

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan corporate sosial responsibility (CSR) dalam membentuk reputasi perusahaan dan dampaknya terhadap kinerja pasar perusahaan. Variabel independen pada penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan. Sedangkan kinerja pasar perusahaan merupakan variabel dependen yang pengukurannya menggunakan Tobin's Q. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Mansarai and Brima (2017).

Pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja pasar dengan dimediasi reputasi perusahaan dianggap memiliki pengaruh positif sesuai dengan hipotesis dengan berlandaskan teori stakeholder dan teori sinyal. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2017-2019. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode purposive sampling dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya sehingga menghasilkan 50 sampel perusahaan untuk diteliti. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang diperoleh melalui website www.idx.co.id dan informasi keuangan dari terminal bloomberg. penelitian diuji dengan menggunakan pendekatan Structural Equation Model (SEM) menggunakan software Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dalam membentuk reputasi perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja pasar perusahaan (Tobin's Q). Kemudian pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja pasar secara langsung juga memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kinerja pasar (Tobin's Q). Akan Reputasi Perusahaan memiliki pengaruh positif tetapi signifikan terhadap kinerja pasar (Tobin's Q).

Kata kunci: Pengungkapan corporate sosial responsibility (CSR), reputasi perusahaan, kinerja pasar (Tobin's Q), dan ESG Bloomberg