

PERAN DEWAN DIREKSI DALAM MENINGKATKAN REPUTASI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA)

ROBERT JAO¹, BENHARD YONO²

^{1,2}Universitas Atma Jaya Makassar

E-mail: jao_robert@hotmail.com, benhardyono@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the effect of the board of directors on corporate reputation. The population used is all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The sample selection using the purposive sampling method resulted in 32 companies or 128 observations. This study used secondary data, i.e. the number of boards of directors and corporate image index for companies included in Indonesia's Most Admired Company. The analytical method used is regression analysis. The result of analysis shows the size of the board of directors has a positive and significant influence on the company's reputation.

Keywords: size, board of directors, corporate reputation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dewan direksi terhadap reputasi perusahaan. Populasi penelitian terdiri seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2018. Pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling menghasilkan sebanyak 32 perusahaan atau 128 data observasi. Data penelitian berupa data sekunder yaitu jumlah dewan direksi dan corporate image index bagi perusahaan yang termasuk dalam Indonesia's Most Admired Company. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil analisis menunjukkan ukuran dewan direksi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Kata Kunci: ukuran, dewan direksi, reputasi perusahaan

PENDAHULUAN

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 mengatur bahwa direksi merupakan organ perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab terhadap pengurusan untuk kepentingan perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar. Direksi berada pada tingkat puncak atau *top management* pada suatu perusahaan (Bahtera, 2017). Manajemen puncak terdiri dari beberapa direksi yang dikenal dengan istilah Dewan Direksi. Manajemen puncak ini memiliki seorang pemimpin yang disebut dengan istilah Direktur Utama atau Presiden Direktur atau dikenal juga dengan sebutan

Chief Executive Officer (CEO) (Bahtera, 2017).

Kemampuan dewan direksi menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan. Hal ini tergambarkan dalam *Indonesia Most Admired CEO Award 2017* yang merupakan bentuk penghargaan Warta Ekonomi kepada dewan direksi Indonesia yang dianggap mampu menunjukkan kualitas dan citra kepemimpinan. Berdasarkan kriteria *Leadership Image, Professional Image, Personal Image, Performance Image, Global Competitiveness Image*, dan *Social Image* terpilih direktur terbaik dari 90 perusahaan di Indonesia yang dibagi dalam beberapa sektor. Direktur terbaik ini tidak hanya menunjukkan

kinerja yang baik tetapi juga menunjukkan reputasi, komitmen, kerja keras, serta keahliannya dalam mengelola perusahaan sehingga mampu menjadikan perusahaan tumbuh dan berkembang (Nurfakihiswara, 2018). Informasi kemampuan direktur perusahaan dapat menjadi informasi yang relevan ke investor (García-Meca dan Palacio, 2018) dan dewan direksi perusahaan secara luas dilihat sebagai refleksi nyata dari kualitas dan standar perusahaan (Musteen *et al.*, 2010).

Dewan direksi memiliki tugas dalam menentukan strategi perusahaan serta menghubungkan perusahaan dengan lingkungan eksternalnya (Wang *et al.*, 2017). Hubungan dengan lingkungan eksternal perusahaan dibangun menggunakan kemampuan koneksi dan jaringan yang mereka miliki (Pfeffer dan Salancik, 1978). Koneksi dan jaringan yang dimiliki akan memperkecil ketidakpastian lingkungan perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan sumber daya perusahaan.

Ukuran dan struktur dewan direksi cenderung menjadi pendorong reputasi perusahaan (Gabbioneta *et al.*, 2007). Musteen *et al.* (2010) menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Orozco *et al.* (2018) juga menemukan pengaruh positif ukuran dewan direksi terhadap reputasi perusahaan. Penelitian García-Meca dan Palacio (2018) menemukan proporsi direktur ahli bisnis dalam dewan direksi berpengaruh negatif terhadap reputasi setelah melewati titik tertentu.

Direktur memiliki peran dalam membentuk reputasi perusahaan karena kapasitasnya untuk memengaruhi persepsi efektivitas perusahaan (García-Meca dan Palacio, 2018). Perspektif ketergantungan sumber daya memandang bahwa perusahaan membutuhkan keterampilan khusus dan keahlian sebagai sarana untuk mengurangi ketidakpastian dalam perekonomian (García-Meca dan Palacio, 2018). Hubungan direktur dengan lingkungan eksternal akan membawa sumber daya ke perusahaan berupa beragam latar belakang seperti keterampilan, keahlian, informasi, reputasi mereka sendiri, dan

kredibilitas, yang pada gilirannya meningkatkan efektivitas dewan direksi.

Ukuran dewan direksi yang besar cenderung memiliki direktur dengan beragam latar belakang yang memungkinkan perusahaan untuk menciptakan reputasi perusahaan (Orozco *et al.*, 2018). Latar belakang diharapkan menjadi sumber keuntungan bagi perusahaan yang beroperasi di lingkungan yang tidak pasti karena dapat memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi dan menanggapi pergerakan kompetitif, peluang industri, dan tren dalam lingkungan makro (Kim dan Rasheed, 2013).

Pengalaman direktur dengan perusahaan lain memperluas pengetahuan direktur tentang pasar, format bisnis, dan sistem kontrol organisasi, berfungsi sebagai saluran informasi antara perusahaan dan lingkungan eksternalnya (Kim dan Rasheed, 2013). Selain itu, pengalaman para direktur dalam berbagai perusahaan akan membantu perusahaan mengatasi tantangan organisasi secara lebih efektif sehingga meningkatkan kompetitif perusahaan dan meningkatkan daya saing perusahaan (Musteen *et al.*, 2010).

Dewan direksi yang juga memiliki keahlian akan dapat melakukan semua tugas dengan sepenuhnya (Rajabi *et al.*, 2014). Dewan direksi dianggap memiliki informasi berharga yang sangat penting bagi kegiatan perusahaan (Yasser *et al.*, 2017). Dewan direksi memiliki pengetahuan yang lebih besar tentang bisnis dan perusahaan mengenai informasi yang lebih lebih baik ketika menyangkut aspek-aspek spesifik perusahaan (Martín dan Herrero, 2018). Pengetahuan dewan direksi tentang organisasi yang lebih besar akan memiliki kemampuan pemecahan masalah yang lebih baik (Yasser *et al.*, 2017).

Para direktur memiliki keterampilan pemecahan masalah yang berbeda, pengalaman profesional, keahlian bisnis dan variasi dalam kemampuan (García-Meca dan Palacio, 2018). Perbedaan dan keragaman tersebut memiliki peran dalam membentuk reputasi perusahaan karena kapasitasnya untuk memengaruhi persepsi efektivitas perusahaan. Persepsi *stakeholders* yang lebih baik kemudian akan mengarah pada peningkatan reputasi perusahaan (Bravo *et al.*, 2015).

Penelitian ini berfokus pada dewan direksi yang menjadi sumber daya berharga bagi perusahaan. Hal ini akan meningkatkan efektivitas perusahaan serta pengambilan keputusan yang baik dalam keseluruhan operasional. Investor memandang perusahaan memiliki risiko investasi di perusahaan

KAJIAN LITELATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

a. Teori Ketergantungan Sumber Daya (*Resource Dependence Theory*)

Teori ketergantungan sumber daya menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila memiliki sumber daya (Pfeffer dan Salancik, 1978). Pada tahun 1962, Emerson mengidentifikasi hubungan kausalitas antara konsep kekuasaan dengan konsep ketergantungan yang diasumsikan oleh pengaruh (kekuasaan) A terhadap B didasarkan pada ketergantungan terhadap sumber daya yang dibutuhkan B di mana sumber daya tersebut tidak ditemukan di tempat lain.

Teori ketergantungan sumber daya menjelaskan bahwa bagaimana sumber daya kritis yang dibutuhkan perusahaan dalam rangka mengembangkan dan melangsungkan kehidupan perusahaan itu sendiri menjadi sangat penting. Pentingnya sumber daya bagi perusahaan sehingga dapat memengaruhi perilaku perusahaan itu sendiri seperti tindakan organisasi dalam pengambilan keputusan atau pun tindakan yang tidak terkait dengan pengambilan keputusan.

Perspektif yang dibangun oleh Pfeffer dan Salancik (1978) menjelaskan bahwa perusahaan bergantung secara eksternal terhadap sumber daya karena agar perusahaan dapat terus berjalan, maka harus memperoleh sumber daya. Sumber daya yang berasal dari lingkungan perusahaan menjadikan perusahaan berpikir untuk dapat mengurangi ketergantungannya pada lingkungan tersebut. Semakin organisasi bergantung kepada lingkungan semakin tidak baik bagi organisasi itu sendiri, sehingga untuk dapat mengurangi ketergantungan tersebut dapat dilakukan suatu cara yang disebut sebagai hubungan inter-organisasional.

Strategi dan taktik pemilihan komposisi anggota dewan direksi merupakan salah satu tindakan untuk mengatasi ketergantungan

rendah sehingga menghasilkan reputasi perusahaan yang baik. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran dewan direksi terhadap reputasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

lingkungan. Menurut Pfeffer dan Salancik (1978), dewan direksi memiliki kemampuan untuk memperkecil ketidakpastian lingkungan dengan menggunakan koneksi yang mereka miliki. Pengalaman dan hubungan dewan direksi dapat memenuhi kebutuhan sumber daya yang bervariasi. Dewan direksi membawa empat manfaat bagi organisasi, yaitu informasi dalam bentuk saran dan nasihat, akses ke saluran informasi antara perusahaan dan lingkungan, akses istimewa ke sumber daya, dan legitimasi.

b. Dewan Direksi

Dewan direksi dalam konteks sistem dewan satu tingkat yaitu terdiri dari direktur eksekutif yang bertanggung jawab atas operasional perusahaan dan direktur non-eksekutif yang menjalankan fungsi pemantauan dan tidak terlibat dalam operasional perusahaan. Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas mengatur peran dan fungsi direktur eksekutif dijalankan oleh dewan direksi, sedangkan peran dan fungsi direktur non-eksekutif dijalankan oleh dewan komisaris (sistem dewan dua tingkat) (Hidayat dan Utama, 2016).

Anggota dewan direksi perusahaan diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia (2006) menyatakan bahwa jumlah anggota direksi harus disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektivitas dalam pengambilan keputusan. Jumlah anggota dewan direksi perusahaan telah diatur oleh regulasi. Salah satunya yang dimuat oleh Undang-undang No. 40 Tahun 2007 menyatakan direksi perseroan terdiri atas 1 (satu) orang anggota direksi atau lebih. Selain itu, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 33 Tahun 2014 menyatakan direksi emiten atau perusahaan publik paling kurang terdiri dari 2

(dua) orang anggota direksi dan 1 (satu) di antara anggota direksi diangkat menjadi direktur utama atau presiden direktur.

Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (2006), agar pelaksanaan tugas dewan direksi dapat berjalan secara efektif, perlu dipenuhi prinsip-prinsip berikut:

1. Komposisi direksi harus sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan secara efektif, tepat dan cepat, serta dapat bertindak independen.
2. Direksi harus profesional yaitu berintegritas dan memiliki pengalaman serta kecakapan yang diperlukan untuk menjalankan tugasnya.
3. Direksi bertanggung jawab terhadap pengelolaan perusahaan agar dapat menghasilkan keuntungan (*profitability*) dan memastikan kesinambungan usaha perusahaan.
4. Direksi mempertanggungjawabkan kepengurusannya dalam RUPS sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

c. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan evaluasi keseluruhan pemangku kepentingan terhadap suatu perusahaan dari waktu ke waktu (Gotsi dan Wilson, 2001). Evaluasi ini didasarkan pada pengalaman langsung pemangku kepentingan dengan perusahaan, setiap bentuk komunikasi dan simbolisme lain yang memberikan informasi tentang tindakan perusahaan dan/atau perbandingan dengan tindakan pesaing terkemuka lainnya.

Reputasi perusahaan menjadi aset tidak berwujud yang penting bagi suatu perusahaan dan memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai di antara *stakeholders* yang berbeda (Fernández-Gámez *et al.*, 2015). aset tidak berwujud seperti reputasi perusahaan yang baik sangat penting karena memiliki potensi untuk penciptaan nilai, tetapi juga karena karakter tidak berwujud reputasi membuat replikasi oleh perusahaan pesaing jauh lebih sulit. Dengan demikian, reputasi perusahaan adalah aset tidak berwujud yang sulit ditiru oleh pesaing dan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif (Lee dan Roh, 2012).

Pentingnya reputasi perusahaan menuntut manajemen di perusahaan-

perusahaan besar mencurahkan sebagian besar sumber daya dan upayanya untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaan mereka, yang sangat penting untuk keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan (Rose dan Thomsen, 2004). Reputasi dianggap aset strategis karena pengembangan reputasi yang baik membutuhkan waktu yang cukup lama, dan bergantung pada perusahaan yang membuat investasi stabil dan konsisten sepanjang waktu (Roberts dan Dowling, 2002). Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan manajemen reputasi untuk menciptakan reputasi perusahaan yang baik.

Reputasi perusahaan tersebut merupakan keyakinan *stakeholders* tentang kompetensi perusahaan (Raithel dan Schwaiger, 2014). Menurut Hall dan Lee (2014) pembentukan reputasi perusahaan yang baik dan positif dapat menguntungkan perusahaan dalam banyak hal seperti memengaruhi pelanggan dalam memilih produk, membatasi potensi persaingan oleh pesaing dan mengamankan status sosial dalam suatu industri. Hasil dari semua manfaat ini adalah bahwa perusahaan cenderung mengalami peningkatan profitabilitas, kinerja pasar, dan memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan. Manfaat meningkatkan reputasi perusahaan yang baik dapat sangat bermanfaat untuk kesuksesan jangka panjang perusahaan (Hall dan Lee, 2014).

d. Hipotesis Penelitian

Perusahaan yang memiliki anggota dewan direksi yang banyak cenderung memiliki direktur dari berbagai latar belakang dan pengalaman. Latar belakang dan pengalaman tersebut membuat para direktur menyediakan sumber daya berharga bagi perusahaan seperti pengalaman profesional, keahlian, keterampilan, kompetensi, pengetahuan, saluran informasi dan komunikasi, dan kredibilitas. Latar belakang dan pengalaman yang luas dan berbeda-beda yang digunakan dalam pengambilan keputusan strategi, pemecahan masalah dan tantangan perusahaan akan meningkatkan persepsi efektivitas perusahaan menjadi lebih baik. Persepsi perusahaan yang lebih baik akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Selain itu, para direktur juga membawa reputasi tersendiri yang dapat membantu meningkatkan reputasi perusahaan. Anggota dewan direksi yang lebih banyak juga akan membawa peluang mengelola reputasi perusahaan dan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk berinteraksi dengan lingkungan yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Teori ketergantungan sumber daya menyatakan para direktur membawa berbagai sumber daya berharga ke perusahaan. Teori ketergantungan sumber daya memandang bahwa para direktur mewakili sumber daya berharga untuk perusahaan (Pfeffer dan Salancik, 1978). Dewan direksi sering kali berasal dari berbagai industri dan area fungsional yang berbeda, yang membawa latar belakang, pengalaman, keahlian, dan hubungan yang berharga kepada perusahaan.

Musteen *et al.* (2010) menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi berpengaruh

positif terhadap reputasi perusahaan. Ukuran dewan direksi yang besar menawarkan berbagai pengalaman lebih luas sehingga menunjukkan reputasi perusahaan yang lebih baik. Orozco *et al.* (2018) juga menemukan pengaruh positif ukuran dewan direksi terhadap reputasi perusahaan karena ukuran dewan direksi yang besar dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk berinteraksi dengan lingkungan. Bravo *et al.* (2015) menyatakan bahwa reputasi presiden direktur juga terkait dengan reputasi perusahaan itu sendiri. García-Meca dan Palacio (2018) menemukan proporsi direktur ahli bisnis dalam dewan direksi berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan hingga titik tertentu, setelah itu pengaruh menjadi negatif. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_a : Dewan direksi memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian terdiri dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2018. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* atau perusahaan

akan menjadi sampel jika memenuhi kriteria-kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Ringkasan pemilihan sampel disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1
Ringkasan Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018	166
2	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki skor reputasi tahun 2015-2018	(110)
3	Perusahaan yang memiliki data tidak lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan	(22)
4	<i>Outlier</i>	(2)
Jumlah Sampel		32
Jumlah Data Observasi		128

Sumber: Data diolah (2019)

Penelitian ini menggunakan data yang berasal dari laporan tahunan (*annual report*) yang diterbitkan perusahaan publik yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2018 dan indeks *Corporate Image Index* (CII). Sumber data berasal dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan *Corporate Image Award Indonesia's Most Admired Companies* (www.imacaward.com). Pengumpulan data dengan metode observasi

dengan menganalisis isi dari laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018 dan indeks *Corporate Image Index* (CII) yang di publikasikan oleh *Frontier Consulting Group*.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran dewan direksi sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan. Pedoman Umum *Good*

Corporate Governance Indonesia (2006) menyatakan jumlah anggota dewan direksi harus disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektivitas dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini mengukur dewan direksi dengan menggunakan salah satu karakteristik dewan direksi yaitu ukuran dewan direksi perusahaan (Orozco *et al.*, 2018; Musteen *et al.*, 2010; Assenga *et al.*, 2018; Palaniappan, 2017). Ukuran dewan direksi diukur dengan menggunakan jumlah anggota dewan direksi yang ada dalam struktur organisasi

perusahaan termasuk presiden direktur atau direktur utama (CEO).

Reputasi perusahaan merupakan evaluasi keseluruhan *stakeholders* terhadap suatu perusahaan dari waktu ke waktu (Gotsi dan Wilson, 2001). Penelitian ini menggunakan skor citra perusahaan untuk mengukur reputasi perusahaan (Erasputranto dan Hermawan, 2017; Widiyanti dan Airlangga, 2017; Kurniawati, 2015; Putri, 2013). Skor reputasi perusahaan diperoleh dari indeks *Corporate Image Index* (CII) yang dipublikasikan oleh *Frontier Consulting Group* sejak tahun 2010 di Indonesia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif menganalisis dan menyajikan data dari variabel ukuran dewan direksi dan reputasi perusahaan untuk mendapatkan gambaran perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Nilai statistik

deskriptif terdiri dari rata-rata (*mean*), maksimum, minimum, dan standar deviasi. Statistik deskriptif dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Dewan Direksi (DD)	128	3.00	11.00	6.0703	2.33161
Reputasi Perusahaan (REP)	128	0.32	2,81	1,3877	0,67017

Sumber: Data diolah (2019)

Ukuran dewan direksi dalam perusahaan sampel menunjukkan nilai terendah sebesar 3 orang dan nilai tertinggi sebesar 11 orang. Nilai rata-rata sebesar 6,0703 menunjukkan perusahaan sampel memiliki dewan direksi sebanyak 6 orang. Nilai standar deviasi sebesar 2,33161 lebih kecil dari nilai rata-ratanya sehingga sifat data dari penelitian ini menyebar.

Reputasi perusahaan dalam perusahaan sampel menunjukkan nilai terendah sebesar 0,32 dan nilai tertinggi sebesar 2,81. Nilai rata-rata sebesar 1,3877 menunjukkan reputasi perusahaan sampel cukup baik karena menunjukkan nilai lebih dari 1. Nilai standar deviasi sebesar 0,67017 lebih kecil dari nilai rata-ratanya sehingga sifat data dari penelitian ini menyebar.

Tabel 3
Hasil Regresi Linear

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Prob
Constant	.578	.147	3.920	.000
Dewan Direksi (DD)	.133	.023	5.882	.000

Sumber: Output SPSS (2019)

Ukuran dewan direksi memiliki pengaruh sebesar 0.133 dan probabilitas signifikansi sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0.05. Hal ini berarti ukuran dewan direksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Semakin banyak dewan direksi cenderung meningkatkan reputasi perusahaan. Hasil ini mengindikasikan ukuran dewan direksi yang lebih

besar memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa ukuran dewan direksi memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan dapat diterima.

Perusahaan yang memiliki anggota dewan direksi yang banyak akan cenderung memiliki direktur dari berbagai latar belakang dan

pengalaman (Orozco *et al.*, 2018). Latar belakang dan pengalaman tersebut membuat para direktur menyediakan sumber daya berharga bagi perusahaan seperti pengalaman profesional, keahlian, keterampilan, kompetensi, pengetahuan, saluran informasi dan komunikasi, dan kredibilitas (García-Meca dan Palacio, 2018). Latar belakang dan pengalaman tersebut selanjutnya digunakan dalam pengambilan keputusan, pemecahan masalah dan tantangan yang dihargai oleh para *stakeholders*. Hal ini akan memengaruhi persepsi efektivitas perusahaan menjadi lebih baik yang akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan teori ketergantungan sumber daya yang menyatakan bahwa dewan direksi membawa berbagai sumber daya berharga bagi perusahaan. Dewan direksi berasal dari berbagai industri dan area fungsional yang berbeda sehingga membawa latar belakang, pengalaman, keahlian, dan hubungan yang

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa ukuran dewan direksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki anggota dewan direksi yang lebih banyak cenderung memiliki reputasi perusahaan yang meningkat. Hal ini disebabkan oleh latar belakang dan pengalaman dewan direksi meningkatkan persepsi efektivitas perusahaan. Implikasi teoretis dari penelitian ini menguatkan teori ketergantungan sumber daya yang dikemukakan oleh Pfeffer dan Salancik (1978) serta Hillman *et al.* (2009) yang menjelaskan perusahaan dapat bertahan dengan memperoleh sumber daya. Salah satu cara untuk memperoleh sumber daya tersebut melalui dewan direksi. Pemilihan komposisi anggota dewan direksi yang tepat dapat menciptakan akses ke sumber daya dengan koneksi dan jaringan yang dewan direksi miliki. Dengan demikian, pengalaman dan hubungan dewan direksi dapat memenuhi kebutuhan sumber daya perusahaan yang bervariasi yang pada

berharga kepada perusahaan. Dengan demikian, dewan direksi akan meningkatkan reputasi perusahaan karena latar belakang dan pengalaman dewan direksi akan berdampak pada persepsi efektivitas perusahaan sehingga menghasilkan reputasi perusahaan yang baik. Dewan direksi juga membawa reputasi tersendiri yang dapat membantu meningkatkan reputasi perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Orozco *et al.* (2018) yang menemukan pengaruh positif ukuran dewan direksi terhadap reputasi perusahaan karena ukuran dewan direksi yang besar dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk berinteraksi dengan lingkungan. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Musteen *et al.* (2010) yang juga menemukan ukuran dewan direksi yang besar menawarkan berbagai pengalaman yang lebih luas sehingga menunjukkan reputasi perusahaan yang lebih baik.

akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan investor.

Implikasi praktis bagi perusahaan untuk mempertimbangkan jumlah anggota dewan direksi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan reputasi perusahaan. Investor dapat menggunakan informasi dewan direksi dan reputasi perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi. Pihak regulator baik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) maupun Bursa Efek Indonesia (BEI) dapat mengevaluasi kebijakan yang telah dibuat, khususnya terkait dengan aturan dan fungsi dewan direksi.

Penelitian yang akan datang dapat menambah periode penelitian dan jumlah sampel serta membandingkan dengan industri lainnya. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan karakteristik dewan direksi yang berbeda seperti komposisi dewan direksi, keahlian dewan direksi, proporsi direktur independen, proporsi direktur wanita, proporsi direktur asing, jumlah rapat dewan direksi, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

Assenga, M. P., Aly, D., & Hussainey, K. (2018). The Impact of Board Characteristics on The Financial Performance of Tanzanian Firms. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*.

Bahtera, N. T. (2017). Analisis Reaksi Pasar Terhadap Pengumuman Pergantian Chief Executive Officer (CEO). *The Indonesian Journal of Applied Business*, 1(1), 14-29.

Bravo, F., Abad, C., & Briones, J. L. (2015). The Board of Directors and Corporate Reputation: An Empirical Analysis. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28(3), 359-379.

Erasputranto, R. A., & Hermawan, A. (2017). The Effect of Corporate Image on Company's Stock Return. *Symposium Nasional Akuntansi (SNA)* 20.

- Fernández-Gámez, M. A., Gil-Corral, A. M., & Galán-Valdivieso, F. (2015). Corporate Reputation and Market Value: Evidence with Generalized Regression Neural Networks. *Expert Systems With Applications*, 1-8.
- Gabbioneta, C., Ravasi, D., & Mazzola, P. (2007). Exploring the Drivers of Corporate Reputation: A Study of Italian Securities Analysts. *Corporate Reputation Review*, 10(2), 99-123.
- García-Meca, E., & Palacio, J. C. (2018). Board Composition and Firm Reputation: The Role of Business Experts, Support Specialists and Community Influentials. *BRQ Business Research Quarterly*, 83, 1-13.
- Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate Reputation: Seeking A Definition. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 24-30.
- Hall Jr., E. H., & Lee, J. (2014). Assessing The Impact of Firm Reputation on Performance: An International Point of View. *International Business Research*, 7(12), 1-13.
- Hidayat, A. A., & Utama, S. (2016). Board Characteristics and Firm Performance: Evidence from Indonesia. *International Research Journal of Business Studies*, 8(3), 137-154.
- Kim, K.-H., & Rasheed, A. A. (2013). Board Heterogeneity and Stability in Firm Performance: An Empirical Study Utilizing Multi-theoretic Approach. *Corporate Board: Role, Duties & Composition*, 9(1), 26-39.
- Komite Nasional Kebijakan Governance. (2006). Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia.
- Kurniawati, L. D. (2015). Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Excellent dalam IMAC 2012-2013). *Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Lee, J., & Roh, J. J. (2012). Revisiting Corporate Reputation and Firm Performance Link. *Benchmarking: An International Journal*, 19(4/5), 649-664.
- Martín, C. G., & Herrero, B. (2018). Boards of Directors: Composition and Effects on The Performance of The Firm. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 1015-1041.
- Musteen, M., Datta, K. D., & Kemmerer, B. (2010). Corporate Reputation: Do Board Characteristics Matter? *British Journal of Management*, 21, 498-510.
- Nurfaikhiswara, I. (2018, February 6). *Indonesia Most Admired CEO 2017*. (R. Rahayu, Editor) Dipetik September 20, 2019, dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read169896/indonesia-most-admired-ceo-2017.html>
- Orozco, A. L., Vargas, J., & Galindo-Dorado, R. (2018). Trends on The Relationship Between Board Size and Financial and Reputational Corporate Performance: The Colombian Case. *European Journal of Management and Business Economics*, 27(2), 183-197.
- Palaniappan G. (2017). Determinants of Corporate Financial Performance Relating to Board Characteristics of Corporate Governance in Indian Manufacturing Industry: An Empirical Study. *European Journal of Management and Business Economics*, 26(1), 67-85.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper & Row.
- Putri, R. P. (2013). Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(3).
- Raithel, S., & Schwaiger, M. (2014). The Effects of Corporate Reputation Perceptions of The General Public on Shareholder Value. *Strategic Management Journal*, 36, 945-956.

- Rajabi, R., Mahdavihou, M., & Khotanlou, M. (2014). Board of Directors' Characteristics and the Stock Return Evidence from Tehran Stock Exchange (TSE). *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*(66), 78-92.
- Roberts, W. P., & Dowling, G. R. (2002). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 23, 1077-1093.
- Rose, C., & Thomsen, S. (2004). The Impact of Corporate Reputation on Performance: Some Danish Evidence. *European Management Journal*, 22(2), 201-210.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Wang, J., Chen , M.-H., Fang, C.-Y., & Tian, L. (2017). Does Board Size Matter for Taiwanese Hotel Performance? Agency Theory or Resource Dependence Theory. *Cornell Hospitality Quarterly*, 1-8.
- Widiyanti, N. W., & Airlangga, A. J. (2017). Pengungkapan Sumber Daya Manusia Dan Pengaruhnya Terhadap Citra Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis (SNAPER-EBIS)*, 426-433.
- Yasser, R. Q., Mamun, A. A., & Rodrigs, M. (2017). Impact of Board Structure of Firm Performance: Evidence from An Emerging Economy. *Journal of Asia Business Studies*, 11(2), 210-228.