Multiplier* (LM) dan Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji multikolinearitas, sehingga dapat dilanjutkan pengujian hipotesis. Berikut ini hasil uji hipotesis dalam penelitian ini:

Tabel 4
Hasil Uji Sub Struktur I

Dependent Variable: Y1
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 10/27/23 Time: 13:08

Sample: 2019 2021
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 23
 Total panel (balanced) observations: 69
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.761733	0.176940	4.305028	0.0001
X1	0.426205	0.140626	3.030780	0.0035
X2	0.015445	0.055735	0.277112	0.7826

Sumber: Output Eviews 12, Data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4 dihasilkan model regresi persamaan pertama berikut ini:

$$Y_{lit} = 0,761733 + 0,426205X_{lit} + 0,015445X_{2it} + 0,943$$

Hasil uji R² menunjukkan bahwa nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,104671 atau 10,5% yang berarti bahwa variabel independen seperti CSR dan ukuran dewan direksi mampu menjelaskan variabel terikat reputasi perusahaan sebesar 10,5% sedangkan sisanya 89,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hasil uji f menyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,009718 lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05 yang berarti bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen yaitu CSR dan ukuran dewan direksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu reputasi perusahaan. Uji t variabel CSR menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,0035 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,030780 > t tabel sebesar 1,996. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. uji t variabel ukuran dewan direksi menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,7826 > 0,05 dan nilai t hitung sebesar 0,277112 < t tabel sebesar 1,996. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran dewan direksi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Tabel 5
Hasil Uji Sub Struktur II

Dependent Variable: Y2
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 10/27/23 Time: 13:13
 Sample: 2019 2021
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 23
 Total panel (balanced) observations: 69
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.686404	0.502709	3.354629	0.0013
X1	-0.476843	0.439033	-1.086123	0.2814
X2	-0.257636	0.146656	-1.756742	0.0837
Y1	0.797554	0.307664	2.592287	0.0118

Sumber: Output Eviews 12, Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 5 dihasilkan model regresi persamaan kedua berikut ini:

$$Y_{lit} = 1,686404 + 0,476843X_{lit} + 0,797554Y_1Y_{2it} + 0,257636X_{2it} + 0,953$$

Hasil uji R^2 menunjukkan bahwa nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,091593 atau 9,2% yang berarti bahwa variabel independen seperti CSR, ukuran dewan direksidan reputasi perusahaan mampu menjelaskan variabel terikat kinerja keuangan perusahaan sebesar 9,2% sedangkan sisanya 90,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hasil uji f menyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,026190 lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05 yang berarti bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen yaitu CSR, ukuran dewan direksi dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan uji t variabel CSR menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,2814 > 0,05 dan nilai t hitung sebesar -1,086123 < t tabel sebesar 1,997. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. uji t variabel ukuran dewan direksi menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,0837 > 0,05 dan nilai t hitung sebesar -1,756742 < t tabel sebesar 1,997. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran dewan direksi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. uji t variabel reputasi perusahaan menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,0118 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 2.592287 > t tabel sebesar 1,997. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan uji sobel didapatkan nilai t hitung sebesar 1,928. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai t tabel 1,996. Maka dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Uji sobel didapatkan nilai t hitung sebesar 0,33. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai t tabel 1,996. Maka dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh ukuran dewan direksi terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Pembahasan Hasil

Pengaruh CSR terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis variabel CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan sebagai hipotesis pertama. Hasil uji t yang dapat dilihat pada tabel 4.16 menyatakan bahwa variabel CSR mempunyai nilai *probability* sebesar 0,0035 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Ditarik kesimpulan terdapat pengaruh antara CSR terhadap reputasi perusahaan, sehingga **hipotesis pertama (H1) diterima**. Hipotesis ini sesuai dengan teori sinyal yang menjelaskan bahwa dibutuhkan dua belah pihak terdiri dari pihak internal dan pihak eksternal. Pihak internal sebagai pengirim sinyal kepada pihak eksternal sebagai penerima sinyal (Spence, 1973). CSR yang diterapkan oleh perusahaan sebagai pihak *intern* menjadi sinyal yang baik terhadap kepercayaan masyarakat sebagai pihak *ekstern*. Tanggung jawab sosial yang telah diterapkan menunjukkan bahwa perusahaan telah mengikuti norma-norma yang berlaku, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan para *stakeholder*. Kepercayaan dan penilaian masyarakat terhadap perusahaan akan memberikan pengaruh pada reputasi perusahaan. Baiknya reputasi perusahaan akan berdampak baik juga untuk kepentingan perusahaan.

Hipotesis ini dapat diterima berdasarkan data yang ada dalam penelitian menunjukkan bahwa nilai GRI yang tinggi selaras dengan nilai CII yang tinggi juga dan kebalikannya. Perusahaan jasa XL Axiata Tbk tahun 2019 mempunyai nilai GRI sebesar 0,341 dan nilai CII sebesar 0,602, tahun 2020 dengan nilai GRI 0,363 memiliki nilai CII sebesar 0,734, terakhir pada tahun 2021 memiliki nilai GRI sebesar 0,484 dengan nilai CII sebesar 0,841. Hal tersebut menjelaskan bahwa dengan meningkatnya nilai GRI, maka nilai CII juga mengalami peningkatan. Hasil riset ini menunjukkan hasil diterima yaitu terdapat pengaruh CSR terhadap reputasi perusahaan. Hasil tersebut sesuai dengan kajian yang telah dilakukan oleh (Widanaputra et al., 2018), (Adi, 2021), (Humanitisri, 2019) dan (Afifah et al., 2021).

Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Hasil pengujian variabel CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dibuktikan dengan tabel 4.19 pengujian parsial, nilai *probability* sebesar 0,2814 > 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar -1,086123 < *t* tabel sebesar 1,997. Hasil tersebut menunjukkan tidak adanya pengaruh antara CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kesimpulannya adalah **hipotesis kedua (H2) ditolak**. Hipotesis ini tidak sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan perusahaan memberikan sinyal kepada masyarakat sebagai pihak eksternal untuk membangun kepercayaan terhadap perusahaan. CSR merupakan tindakan perusahaan yang harus memenuhi harapan, kebutuhan publik dan pemangku kepentingan perusahaan (Landion, 2019).

Hipotesis ini ditolak berdasarkan dari data yang ada dalam penelitian yang menjelaskan bahwa perusahaan jasa dengan nilai GRI yang tinggi tidak selaras dengan nilai ROA yang tinggi juga. Salah satunya perusahaan dengan nilai GRI tertinggi dalam penelitian ini yaitu Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2021 sebesar 0,681 nilai ROAnya sebesar 1,77, sedangkan perusahaan Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk tahun 2019 dengan nilai GRI terendah sebesar 0,099 nilai ROAnya sebesar 1,766 hampir sama dengan nilai ROA yang didapat Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2021. Tidak hanya itu, perusahaan Mitra Keluarga Karyasehat Tbk pada tahun 2021 memiliki nilai ROA tertinggi sebesar 10,65 hanya mendapat nilai GRI sebesar 0,516 lebih rendah dari Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2021. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan jasa dengan nilai GRI yang tinggi belum tentu mempunyai nilai ROA yang tinggi juga, sebaliknya perusahaan jasa dengan nilai GRI yang rendah belum tentu mempunyai ROA yang rendah juga. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati dkk, 2017) dan (Menezes, 2019).

Pengaruh Ukuran Dewan Direksi terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis variabel ukuran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel 4.16 menyatakan nilai *probability* sebesar 0,7826 > 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar 0,277112 < *t* tabel sebesar 1,996. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Kesimpulannya adalah **hipotesis ketiga (H3) ditolak**. Hasil pengujian hipotesis ini tidak selaras dengan teori sinyal yang menggambarkan isyarat adalah tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi pihak eksternal tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Spence, 1973).

Hipotesis dalam penelitian ini ditolak berdasarkan dari data yang ada dalam penelitian. Perusahaan jasa dengan nilai ukuran dewan direksi yang tinggi tidak selaras dengan nilai CII yang tinggi juga. Salah satunya perusahaan Mitra Keluarga Karyasehat Tbk tahun 2021 dengan ukuran dewan direksi yang kecil senilai 3 mendapatkan nilai CII sebesar 1,698, sedangkan Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2020 yang mempunyai ukuran dewan direksi tertinggi senilai 17 mendapatkan nilai CII sebesar 1,045 lebih rendah dari nilai CII yang didapatkan oleh Mitra Keluarga Karyasehat Tbk tahun 2021. Hal tersebut menjelaskan bahwa jumlah dewan direksi tidak selaras dengan nilai CII.

Tidak semua perusahaan membutuhkan jumlah dewan direksi yang banyak untuk mengatur tata kelola perusahaan terutama dalam membangun reputasi. Banyaknya jumlah dewan direksi tidak dapat membuat citra perusahaan menjadi lebih baik. Jumlah dewan direksi yang sedikit dengan sumber daya yang memadai malah lebih efektif dalam mengatur suatu perusahaan. Efektifnya pengelolaan perusahaan dengan jumlah dewan direksi yang sesuai akan berdampak baik bagi reputasi perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran dewan direksi tidak dapat menjadi faktor yang mempengaruhi tingginya nilai reputasi perusahaan, mungkin terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan yang tidak

menjadi variabel dalam penelitian ini. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Meca dan Palacio (2018).

Pengaruh Ukuran Dewan Direksi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Hasil pengujian variabel ukuran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan uji t yang dilihat dari tabel 4.19 menghasilkan nilai *probability* sebesar 0,0837 nilai t hitung sebesar -1,756742. Nilai *probability* yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel sebesar 1,997. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis keempat (H4) ditolak**. Hasil Uji hipotesis ini tidak sesuai dengan teori agensi yang menjelaskan adanya hubungan ukuran dewan direksi dengan keefektivitasan pengelolaan perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan (Michael & Meckling, 1976).

Penolakan dalam hipotesis ini didasarkan dari data penelitian. Ukuran dewan direksi yang tinggi tidak selaras dengan ROA yang tinggi juga. Perusahaan jasa Buana Finance Tbk tahun 2019 mempunyai jumlah dewan direksi sebesar 3 jumlah terkecil yang ada dalam penelitian mempunyai nilai ROA sebesar 1,173, sedangkan Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2020 dengan jumlah dewan direksi tertinggi sebesar 17 mempunyai nilai ROA sebesar 1,235, nilai tersebut lebih rendah dari ROA yang didapatkan Buana Finance Tbk yang hanya memiliki 3 dewan direksi. Data tersebut membuktikan bahwa perusahaan jasa dengan ukuran dewan direksi tinggi tidak sebanding dengan kinerja keuangan yang tinggi juga. Jumlah dewan direksi yang banyak belum tentu sesuai dengan kebutuhan suatu perusahaan. Perusahaan memiliki kebutuhan dewan direksi yang berbeda-beda dalam mengatur tata kelola perusahaannya. Jumlah dewan direksi yang kecil sesuai dengan kebutuhan perusahaan akan lebih efektif dalam mengatur tata kelola perusahaan dan otomatis akan berdampak pada kinerja keuangannya. Direksi yang banyak dengan ukuran perusahaan yang kecil tidak akan efektif dalam mengatur tata kelola perusahaan, malah akan menambah beban gaji sehingga terjadi penurunan laba perusahaan sehingga nilai ROA nya pasti akan menurun juga. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Widyati, 2013) dan (Pradipta et al., 2022).

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis variabel reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.19 dengan nilai *probability* sebesar $0,0118 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,592287 > t$ tabel sebesar 1,997. Hal tersebut menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kesimpulan yang didapat adalah **hipotesis kelima (H5) diterima**. Hasil uji hipotesis ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada kepentingan komersial investor, tetapi juga pada kepentingan etis yang mempengaruhi masyarakat dan pemerintah (Landion, 2019).

Hasil hipotesis ini dapat diterima berdasarkan data yang ada dalam penelitian ini bahwa perusahaan jasa dengan nilai CII yang tinggi ebanding dengan nilai ROA yang tinggi juga. Salah satunya perusahaan Wahana Ottomitra Multiartha Tbk pada tahun 2019 memiliki nilai CII sebesar 0,736 dengan ROA sebesar 3,139. Tahun berikutnya nilai CII menurun menjadi 0,632 dengan nilai ROA yang menurun juga menjadi 1,086. Terakhir pada tahun 2021 pada perusahaan yang sama nilai CII meningkat menjadi 0,751 beriringan dengan nilai ROA yang meningkat juga yaitu sebesar 2,147. Reputasi yang berhasil diciptakan oleh perusahaan jasa yang dijadikan sampel dalam penelitian ini ternyata mempengaruhi hasil dari kinerja keuangan perusahaan tersebut yang dilihat dari nilai ROA. Hal tersebut dapat dilihat melalui tingginya indeks penilaian atas perusahaan dan tingginya jumlah loyalitas pelanggan

yang senantiasa melakukan transaksi di perusahaan tersebut. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Caliskan et al., 2011) dan (Oktavianus et al., 2022).

Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan melalui Reputasi Perusahaan

Hasil analisis variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan melalui reputasi perusahaan. Berdasarkan uji sobel hasil perhitungan mendapatkan nilai t hitung 1,928. Nilai tersebut lebih rendah dari 1,996 yaitu nilai t tabel, sehingga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kesimpulannya adalah **hipotesis keenam (H6) ditolak**. Hasil tersebut dibuktikan dengan analisis jalur bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,426205, nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,339921, dengan nilai total sebesar 0,766126. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari nilai pengaruh tidak langsung, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi perusahaan tidak mampu memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil uji hipotesis ini tidak sesuai dengan teori sinyal yang menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan sarana untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan secara efektif. Berdasarkan data yang ada bahwa nilai CII tidak dapat sebagai pemediasi antara nilai GRI dan ROA dalam perusahaan jasa. Data yang ada perusahaan dengan nilai GRI yang tinggi tidak sebanding dengan nilai ROA yang tinggi begitu juga dengan nilai CII sebagai pemediasinya. Salah satunya perusahaan Adira Dinamika Multi Finance Tbk tahun 2019 mempunyai nilai GRI sebesar 0,374 dengan nilai ROAnya 6,005 beriringan dengan nilai CII sebesar 1,662. Tahun berikutnya dengan perusahaan yang sama mempunyai nilai GRI lebih tinggi yaitu 0,451, nilai CII lebih tinggi juga sebesar 1,729, namun ROAnya malah menurun menjadi 3,509. Data tersebut menunjukkan bahwa nilai CII tidak dapat memediasi pengaruh nilai GRI dan nilai ROA. Penerapan CSR dalam perusahaan tidak selaras dengan kinerja keuangannya karena perusahaan yang menerapkan CSR dengan tinggi membutuhkan biaya yang tinggi pula, maka hal tersebut akan mengurangi jumlah laba sehingga akan mengurangi nilai ROA perusahaan. Perusahaan yang nilai GRInya tinggi memang selaras dengan nilai CII yang tinggi juga, namun tidak ada hubungan pengaruh antara nilai GRI dan ROA. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wicaksono yang penelitiannya menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak mampu memediasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan (Wicaksono, 2021).

Pengaruh Ukuran Dewan Direksi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan melalui Reputasi Perusahaan

Berdasarkan analisis variabel ukuran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan melalui reputasi perusahaan. Hasil uji sobel memperoleh nilai t hitung sebesar 0,33. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai t tabel 1,996. Hasil tersebut menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh ukuran dewan direksi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kesimpulannya adalah **hipotesis ketujuh (H7) ditolak**. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung ukuran dewan direksi terhadap kinerja keuangan sebesar 0,015445, sedangkan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,012318, dengan nilai pengaruh total sebesar 0,027763. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dari nilai pengaruh langsung, maka dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan tidak bisa memediasi pengaruh antara ukuran dewan direksi pada kinerja keuangan perusahaan.

Hasil uji hipotesis tidak sesuai dengan teori sinyal dan teori agensi. Sinyal yang dimaksud disini adalah informasi ukuran dewan direksi, dengan jumlah dewan direksi yang banyak maka akan lebih maksimal dalam pengelolaan perusahaan sehingga mendapatkan

kepercayaan dari pihak eksternal dan menghasilkan reputasi yang baik. Teori agensi menekankan pentingnya pendelegasian kekuasaan dari prinsipal ke agen, agen memiliki tugas manajemen perusahaan sesuai dengan kepentingan klien. Berdasarkan data yang ada dalam penelitian perusahaan jasa dengan jumlah dewan direksi yang tinggi tidak sebanding dengan nilai ROA, kemudian nilai CII tidak dapat memediasi pengaruh tersebut. Contoh perusahaan jasa perbankan yaitu Bank Mega Tbk tahun 2021 mempunyai jumlah dewan direksi sebesar 7, nilai ROA sebesar 3,016 dengan nilai CII sebesar 1,401. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk tahun 2021 mempunyai jumlah dewan direksi sebesar 12, nilai ROA sebesar 1,138 dan nilai CII sebesar 0,399. Data tersebut menyatakan bahwa jumlah dewan direksi yang dimiliki oleh Bank Mega Tbk lebih kecil berbanding jauh dengan jumlah dewan direksi yang dimiliki oleh Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, tetapi nilai reputasi dan kinerjanya malah lebih tinggi yang didapatkan oleh Bank Mega Tbk. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh ukuran dewan direksi terhadap kinerja keuangan tidak dapat dimediasi oleh reputasi perusahaan, sehingga hipotesis ini tidak sesuai dengan data yang telah ada dalam penelitian. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian yang telah diteliti oleh (Pradipta et al., 2022).

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hanya hipotesis 1 dan hipotesis 5 yang memiliki hipotesis diterima yaitu CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan dan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hipotesis 2, 3, 4, 6 dan 7 mengalami penolakan yang menunjukkan bahwa, kinerja keuangan tidak bisa dipengaruhi oleh CSR, kinerja keuangan dan reputasi perusahaan tidak bisa dipengaruhi oleh ukuran dewan direksi, kemudian reputasi perusahaan tidak bisa memediasi pengaruh CSR dan ukuran dewan direksi terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah penelitian ini hanya terfokus pada perusahaan industri jasa yang terdaftar di BEI. Sampel yang digunakan juga hanya terbatas 69 perusahaan, sehingga kurang dapat mewakili populasi dari total populasi yang ada. Nilai *adjusted R-Square* yang hanya mampu menjelaskan 9,2% atau sebagian kecil dari *varians* variabel dependen, variabel bebas yang digunakan hanya terbatas 2 (dua), sehingga dinilai kurang mampu menjelaskan faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian karena tidak hanya perusahaan industri jasa saja yang mengharuskan untuk melakukan pengungkapan CSR melainkan semua perusahaan pada sektor yang lainnya dengan syarat sudah tercatat atau terdaftar di Bursa Efek. Selain itu dapat juga menambahkan variabel yang lain contohnya seperti ukuran perusahaan, umur perusahaan, jenis perusahaan dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. H. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Reputasi Perusahaan. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>

- Andreas, L. (2011). *Dekontruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi* (S. Saat (ed.)). Penerbit Erlangga.
- Apriani, N. L., Azizah, S. N., Rachmawati, E., & Kusbandiyah, A. (2020). Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Independen, Komite Audit, Dan Kualitas Audit Terhadap Kinerja Keuangan. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, 4(2), 21.
- Aras Guler, D. C. (2014). *Corporate Social Responsibility*.
- Caliskan, E. N., Icke, B. T., & Ayturk, Y. (2011). Corporate Reputation and Financial Performance: Evidence from Turkey. *Research Journal of International Studies*, January(18), 61–72.
- Cantika, M. B., & Jin, T. F. (2020). Pengaruh Komite Audit, Struktur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Manajemen Laba. *Journal of Financial Economics* 3, 01(01), 1–10. <https://repository.tsm.ac.id/publications/323729/pengaruh-komite-audit-struktur-perusahaan-ukuran-perusahaan-dan-ukuran-dewan-dir>
- Cho, S. J., Chung, C. Y., & Young, J. (2019). Study on the relationship between CSR and financial performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su11020343>
- Compact, U. N. G. (2014). *United Nations Global Compact Strategy 2014 - 2016*.
- De Lavanda, S. A., & Meiden, C. (2022). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 2(2), 94. <https://doi.org/10.24853/jago.2.2.94-109>
- Esomar, M. J. F., & Christianty, R. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Jasa di BEI. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 227–233. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v7i2.5266>
- García Meca, E., & Palacio, C. J. (2018). Board Composition and Firm Reputation: The Role of Business Experts, Support Specialists and Community Influentials. *BRQ Business Research Quarterly*, 21(2), 111–123. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.01.003>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). Kerangka Konseptual Pelaporan Keuangan (KKPK). *Dsak Iai*, 1–78. [http://iaiglobal.or.id/v03/files/file_berita/DE_Kerangka_Konseptual_Pelaporan_Keuangan_\(KKPK\).pdf](http://iaiglobal.or.id/v03/files/file_berita/DE_Kerangka_Konseptual_Pelaporan_Keuangan_(KKPK).pdf)
- Indonesia, M. L. H. R. (2014). *LHP3 penilaian peringkat kinerja perusahaan. 2011*.
- Jamali, D., & Karam, C. (2018). Corporate Social Responsibility in Developing Countries as an Emerging Field of Study. *International Journal of Management Reviews*, 20(1), 32–61. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12112>
- Jao, R., Asri, M., Holly, A., & Rivaldy. (2022). Pengaruh Karakteristik Dewan Direksi Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(1), 1–18. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v21i1.148>
- Jao, R., Daromes, F. E., & Yono, B. (2020). Peran Mediasi Reputasi Perusahaan Terhadap Hubungan Ukuran Dewan Direksi Dan Return Saham. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.611>
- Kaur, A., & Singh, B. (2018). Corporate Reputation: Do Board Characteristics Matter? Indian Evidence. *Indian Journal of Corporate Governance*, 11(2), 122–134. <https://doi.org/10.1177/0974686218797758>
- Lestari, N., & Lelyta, N. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. *Equity*, 22(1), 1–11. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.897>
- Malpani, R., & Ghosh, A. (2020). Can a Startup Be Sustainable and Socially Responsible? A Glimpse of Activities for Sustainability. *SSRN Electronic Journal*, 1–43. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3658066>

- Maqbool, S., & Zameer, M. N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. *Future Business Journal*, 4(1), 84–93. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.12.002>
- Menezes, G. (2019). Impact of CSR Spending on firm's financial performance. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 5(2), 613–617. www.IJARIT.com
- Michael, & Meckling, C. J. and W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Financial Economics*, 3, 305–360. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Keuangan*, 8(1), 41–56.
- Nindya Humanitisri, I. G. (2019). Perusahaan sebagai Variabel Mediasi, dan Visibilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara CSR dengan Reputasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(4), 1–13.
- Oktavianus, L. C., Randa, F., Jao, R., & Praditha, R. (2022). Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 218–227. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.218-227>
- Paschalis Hendy Isa Pradipta. Octaviano Yudistira Pratama. Alfina Khairunnisa. Drs. H Lutfi Baradja , Ak, Mb. (2022). Pengaruh Sustainability Report, Ukuran Dewan Direksi, Ukuran Perusahaan serta Leverage terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Eefek Indonesia pada Tahun 2018-2020. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1517–1528.
- Rahmawati, I.A., Rikumahu, Brady., dan Dillak, V. J. (2017). Pengaruh dewan direksi, dewan komisaris, komite audit dan Corporate social responsibility Terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 2(2), 54–70.
- Rahmawati, A. (2021). *Peran Reputasi Perusahaan dalam Memediasi Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/246>
- Ramadhani, R., & Maresti, D. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.262>
- Rudiwanto, A. (2022). *Pengaruh Independensi Dewan komisaris, Ukuran Dewan Direksi, Komite Audit dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan*. 3(1), 41–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.55122/jabisi.v3i1.413>
- Spence. (1973). I shall argue that the paradigm case of the market with this type of informational structure is the job market and will therefore focus upon it . By the end I hope it will be clear (although space limitations will not permit an extended argument) that a. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Sukandar, P. P., & Rahardja. (2014). Pengaruh Ukuran Dewan Direksi Dan Dewan Komisaris Serta Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Good Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2012). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3(3), 1–7. <https://media.neliti.com/media/publications/73611-ID-analisis-pengaruh-corporate-governance-d.pdf>
- Umami, R. (2022). Pengaruh Likuiditas, Kapasitas Operasi, Ukuran Dewan Direksi dan Komisaris Independen terhadap Financial Distress pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. 2005–2003 ,8.5.2017 ,7787.

- Vio Landion, H. S. L. (2019). Pengaruh Intelektual Capital terhadap Kinerja Keuangan, Nilai Pasar Perusahaan dan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(September), 215–232. <http://dx.doi.org/10.25105/jat.v6i2.5570>
- Wicaksono, D. P. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan yang dimediasi oleh Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Widanaputra, A. A. G. P., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Ratnadi, N. M. D. (2018). Reputasi Perusahaan, Reputasi Manajemen Puncak, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 13(2), 75–84.
- Widyadmono, V. M., & Harsono, M. (2019). Reputasi Perusahaan Dalam Cara Pandang Ontologi. *Monex: Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 8(1), 203. <https://doi.org/10.30591/monex.v8i1.1101>
- Widyati, M. F. (2013). Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Dan Nomor 1 Januari 2013 1, 1*.
- Wijayanto, U. B. K. D. Y. P. S. B. P. aisyah F. Y. A. W. (2021). Kajian Perkembangan PASAR Saham dan Keuangan Emiten selama Pandemi Covid-19. In S. P. Usman Bustaman (Ed.), 07300.2133 (Vol. 4, Issue 1). BPS RI.
- Yulianita, Nurlina T. Muhyidin, M. Irfan tarmizi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*. Salemba Empat.
- Zain, R. N. W., Hendriyani, C., Nugroho, D., & Ruslan, B. (2021). Implementation of CSR Activities from Stakeholder Theory Perspective in Wika Mengajar. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(1), 102–107. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i1.1846>