

Peran Pemoderasi *Corporate Business Risk* Terhadap Hubungan *CSR Disclosure*, *Integrated Reporting*, Dan *Corporate Reputation*

Tandry Whittleliang Hakki¹, Cinthia Andriani^{2*}, Michelle Natalia³

^{1,2,3}Universitas Bunda Mulia

¹Tandry.whittle.hakki@gmail.com, ²s11200179@student.ubm.ac.id,

³s11200062@student.ubm.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 21 Juli 2023

Disetujui : 29 Juli 2023

Dipublikasi : 1 Januari 2024

ABSTRACT

Many companies with capabilities in the midst of an uncertain economy due to the Covid-19 pandemic that is currently sweeping the world and especially in Indonesia have also had an impact, these companies are trying to maintain their business activities. In connection with the *ero-carbon* issue proclaimed by the G20 countries, many private companies are now developing what is called *Corporate Social Responsibility (CSR)*. This study aims to analyze (1) the effect of *CSR disclosure* on *corporate reputation* (2) the effect of *integrated reporting* on *corporate reputation*. (3) The role of *Corporate Business Risk* as a moderator of the Effect of *CSR Disclosure* on *Corporate Reputation*. (4) The role of *Corporate Business Risk* as a moderator of the Impact of *Integrated Reports* on *Corporate Reputation*. By using purposive sampling with the criteria of banking sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in a row for the 2016-2020 period, Companies that consistently publish annual reports during the 2016-2021, Companies that have been audited by a Public Accounting Firm in the 2016-2020. The results of the research show that the *Integrated Report* has an effect on *Corporate Reputation* but *CSR Disclosure* has no effect on *Corporate reputation*. Then *Corporate Business Risk* moderates the effect of *Integrated Report* on *Corporate Reputation* but does not moderate the effect of *CSR Disclosure* on *Corporate Reputation*

Keywords: *Corporate Business Risk*, *Corporate Financial Performance*, *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Integrated Reporting*

PENDAHULUAN

Banyak perusahaan yang dengan kemampuan di tengah perekonomian yang tidak menentu dikarenakan pandemic covid-19 yang sedang melanda dunia dan khususnya di Indonesia juga berdampak, perusahaan tersebut berusaha untuk mempertahankan kegiatan usahanya. Perusahaan pada industry sector perbankan pun saat ini juga berdampak walaupun tidak merasakan dampak yang besar seperti perusahaan sektor lainnya. Perusahaan untuk saat ini terus berupaya untuk mengusahakan pelaporan yang ada setiap tahunnya sesuai dengan ketentuan yang harus dijalankan sebagai perusahaan yang terdaftar di *Indonesia Stock Exchange (IDX)*. Berkaitan dengan isu *carbon* yang dicanangkan oleh negara G20, banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Penerapan *CSR* tidak lagi dianggap sebagai cost, melainkan investasi perusahaan (Rusli, et al. 2019). *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan (Setiawan et al. 2020). Beberapa permasalahan yang timbul disebabkan adanya perusahaan di lingkungan masyarakat, pengungkapan *CSR* menjadi sangat dibutuhkan untuk menilai perusahaan dalam mengelola atau mengotrol lingkungan dan sosial perusahaan, sehingga wajib bagi

perusahaan untuk mentaati hukum dan standar-standar mengenai etika masyarakat. Terkait UU No. 40 Tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 47 Tahun 2012 menerangkan bahwa setiap perseroan terbatas wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada saat ini, Indonesia merupakan negeri terpadat keempat di bumi, ekonomi terbanyak ke-10 di bumi dalam perihal paritas energi beli, serta badan G-20. Lebih jauh lagi, Indonesia sudah mendapatkan profit besar dalam pengentasan kekurangan, memotong tingkatan kekurangan lebih dari setengahnya semenjak tahun 1999, jadi 9,78% pada tahun 2020. Saat sebelum darurat COVID-19, Indonesia sanggup menjaga perkembangan ekonomi yang tidak berubah-ubah, baru-baru ini penuh ketentuan buat negeri itu. menggapai status pemasukan menengah ke atas. Pemograman ekonomi Indonesia menjajaki konsep pembangunan 20 tahun, mulai dari tahun 2005 sampai 2025. Ini tersegmentasi ke dalam konsep waktu menengah 5 tahun, yang diucap RPJMN (Konsep Pembangunan Waktu Menengah Nasional) tiap-tiap dengan prioritas pembangunan yang berlainan. Konsep pembangunan waktu menengah dikala ini– tahap terakhir dari konsep waktu jauh– berjalan dari tahun 2020 sampai 2024. Ini bermaksud buat lebih menguatkan ekonomi Indonesia dengan tingkatkan pangkal energi orang serta energi saing negeri di pasar garis besar. Tantangan pembangunan yang lumayan besar senantiasa terdapat di Indonesia. Tidak hanya itu, darurat garis besar yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19 bawa komplikasi yang belum sempat terjalin tadinya untuk Indonesia buat menggapai tujuan pembangunannya. Sejak tahun 2017 pertumbuhan bisnis di sektor perbankan cenderung masih terkendali dan ekspansif dengan likuiditas yang meningkat dan rasio kredit bermasalah yang cenderung terkendali. Pada awal tahun 2017, *Net Interest Margin* (NIM) mengalami penurunan sebesar 28bps pada 1H17 dan turun 4bps setelah 1H17 dan likuiditas juga mengalami kenaikan sedikit sebesar 1,7%, sehingga secara keseluruhan memberikan pandangan baik bagi masyarakat. Di Indonesia terdapat 46 bank yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI), dimana semua bank yang terdaftar tersebut melakukan kegiatan CSR dalam upaya menyalurkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Keberlanjutan perusahaan akan lebih terjamin apabila perusahaan memerhatikan dimensi sosial dan lingkungan disekitarnya (Sabatini&Sudana, 2019). Berikut beberapa hasil dari penelitian terdahulu, yaitu: Hasil penelitian dari Emar & Ayem (2020) menyimpulkan bahwa *Enterprise Risk Management Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian dari Candra & Wiratmaja (2020) menyatakan yang sebaliknya bahwa *Enterprise Risk Management Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya berdasarkan penelitian Devitasari & Supriadi (2021) menyatakan bahwa tinggi rendahnya penerapan dan pengungkapan CSR akan mempengaruhi juga tinggi dan rendahnya nilai perusahaan, atau dapat disimpulkan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian Silviana & Krisnawati berkata sebaliknya, bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian dalam aspek finansial dapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriani et al (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian Dhani & Utama (2017) menyimpulkan bahwa informasi mengenai profitabilitas dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan. Dimana dapat diartikan bahwa semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

STUDI LITERATUR

Teori Legitimasi

Teori legitimasi pertama kali dikemukakan oleh Dowling dan Pfeffer (1975), memberikan gambaran tentang adanya perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, maka perusahaan akan berada pada posisi terancam dimana perbedaan tersebut dikenal sebagai *Legitimacy gap*. Teori legitimasi berkaitan erat dengan teori stakeholder, dimana teori legitimasi berupaya untuk berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Teori legitimasi melakukan pengungkapan informasi karena dorongan untuk mendapatkan pengakuan publik. Pengakuan legitimasi publik penting dalam mempertahankan eksistensi perusahaan dalam lingkungan sosial. Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan bahwa teori legitimasi berguna untuk menganalisa perilaku perusahaan. Menurut Ullman (1985) teori legitimasi fokus pada interaksi perusahaan dengan masyarakat (Ulum, 2017).

Stakeholder Theory

Teori stakeholder adalah teori yang berkaitan dengan sekumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder seperti investor, analisis, kreditor, pemerintah, konsumen, masyarakat, supplier dan pihak lain, yang dapat berupa nilai-nilai, pemenuhan terhadap kewajiban hukum, penghargaan masyarakat atau lingkungan serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi, sosial dan budaya (Sukirno, 2017). Perkembangan teori stakeholder pertama kali dicetuskan oleh Freeman pada tahun 1984 dan Jones pada tahun 1995, yang menyatakan bahwa sebuah bisnis bisa dipahami sebagai perkumpulan pemangku kepentingan (pelanggan, supplier, karyawan, dan sebagainya) yang bersama-sama membangun keberhasilan dalam sebuah bisnis (Freeman et al., 2010). Freeman et al. (2010) juga menjelaskan bahwa manajemen tingkat atas mempunyai peran yang paling besar dalam menjaga relasi dengan stakeholder yang memiliki relasi dengan perusahaan tersebut.

Corporate Reputation

Reputasi perusahaan adalah evaluasi tingkat kesukaan yang dimiliki pemangku kepentingan terhadap perusahaan, diukur pada kontinum dari negatif (tidak menguntungkan) ke positif (menguntungkan) (Liu et al., 2019). Evaluasi ini merupakan gabungan dari penilaian pemangku kepentingan di sepanjang dimensi yang berbeda – misalnya, kualitas, inovasi, tanggung jawab sosial, keunggulan pasar, dan transparansi (Baruah and Panda, 2020). Untuk tujuan praktis, yang sangat penting adalah dua perspektif yang berbeda: dimensi utilitarian, dan dimensi sosial. Dimensi reputasi perusahaan ini mencerminkan penilaian pemangku kepentingan atas kemampuan perusahaan untuk melayani kebutuhan pribadinya melalui penyampaian hasil yang nyata.

Corporate Social Responsibility

Pada dasarnya sebuah bisnis harus bertindak dan bertanggung jawab lebih dari tanggung jawab secara hukum kepada para pemegang saham, pelanggan, karyawan dan pemasok. Akan tetapi sebuah bisnis juga diharapkan tanggung jawabnya dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan masyarakat dan alam akibat dari dampak secara tidak langsung kepada lingkungan sekitar (Robbins, 2005; Kahreh, 2014). CSR merupakan strategi penghijauan yang dilakukan oleh bisnis untuk melestarikan budaya, sosial dan ekonomi dalam suatu wilayah dimana bisnis beroperasi (Raimi, 2017). Walaupun seperti yang diketahui tujuan utama dari sebuah bisnis adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan kekayaan pemegang saham, sehingga bisnis tidaklah wajib melakukan CSR. (Caroll, 2009) menyebutkan ketika sebuah bisnis mulai melakukan CSR maka bisnis tidak hanya memperoleh keuntungan materi tetapi juga dinilai taat secara hukum serta akan membangun citra bisnis yang baik dalam kalangan sosial.

Integrated Reporting Disclosure

Penerapan pelaporan terintegrasi menjamin banyak manfaat bagi perusahaan (Vitolla et al., 2018). Namun, tidak jelas apakah manfaat ini terkait dengan penyebaran sederhana laporan terpadu atau dengan persiapan dokumen sesuai dengan prinsip panduan dan konten yang ditentukan oleh IIRC. Bahkan, kepatuhan terhadap kerangka kerja dapat memungkinkan standarisasi konten yang dapat mendukung pembacaan dan pemahaman laporan terintegrasi oleh investor dan semua pemangku kepentingan. Selain itu, keselarasan yang lebih besar memungkinkan perbandingan antara laporan terintegrasi dari perusahaan yang berbeda dan, oleh karena itu, membantu investor dan semua pemangku kepentingan untuk sepenuhnya memahami realitas bisnis yang berbeda. Oleh karena itu, aspek yang berkaitan dengan kepatuhan sangat penting dan berbeda dengan aspek yang terkait dengan penerapan instrumen ini atau jumlah informasi yang terkandung dalam laporan terintegrasi.

Corporate Business Risk

Menurut *Committee of Sponsoring Organization of The Treadway Commission (COSO)*, *Enterprise Risk Management* adalah sebuah proses yang dipengaruhi oleh dewan direksi suatu perusahaan, manajemen dan personil lainnya, yang diterapkan dalam penetapan strategi dan lintas perusahaan, yang dirancang untuk mengidentifikasi peristiwa potensial yang dapat mempengaruhi perusahaan, dan mengelola risiko, serta menyediakan keyakinan yang memadai terkait pencapaian tujuan. Bukti bahwa suatu perusahaan telah menerapkan *Enterprise Risk Management* yaitu dengan adanya *Chief Risk Officer* dalam perusahaan (Hoyt & Liebenberg, 2019). Ukuran perusahaan merupakan besarnya jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan yang juga bisa digambarkan dengan besarnya total penjualan bersih (Iswajuni, Soetedjo, et al., 2018).

METODE

Di dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah perusahaan-publik yang menerbitkan *Sustainability Reporting* yang terdaftar di *Indonesia Stock Exchange* selama periode 2016-2020 sebelum pandemi covid-19 dan periode tahun 2019-2020 selama masa pandemi covid-19. Perusahaan Perbankan baik milik negara dan milik swasta dipilih dalam penelitian ini. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pooling berdasarkan data time series yang bersumber dari data sekunder yaitu laporan tahunan perusahaan.

Populasi menurut Sugiyono (2017) merupakan generalisasi dari objek atau subjek yang memiliki kualitas atau karakteristik sesuai dengan ketentuan yang dibutuhkan. Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan public di Indonesia yang menerbitkan *Sustainability Reporting* yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Sampel menurut Sugiyono (2017) merupakan bagian atau representasi dari populasi, karena keterbatasan waktu dalam penelitian, maka perlu dipilih beberapa sampel dalam penelitian. Pemilihan sampel di dalam penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling, dengan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Kriteria dalam pengambilan sampel di dalam penelitian ini sebagai berikut. *CSR Disclosure* (X1), *Integrated Reporting* (X2), *Corporate Business Risk* (X3), *Corporate Reputaion* (Y) 1. Perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berturut-turut pada periode 2016-2020. 2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan secara konsisten selama periode 2016-2021. 3. Perusahaan yang telah dilakukan pengauditan oleh Kantor Akuntan Publik pada periode 2016-2020.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Nama Variabel	Proksi/Indikator variable	Referensi
Variabel dependen	<i>Corporate Reputation</i>	Tobins'Q=(EMV+Debt)/TA	(Made dan Ketut, 2018)
Variabel Independen	<i>CSR Disclosure</i>	$IRit = \sum Xyit/nit \times 100\%$	(Kieso, Weygandt, & Warfield, 2019)
	<i>Integrated Report</i>	$CSRIit = \sum Xyit/nit \times 100\%$	(Huang&Li, 2017)
Variabel Moderasi	<i>Corporate Business Risk</i>	$CoClit = \sum Xyit/nit \times 100\%$	Lako (2017)

HASIL

Statistik Deskriptif

Secara numeris, analisis data secara deskriptif dilakukan dengan memberikan gambaran atau deskripsi data berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang diteliti. Menurut pemilihan menggunakan teknik *purposive sampling*, terdapat 135 data yang akan diolah dan telah lolos kriteria sampling dari peneliti.

**Tabel 2 Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
COR_SRD	135	.08791	.81319	.3526253	.18283191
INT_RPT	135	.28571	1.00000	.8243389	.13169563
BSN_RIS	135	.16667	1.00000	.8851844	.19366661
COR_REP	135	.00142	1.21626	.4325468	.33180063
Valid N (listwise)	135				

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari model regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Jadi dalam hal ini yang diuji normalitas bukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Cara pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2017).

Dari input data dan perhitungan yang dilakukan secara komputerisasi melalui program SPSS 24.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Uji Normalitas dengan metode Uji Kolmogorov-Smirnov

**Tabel 3 HASIL UJI NORMALITAS (Kolmogorov-Smirnov)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		135
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	,01759849
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,067
	Positive	,067
	Negative	-,066
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil dalam Tabel 3 dapat kita lihat bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) adalah 0,200 atau lebih besar dari 0,05, yang artinya data yang digunakan untuk penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2017), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada sebuah hubungan antar variabel independen dengan variabel lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak adanya hubungan diantara variabel independen. Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel bebas. Metode pengujian yang biasa digunakan yaitu dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* pada model regresi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka model regresi bebas dari multikolinearitas (Priyatno, 2016). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
COR_SRD	,967	1,034
INT_RPT	,998	1,002
BSN_RIS	,966	1,036

Dalam tabel diatas, dapat kita lihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,1 dan tidak terdapat variabel independen yang memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji merupakan korelasi yang terjadi antar error/residual pada periode tertentu (misal t) dengan error/residual pada periode lainnya (misal t-p). Adanya masalah autokorelasi menyebabkan varian yang terbentuk pada model regresi linier sederhana menjadi tidak minimum. Selain itu adanya autokorelasi menyebabkan pendugaan dari varian model menjadi bias, cenderung software menduga varian model underestimate. Autokorelasi umumnya terjadi karena data pada suatu periode dipengaruhi oleh data pada periode lainnya. Asumsi autokorelasi hanya diujikan pada data yang bersifat time series atau data cross-sectional yang memiliki pola urutan yang baku antar pengamatan. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin Watson. Berikut disajikan hasil pengujian autokorelasi dengan uji durbin watsom, yaitu:

Tabel 5 HASIL UJI AUTOKORELASI (Durbin-Watson)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.486 ^a	.236	.198	1.635	1.887
a. Predictors: (Constant), COR_SRD, INT_RPT, BSN_RIS					
b. Dependent Variable: COR_REP					

Pada tabel Durbin Watson kita lihat (N-K;K) (60;3) dengan nilai dL: 1.4797 dan dU: 1.6889. Pada hasil olah data dapat dilihat pada tabel Uji Autokorelasi yang mana nilai Durbin Watson (d) pada olah data hasil penelitian ini sebesar 1,9651, yang artinya $du < d < 4-du$, yaitu: $1,6889 < 1,887 < 2,3111$, hasil ini menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi pada model penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2016). Pengujian ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *Glejser*.

Berikut disajikan hasil pengujian dengan uji *Glejser*.

Tabel 5 HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,027	,007			3,633	,000
COR_SRD	,004	,005	,066		,760	,449
INT_RPT	-,008	,007	-,102		-1,189	,236
BSN_RIS	-,008	,005	-,147		-1,676	,096

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan uji t semua variabel independen dengan *Absolute Residual* (ABS_RES) lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi penelitian ini tidak ada terjadinya masalah heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model 1 (tanpa pemoderasi)

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara *CSR Disclosure* (COR_SRD), *Integrated Reporting* (INT_RPT) dan *Corporate Business Risk* (BSN_RIS) terhadap *Corporate Reputation* (COR_REP).

Tabel 6 Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.332	.220		1.510	.011
COR_SRD	-.236	.152	-.130	-1.556	.122
INT_RPT	.634	.208	.252	3.054	.003
BSN_RIS	.367	.144	.214	2.559	.012

a. Dependent Variable: COR_REP

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar diatas, maka perhitungan regresi linear berganda menggunakan program SPSS 26.00 didapatkan hasil sebagai berikut :

$$COR_REP = 0,332 - 0,236 COR_SRD + 0,634 INT_RPT + 0,367 BSN_RIS + e$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan informasi sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,332. Hasil ini menunjukkan bahwa jika nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka nilai *COR_REP* pada model penelitian ini akan sebesar 0,332
2. Nilai koefisien regresi variabel *COR_SRD* sebesar -0,236 . Hasil ini menunjukkan bahwa jika *COR_SRD* meningkat satu satuan maka *COR_REP* akan meningkat sebesar -0,236 4,165 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel *INT_RPT* sebesar 0,634 Hasil ini menunjukkan bahwa jika *INT_RPT* meningkat satu satuan maka *COR_REP* akan meningkat sebesar 0,634 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel *BSN_RIS* sebesar 0,367 Hasil ini menunjukkan bahwa jika *BSN_RIS* meningkat satu satuan maka *COR_REP* akan meningkat sebesar 0,367 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model 2 (dengan pemoderasi)

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara *CSR Disclosure* (COR_SRD), *Integrated Reporting* (INT_RPT) terhadap *Corporate Reputation* (COR_REP).dengan pemoderasi adalah *Corporate Business Risk* (BSN_RIS)

Tabel 7 Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.602	1.458		.413	.000
COR_SRD	1.293	1.243	.712	1.040	.300
INT_RPT	.889	1.567	.192	.309	.008
BSN_RIS	.679	1.554	.377	.415	.002
CORSRD_BSNRIS	-1.627	1.313	-.927	-	.218
				1.239	
INTRPT_BSNRIS	1.173	1.666	.107	.104	.001

a. Dependent Variable: COR_REP

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar diatas, maka perhitungan regresi linear berganda menggunakan program SPSS 25.00 didapatkan hasil sebagai berikut :

$$COR_REP = 0,602 + 1,293 COR_SRD + 0,889 INT_RPT + 0,679 BSN_RIS -1,627 CORSRD_BSNRIS + 1,173 INTRPT_BSNRIS + e$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan informasi sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,602. Hasil ini menunjukkan bahwa jika nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka nilai *COR_REP* akan sebesar 0,602.
2. Nilai koefisien regresi variabel *COR_SRD* sebesar 4,520. Hasil ini menunjukkan bahwa jika *COR_SRD* meningkat satu satuan maka *COR_REP* akan meningkat sebesar 1.293 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel *INT_RPT* sebesar 0,889. Hasil ini menunjukkan bahwa jika *INT_RPT* meningkat satu satuan maka *COR_REP* akan meningkat sebesar 0,889 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel *CORSRD* yang dimoderasi *BSN_RIS* sebesar -1,627. Hasil ini menunjukkan bahwa jika *CORSRD* yang dimoderasi oleh *BSN_RIS* meningkat satu satuan maka *COR_REP* akan meningkat sebesar -1,627satuan dengan anggapan variabel lain tetap.
5. Nilai koefisien regresi variabel *INTRPT* yang dimoderasi *BSN_RIS* sebesar 1,173. Hasil ini menunjukkan bahwa jika *INTRPT* yang dimoderasi oleh *BSN_RIS* meningkat satu satuan maka *COR_REP* akan meningkat sebesar 1,173 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.

Hasil Analisis Uji Kelayakan Model (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang layak dan apakah secara bersama-sama seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji-F.

**Tabel 8 Hasil Uji-F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.645	3	.548	5.480	.001 ^b
	Residual	13.107	131	.100		
	Total	14.752	134			

a. Dependent Variable: *COR_REP*

b. Predictors: (Constant), *BSN_RIS*, *INT_RPT*, *COR_SRD*

Dari hasil uji F diatas, dapat diketahui nilai Sig. sebesar 0,001, yang mana pada tabel di atas, nilai Sig F sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen terhadap *Corporate Reputation*. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dikatakan layak dan mampu memprediksi harga saham.

PEMBAHASAN

Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *Corporate Reputation*

CSR Disclosure menunjukkan nilai signifikansi dengan 0.300 dimana nilai itu lebih besar dari 0.05, oleh karena dapat ditarik kesimpulan bahwa *CSR Disclosure* Perusahaan pada sampel penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Reputation*. Reputasi perusahaan tidak dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sebab, untuk mendapatkan atau memperoleh reputasi tidak hanya diperoleh dengan melakukan pengungkapan CSR. Kinerja perusahaan yang baik juga dapat menjadikan perusahaan memiliki reputasi yang baik juga. Pengungkapan CSR murni sebagai tanggung jawab sosial perusahaan dan bukan digunakan untuk meningkatkan reputasi

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Wicaksono (2021). Namun tidak sesuai dengan penelitian Lusmeida & Berlinda (2022). Widhyadanta & Widanaputra. (2019) Gara, R. (2020). Berber et all (2022) Odriozola & Baraibar-Diez. (2017) yang menunjukkan bahwa pelaporan CSR atau pengungkapannya akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Pengaruh *Integrated Reporting* terhadap *Corporate Reputation*

Integrated Reporting menunjukkan nilai signifikansi yaitu: 0.008 dari nilai signifikansi, dimana nilai signifikansi uji t ini $<$ dari 0.05, oleh karena itu H_2 diterima, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Integrated Reporting* berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan. *Integrated reporting* sebagai salah satu strategy perusahaan di dalam meningkatkan reputasi

perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan informasinya secara penuh melalui pelaporan terintegrasi menunjukkan bahwa perusahaan transparan dan memiliki kredibilitas di dalam pelaporannya. Hal ini dapat menimbulkan kepercayaan dan memudahkan investor dalam pengambilan keputusan investasinya. Praktik pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dapat berdampak pada tata kelola, kualitas laba, dan biaya keagenan perusahaan. Berdampak pada tata kelola perusahaan karena perusahaan yang melaporkan pelaporan terintegrasi memiliki prinsip-prinsip yang terdapat dalam *good corporate governance*, yaitu akuntabilitas (*accountability*), kewajaran (*fairness*), kemandirian (*independency*), pertanggung-jawaban (*responsibility*), dan keterbukaan (*transparency*). Berdampak pada kualitas laba perusahaan karena perusahaan yang melaporkan pelaporan terintegrasi memiliki pelaporan yang terpadu dan lengkap. Hal ini tentu akan meningkatkan reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Amirrudin et al. (2021) bahwa perusahaan yang menyiapkan laporan IR berkualitas tinggi memiliki hubungan positif yang signifikan dengan reputasi perusahaan. Mempersiapkan IR berkualitas tinggi mengirimkan sinyal kepada pengguna laporan tahunan sebagai konotasi perusahaan (produk atau layanan yang baik, pelaporan manajemen yang etis), yang akan membantu membangun kepercayaan terhadap perusahaan dan meningkatkan reputasinya.

Peran Corporate Business risk sebagai memoderasi pengaruh antara CSR Disclosure terhadap Corporate Reputation

Corporate Business risk yang berperan sebagai variabel pemoderasi pada penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,218 dimana nilai ini lebih besar dibandingkan dengan tingkat signifikansi dengan nilai 0,05 yang berarti bahwa variabel *Corporate Business risk* sebagai variabel pemoderasi tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh antara *CSR Disclosure* terhadap *Corporate Reputation*. Hal ini sejalan dengan Anan et al (2020) dan Wirawan et al (2020) namun tidak sejalan dengan Meliniawaty & Supatmi (2021). Hasil ini terjadi dapat diakibatkan karena risiko suatu hal yang tidak memiliki hubungan dengan *CSR Disclosure* suatu perusahaan.

Peran Corporate Business risk sebagai memoderasi pengaruh antara Integrated reporting terhadap Corporate Reputation

Corporate Business risk yang berperan sebagai variabel pemoderasi pada penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi dengan nilai 0,05 yang berarti bahwa variabel *Corporate Business risk* sebagai variabel pemoderasi memperkuat maupun memperlemah pengaruh antara *Integrated Reporting* terhadap *Corporate Reputation*. Penerapan *Integrated Reporting* berpengaruh terhadap relevansi nilai informasi akuntansi. Konsep *Integrated Report* dengan mengungkapkan penciptaan nilai dan distribusinya menjadi hal yang penting, seperti pada aspek pendokumentasian yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam rangka melaksanakan tanggungjawabnya untuk mengelola sumber daya dan meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingan. Dengan dimoderasi risiko business perusahaan maka pelaporan terintegrasi yang memperhatikan aspek risiko bisnis perusahaan akan memperkuat reputasi perusahaan karena dianggap memiliki pelaporan yang lengkap oleh investor sehingga membantu investor dalam pengambilan keputusan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Integrated Report* berpengaruh terhadap *Corporate Reputation* tetapi *CSR Disclosure* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Reputation*. Kemudian *Corporate Business Risk* memoderasi pengaruh *Integrated Report* terhadap *Corporate Reputation* namun tidak memoderasi pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *Corporate Reputation*. Penerapan *Integrated Reporting* berpengaruh terhadap relevansi nilai informasi akuntansi. Konsep *Integrated Report* dengan mengungkapkan penciptaan nilai dan distribusinya menjadi hal yang penting, seperti pada aspek pendokumentasian yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam rangka melaksanakan tanggungjawabnya untuk mengelola sumber daya dan meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingan. Dengan dimoderasi risiko business perusahaan maka pelaporan terintegrasi yang memperhatikan aspek risiko bisnis perusahaan akan memperkuat reputasi perusahaan karena dianggap memiliki pelaporan yang lengkap oleh investor sehingga membantu investor dalam pengambilan keputusan.

REFERENSI

- Amirrudin, M. S., Abdullah, M., & Saleh, Z. (2021). The impact of the quality of integrated reporting disclosure on corporate reputation. *Asia-Pacific Management Accounting Journal (APMAJ)*, 16(3), 85-102
- Anan Werdie Wirawan, Laila Jahidatul Falah, Lydia Kusumadewi, Desi Adhariani & Chaerul D. Djakman (2020) The Effect of Corporate Social Responsibility on the Firm Value with Risk Management as a Moderating Variable, *Journal of Asia-Pacific Business*, 21:2, 143-160, DOI: 10.1080/10599231.2020.1745051
- Berber, N., Aleksić, M., Slavić, A., & Jelača, M. S. (2022). The Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Reputation in Serbia. *Engineering Economics*, 33(3), 232-245
- Breliastiti, Ririn, dkk (2014). Pengaruh Motif CSR terhadap Kegiatan CSR dan Dampaknya terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis. Universitas Bunda Mulia*.
- Gara, R. (2020). The Effect Of Corporate Social Responsibility Disclosure On Company Profitability And Reputation: Evidence Of Listed Firms In Indonesia. *ACCOUNTABILITY*, 9(1), 8-15.
- Lusmeida, H., & Berlinda, V. B. (2022). The The Influence of CSR Disclosure and Good Corporate Governance Towards Company's Reputation. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 911-916.
- Meliniawaty, E., & Supatmi, S. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Aspek Sosial terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Risiko sebagai Pemoderasi. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(1), 39-46.
- Odriozola, M. D., & Baraibar-Diez, E. (2017). Is corporate reputation associated with quality of CSR reporting? Evidence from Spain. *Corporate social responsibility and environmental management*, 24(2), 121-132.
- Pratiwi, Devica. (2015). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility (CSR Cost) Berdasarkan Motif Keuangan, Motif Etika, dan Motif Altruistik Terhadap Corporate Social Performance. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis. Universitas Bunda Mulia*.
- Pratiwi, D. et. al. (2022). Companies in Indonesia Toward The implementation of Integrated Reporting". *Dinasti International*
- Saputra, W. S., & Temy Setiawan (2018), "PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP INTELLECTUAL CAPITAL", *Balance Vocation Accounting Journal*, [Vol 2, No 1](#)
- Setiawan, T. (2016). ETIKA LINGKUNGAN DAN KINERJA EKONOMI PADA UKURAN GLOBAL REPORTING INITIATIVE-G4. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 23-40.
- Rusli, Yohanes Mardinata. (2019), Environmental Performance Versus Corporate Financial Performance (Environmental Media Exposure di Indonesia), *Jurnal Equity*, Volume 22, Nomor 1, 25-43
- Wicaksono, D. P. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Widanaputra, A. A. G. . (2019). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DICLOSURE DAN REPUTASI MANAJEMEN PUNCAK PADA REPUTASI PERUSAHAAN. *Buletin Studi Ekonomi*, 23(1), 32-45. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/47060>