

PENGARUH SUSTAINABILITY REPORTING DAN GREEN INNOVATION TERHADAP KINERJA KEUANGAN MELALUI REPUTASI PERUSAHAAN

Fadillah Khoerotul Janah¹, Fahmaninda Listiyani², Anik Puji Handayani³
^{1, 2, 3}Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, Jl. Ringroad Barat, Yogyakarta, Indonesia
Email: fadillah.khoerotul.akt22@student.unu-jogja.ac.id

Article History

Received: 14-07-2026

Revision: 03-08-2026

Accepted: 08-08-2026

Published: 11-08-2026

Abstract. This study aims to examine the effect of sustainability reporting and green innovation on financial performance through corporate reputation in non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019–2024 period. The study employed a quantitative approach with secondary data obtained from annual reports. The sample consisted of 16 companies selected using a purposive sampling technique. The analysis was conducted using multiple linear regression with a pooled data approach to combine the company and time dimensions to increase the number of observations and more efficiently estimate the relationships between variables. Mediation testing used stepwise regression (hierarchical regression) to trigger the role of corporate reputation as an intervening variable. The results showed that sustainability reporting had a significant effect on corporate reputation, while green innovation had no significant effect. Corporate reputation also had no significant effect on financial performance and therefore did not mediate the relationship between sustainability reporting, green innovation, and financial performance. These findings indicate that the economic benefits of intentional practices have not been realized in the short term. Theoretically, this study enriches the literature on the limitations of performance as a mediating mechanism, while practically, companies need to improve the quality of implementation and communication practices to strengthen stakeholder trust and support long-term value creation.

Keywords: Sustainability Reporting, Green Innovation, Corporate Reputation, Financial Performance.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *sustainability reporting* dan *green innovation* terhadap kinerja keuangan melalui reputasi perusahaan pada perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2024. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan. Sampel penelitian terdiri atas 16 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan pendekatan *pooled data* untuk menggabungkan dimensi perusahaan dan waktu sehingga jumlah observasi meningkat serta estimasi hubungan antarvariabel menjadi lebih efisien. Pengujian mediasi menggunakan regresi bertahap (*hierarchical regression*) untuk mengevaluasi peran reputasi perusahaan sebagai variabel intervening. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, sedangkan *green innovation* tidak berpengaruh signifikan. Reputasi perusahaan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan sehingga tidak memediasi hubungan antara *sustainability reporting*, *green innovation*, dan kinerja keuangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa manfaat ekonomi dari praktik keberlanjutan belum terealisasi dalam jangka pendek. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai keterbatasan reputasi sebagai mekanisme mediasi, sedangkan secara praktis perusahaan perlu meningkatkan kualitas implementasi dan komunikasi praktik keberlanjutan untuk memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan serta mendukung penciptaan nilai jangka panjang.

Kata Kunci: Sustainability Reporting, Green Innovation, Reputasi Perusahaan, Kinerja Keuangan.

How to Cite: Janah, F. K., Listiyani, F., & Handayani, A. P. (2026). Pengaruh Sustainability Reporting dan Green Innovation Terhadap Kinerja Keuangan Melalui Reputasi Perusahaan. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (4), 5295-5309. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i4.7091>

PENDAHULUAN

Perkembangan praktik bisnis modern menunjukkan adanya peningkatan tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan aktivitas usaha yang berorientasi pada keberlanjutan. Perusahaan tidak lagi dinilai semata-mata berdasarkan pencapaian kinerja keuangan, tetapi juga berdasarkan kontribusi sosial dan lingkungan yang dihasilkan. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam strategi bisnis guna menciptakan nilai jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan, sejalan dengan konsep *triple bottom line* yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam aktivitas korporasi (Elkington, 1997).

Sejalan dengan perkembangan tersebut, *sustainability reporting* menjadi instrumen penting bagi perusahaan dalam mengomunikasikan komitmen serta kinerja keberlanjutan secara transparan dan terstruktur. Melalui laporan keberlanjutan yang disusun berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI), perusahaan diharapkan mampu meningkatkan akuntabilitas, memperkuat legitimasi, serta mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemangku kepentingan, khususnya investor (Global Reporting Initiative, 2021). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan keberlanjutan yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan berdampak pada perbaikan kinerja keuangan (Damanik & Prihandini, 2025).

Namun, bukti empiris belum sepenuhnya mendukung kondisi ideal tersebut. Buallay (2020) menemukan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, sedangkan Martini dan Rismawandi (2025) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Ketidakkonsistenan hasil ini mengindikasikan bahwa hubungan antara praktik keberlanjutan dan kinerja keuangan kemungkinan tidak berlangsung secara langsung, melainkan dipengaruhi oleh mekanisme lain yang belum banyak dieksplorasi.

Selain *sustainability reporting*, *green innovation* juga dipandang sebagai strategi penting dalam meningkatkan daya saing sekaligus mendukung keberlanjutan perusahaan. *Green innovation* mencakup pengembangan produk maupun proses yang mampu mengurangi dampak lingkungan serta meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya (Li et al., 2020). Secara teoritis, inovasi hijau diharapkan mampu menciptakan nilai ekonomi melalui efisiensi operasional, diferensiasi produk, dan peningkatan citra perusahaan (Damas et al., 2021). Akan tetapi, hasil penelitian mengenai pengaruh *green innovation* terhadap kinerja keuangan juga belum menunjukkan konsistensi. Sebagian penelitian menemukan pengaruh positif, sedangkan penelitian lainnya melaporkan pengaruh yang lemah atau tidak signifikan. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa manfaat ekonomi dari inovasi hijau tidak selalu diperoleh secara

langsung. Perbedaan hasil penelitian mengenai *sustainability reporting* maupun *green innovation* mengarah pada dugaan bahwa keberhasilan praktik keberlanjutan sangat bergantung pada bagaimana praktik tersebut dipersepsikan oleh pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, reputasi perusahaan menjadi aset tidak berwujud yang merefleksikan tingkat kepercayaan dan penilaian publik terhadap kredibilitas serta tanggung jawab perusahaan (Fombrun, 1996). Reputasi yang baik diyakini mampu memperkuat respons investor, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya mendorong peningkatan kinerja keuangan (Yuliandhari et al., 2023).

Meskipun demikian, temuan dari berbagai penelitian terdahulu masih menunjukkan kecenderungan yang terfragmentasi. Beberapa studi seperti Buallay (2020) dan Damanik & Prihandini (2025) menemukan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, namun Martini dan Rismawandi (2025) menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Di sisi lain, penelitian mengenai *green innovation* juga belum konsisten, di mana Li et al. (2020) dan Damas et al. (2021) menekankan potensi dampak positifnya terhadap efisiensi dan kinerja perusahaan, tetapi sejumlah studi lain menemukan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu langsung tercermin pada kinerja keuangan. Selain itu, Fombrun (1996) serta Yuliandhari et al. (2023) menegaskan pentingnya reputasi perusahaan sebagai mekanisme yang dapat menjembatani persepsi pemangku kepentingan terhadap kinerja perusahaan, namun perannya dalam konteks keberlanjutan masih belum banyak diuji secara empiris.

Berdasarkan sintesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu masih cenderung menguji hubungan secara parsial, baik antara *sustainability reporting* maupun *green innovation* terhadap kinerja keuangan, tanpa mengintegrasikan keduanya dalam satu model yang mempertimbangkan peran reputasi perusahaan sebagai mekanisme mediasi. Keterbatasan ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian mengenai bagaimana praktik keberlanjutan benar-benar diterjemahkan menjadi kinerja keuangan melalui pembentukan reputasi perusahaan, khususnya pada konteks perusahaan non-keuangan di Indonesia.

Kebaruhan penelitian ini terletak pada pengujian model mediasi yang mengintegrasikan *sustainability reporting* dan *green innovation* secara simultan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening pada perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2024. Pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam menjelaskan mekanisme hubungan antara praktik keberlanjutan dan kinerja keuangan dibandingkan penelitian terdahulu yang umumnya hanya menguji pengaruh langsung atau mengkaji salah satu praktik keberlanjutan secara terpisah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *sustainability reporting* dan *green innovation* terhadap

kinerja keuangan melalui reputasi perusahaan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dengan memperluas pemahaman mengenai mekanisme mediasi reputasi perusahaan dalam hubungan antara praktik keberlanjutan dan kinerja keuangan, serta memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi keberlanjutan yang mampu memperkuat reputasi dan menciptakan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji pengaruh *sustainability reporting* dan *green innovation* terhadap kinerja keuangan melalui reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi. Data yang digunakan berupa data sekunder berbentuk data panel (gabungan *cross-section* dan *time series*) yang diperoleh dari *annual report* dan *sustainability report* perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2024. Penggunaan data panel memungkinkan analisis variasi antarperusahaan dan antarperiode secara simultan sehingga menghasilkan estimasi yang lebih efisien (Wooldridge, 2010). Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) perusahaan non-keuangan yang terdaftar secara berturut-turut selama 2019–2024; (2) menerbitkan *annual report* dan/atau *sustainability report* secara konsisten; (3) mengungkapkan *sustainability reporting* mengacu pada standar Global Reporting Initiative (GRI); (4) mengungkapkan aktivitas *green innovation*; (5) memiliki data keuangan lengkap; dan (6) tidak mengalami *delisting* selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 16 perusahaan sebagai sampel sehingga menghasilkan 96 unit observasi.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS melalui statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas dan multikolinearitas), serta analisis regresi linear berganda. Model regresi menggunakan pendekatan *pooled data* karena penelitian menggabungkan seluruh observasi perusahaan dan periode waktu ke dalam satu model regresi untuk memperoleh estimasi hubungan antarvariabel secara lebih efisien, dengan asumsi koefisien regresi bersifat homogen pada seluruh unit observasi. Pengujian mediasi dilakukan menggunakan regresi bertahap (*hierarchical regression*) sebagaimana direkomendasikan Hayes dan Rockwood (2020), karena metode ini memungkinkan identifikasi pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan tiga model regresi sebagai berikut.

Model 1: Pengaruh *Sustainability Reporting* dan *Green Innovation* terhadap Reputasi Perusahaan

$$M = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

M = Reputasi Perusahaan

X_1 = Sustainability Reporting Index

X_2 = Green Innovation Index

α = konstanta

β = koefisien regresi

ε = error

Model pertama digunakan untuk menguji pengaruh *sustainability reporting* dan *green innovation* terhadap reputasi perusahaan.

Model 2: Pengaruh Reputasi terhadap Kinerja Keuangan

$$Y = \alpha + \beta M + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kinerja Keuangan

M = Reputasi Perusahaan

Model kedua digunakan untuk menguji pengaruh reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan.

Model 3: Model Mediasi Penuh

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 M + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kinerja Keuangan

X_1 = Sustainability Reporting

X_2 = Green Innovation

M = Reputasi Perusahaan

Model ketiga digunakan untuk menguji apakah reputasi perusahaan memediasi hubungan antara *sustainability reporting*, *green innovation*, dan kinerja keuangan. Mediasi dinyatakan terjadi apabila variabel independen berpengaruh terhadap mediator, mediator berpengaruh terhadap variabel dependen, serta koefisien pengaruh langsung menurun setelah variabel mediasi dimasukkan ke dalam model (Hayes & Rockwood, 2020).

Tabel 1. Definisi operasional variabel

Variabel	Definisi operasional	Formula	Sumber
<i>Sustainability Reporting</i> (X1)	Tingkat pengungkapan informasi keberlanjutan perusahaan yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap aspek lingkungan berdasarkan standar Global Reporting Initiative (GRI)	SR = $\sum X$ Keterangan: X = skor indikator sustainability reporting 1 = diungkapkan 0 = tidak diungkapkan	Global Reporting Initiative (2021); Pham & Tran (2020)
<i>Green Innovation</i> (X2)	Tingkat implementasi inovasi ramah lingkungan dalam aktivitas operasional dan pengembangan produk perusahaan	GI = $\sum X$ Keterangan: X = skor indikator green innovation 1 = diungkapkan 0 = tidak diungkapkan	Global Reporting Initiative (2021); Amran et al. (2024).
Reputasi Perusahaan (M)	Persepsi pasar terhadap kredibilitas dan nilai perusahaan yang tercermin dari penilaian investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan.	(Tobin's Q+Market Value+Book Value)/3	Pham & Tran (2020); Amran et al. (2024)
Kinerja Keuangan (Y)	Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola sumber daya secara efisien selama periode tertentu.	(ROA+ROE+NPM)/3	Pham & Tran (2020); Amran et al. (2024)

Sustainability reporting diukur menggunakan indeks pengungkapan berdasarkan standar GRI melalui metode *content analysis*. *Green innovation* diproksikan melalui pengungkapan aktivitas inovasi lingkungan, seperti efisiensi energi, pengurangan emisi, pengelolaan limbah, dan penggunaan teknologi ramah lingkungan. Reputasi perusahaan diukur menggunakan indikator reputasi eksternal yang merepresentasikan persepsi pasar terhadap kredibilitas perusahaan, sedangkan kinerja keuangan diukur melalui rata-rata ROA, ROE, dan NPM sebagai representasi kemampuan perusahaan menghasilkan profitabilitas. Seluruh pengukuran mengacu pada penelitian terdahulu agar validitas dan reliabilitas instrumen tetap terjaga.

HASIL

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian yang meliputi sustainability reporting, green innovation, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan. Penelitian ini menggunakan 96 observasi yang berasal dari 16 perusahaan non-keuangan selama periode 2019–2024.

Tabel 2. Statistik deskriptif variabel penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	96	4	6	5.80	.555
X2	96	2	4	3.36	.564
M	96	-1.58	1.38	.0000	.74585
Y	96	-1.44	4.10	.0000	.95131
Valid N (listwise)	96				

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa perusahaan sampel memiliki tingkat *sustainability reporting* yang relatif tinggi dengan variasi yang rendah, mengindikasikan bahwa sebagian besar perusahaan telah mengungkapkan informasi keberlanjutan secara cukup konsisten. Sebaliknya, implementasi *green innovation* masih menunjukkan variasi yang lebih besar, yang mengindikasikan bahwa tingkat inovasi lingkungan belum merata di seluruh perusahaan. Variasi yang cukup lebar pada reputasi perusahaan dan kinerja keuangan menunjukkan adanya perbedaan karakteristik antarperusahaan selama periode pengamatan, sehingga kedua variabel tersebut masih berpotensi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Hasil Uji Regresi Model 1 (Pengaruh Sustainability Reporting dan Green Innovation terhadap Reputasi Perusahaan-H1).

Tabel 3. Model summary H1

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.219 ^a	.048	.028	.73546
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: M				

Tabel 4. Hasil regresi *sustainability reporting* dan *green innovation* terhadap reputasi perusahaan

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.076	.806		1.334	.185		
X1	-.307	.148	-.228	-2.066	.042	.839	1.192
X2	.209	.146	.158	1.433	.155	.839	1.192

a. Dependent Variable: M

Hasil regresi menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi reputasi perusahaan ($R^2 = 0,048$), sehingga reputasi perusahaan tampaknya dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar *sustainability reporting* dan *green innovation*. Meskipun demikian, pengujian parsial memperlihatkan adanya perbedaan kontribusi kedua variabel independen. *Sustainability reporting* terbukti berpengaruh terhadap reputasi perusahaan ($p = 0,042$), sedangkan *green innovation* tidak menunjukkan pengaruh yang bermakna ($p = 0,155$). Temuan ini mengindikasikan bahwa pemangku kepentingan lebih responsif terhadap informasi keberlanjutan yang dikomunikasikan secara formal melalui laporan perusahaan dibandingkan terhadap praktik inovasi lingkungan yang belum sepenuhnya terlihat atau terungkap secara luas. Dengan kata lain, kualitas komunikasi keberlanjutan tampak lebih menentukan pembentukan reputasi dibandingkan implementasi inovasi lingkungan itu sendiri.

Hasil Uji Regresi Model 2 (Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan – H2)

Tabel 5. Model Summary H2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.039 ^a	.002	-.009	.95564
a. Predictors: (Constant), M				
b. Dependent Variable: Y				

Tabel 6. Hasil regresi reputasi perusahaan terhadap kinerja keuangan

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-3.258E-16	.098		.000
	M	.050	.131	.039	.707

a. Dependent Variable: Y

Model kedua menunjukkan bahwa reputasi perusahaan hanya memberikan kontribusi yang sangat kecil terhadap variasi kinerja keuangan ($R^2 = 0,002$). Selain itu, reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan ($p = 0,707$). Temuan ini menunjukkan bahwa reputasi yang terbentuk melalui persepsi pemangku kepentingan belum secara langsung diterjemahkan menjadi peningkatan profitabilitas perusahaan selama periode pengamatan. Dengan demikian, manfaat ekonomi dari reputasi kemungkinan memerlukan waktu yang lebih panjang atau dipengaruhi oleh faktor strategis lainnya, seperti efisiensi operasional, struktur modal, maupun kondisi industri.

Tabel 7. Model Summary H3

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.100 ^a	.010	-.022	.96180
a. Predictors: (Constant), M, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.685	1.064		-.644	.521		
	X1	.038	.199	.022	.194	.847	.802	1.246
	X2	.137	.193	.081	.711	.479	.821	1.218
	M	.047	.136	.037	.349	.728	.952	1.051

a. Dependent Variable: Y

Uji Normalitas Residual

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Standardized Residual	.088	96	.061	.964	96	.010

a. Lilliefors Significance Correction

Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,061 ($>0,05$), sehingga residual memenuhi asumsi normalitas. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut, model regresi layak digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

DISKUSI

Pengaruh *Sustainability Reporting* dan *Green Innovation* terhadap Reputasi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengungkapan informasi keberlanjutan menjadi salah satu sinyal yang diperhatikan oleh pemangku kepentingan dalam menilai kredibilitas perusahaan. Melalui *sustainability reporting*, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban transparansi, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab lingkungan dan sosial. Kondisi tersebut meningkatkan kepercayaan investor, pelanggan, maupun regulator sehingga memperkuat reputasi perusahaan. Temuan ini mendukung *signaling theory*, yang menjelaskan bahwa informasi yang dipublikasikan perusahaan berfungsi sebagai sinyal untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemangku kepentingan. Laporan keberlanjutan yang disusun berdasarkan standar GRI memberikan informasi yang lebih kredibel sehingga mampu membentuk persepsi positif terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang secara konsisten mengungkapkan aktivitas keberlanjutan cenderung memperoleh legitimasi sosial yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan tingkat pengungkapan yang rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Buallay (2020), Rochmah dan Taharuddin (2024), serta Amran et al. (2024) yang menemukan bahwa *sustainability reporting* mampu meningkatkan reputasi perusahaan melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas. Temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa reputasi perusahaan lebih dipengaruhi oleh informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan dibandingkan dengan aktivitas internal yang tidak dikomunikasikan secara luas. Sebaliknya, *green innovation* tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa implementasi inovasi hijau belum secara otomatis meningkatkan persepsi publik terhadap perusahaan. Salah satu penyebabnya adalah sebagian besar inovasi hijau bersifat teknis dan berlangsung di tingkat operasional sehingga tidak selalu terlihat oleh investor maupun masyarakat. Dengan demikian, manfaat reputasional dari *green innovation* sangat bergantung pada efektivitas perusahaan dalam mengomunikasikan inovasi tersebut kepada publik.

Selain itu, karakteristik perusahaan non-keuangan di Indonesia menunjukkan bahwa implementasi *green innovation* masih berada pada tahap pengembangan. Banyak perusahaan lebih berfokus pada kepatuhan terhadap regulasi lingkungan daripada menjadikan inovasi hijau sebagai bagian dari strategi diferensiasi perusahaan. Akibatnya, pemangku kepentingan belum menjadikan *green innovation* sebagai dasar utama dalam membentuk reputasi perusahaan.

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa reputasi yang baik belum tentu menghasilkan peningkatan profitabilitas dalam periode pengamatan penelitian. Secara teoritis, reputasi merupakan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang memberikan manfaat secara bertahap. Pengaruh reputasi terhadap kinerja keuangan biasanya terjadi melalui peningkatan loyalitas pelanggan, kemudahan memperoleh pendanaan, efisiensi biaya modal, maupun meningkatnya kepercayaan investor. Seluruh mekanisme tersebut memerlukan waktu sehingga dampaknya tidak selalu dapat diamati dalam periode penelitian yang relatif pendek.

Karakteristik perusahaan non-keuangan di Indonesia juga dapat menjelaskan hasil tersebut. Kinerja keuangan perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor operasional, efisiensi produksi, kondisi industri, fluktuasi harga bahan baku, perubahan permintaan pasar, serta kondisi ekonomi makro. Dengan demikian, meskipun reputasi perusahaan meningkat, faktor-faktor tersebut dapat lebih dominan dalam menentukan laba perusahaan. Selain itu, periode penelitian 2019–2024 mencakup masa pandemi Covid-19 dan periode pemulihan ekonomi. Pada kondisi tersebut, investor cenderung lebih mempertimbangkan kemampuan perusahaan mempertahankan arus kas, likuiditas, dan profitabilitas dibandingkan reputasi keberlanjutan. Hal ini menyebabkan reputasi perusahaan belum mampu diterjemahkan menjadi peningkatan kinerja keuangan secara langsung. Temuan ini konsisten dengan Buallay (2020), Alareeni dan Hamdan (2020), serta Al-Dmour dan Askar (2011), yang menyatakan bahwa pengaruh reputasi terhadap kinerja keuangan sering kali bersifat tidak langsung dan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal.

Peran Mediasi Reputasi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak mampu memediasi hubungan antara sustainability reporting maupun green innovation terhadap kinerja keuangan. Meskipun sustainability reporting berhasil meningkatkan reputasi perusahaan, peningkatan reputasi tersebut belum mampu menghasilkan peningkatan kinerja keuangan. Temuan ini

menunjukkan bahwa mekanisme pembentukan nilai ekonomi dari praktik keberlanjutan tidak berlangsung secara sederhana. Praktik sustainability reporting memang berhasil membangun persepsi positif, tetapi persepsi tersebut belum cukup kuat untuk memengaruhi keputusan ekonomi para pemangku kepentingan. Dengan kata lain, reputasi belum menjadi jalur yang efektif dalam mentransformasikan praktik keberlanjutan menjadi keuntungan finansial.

Hasil tersebut juga mengindikasikan bahwa keberhasilan strategi keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pengungkapan atau inovasi lingkungan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan mengintegrasikan praktik keberlanjutan ke dalam strategi bisnis yang mampu menciptakan nilai ekonomi. Tanpa adanya peningkatan efisiensi operasional, inovasi produk, ataupun keunggulan kompetitif yang nyata, reputasi perusahaan belum cukup untuk meningkatkan kinerja keuangan. Temuan ini konsisten dengan Pham dan Tran (2020) yang menjelaskan bahwa manfaat ekonomi dari sustainability reporting maupun green innovation cenderung muncul dalam jangka panjang. Buallay (2020) juga menyatakan bahwa hubungan antara keberlanjutan, reputasi, dan kinerja keuangan dipengaruhi oleh karakteristik industri, kondisi pasar, serta tingkat kedewasaan implementasi praktik keberlanjutan pada masing-masing negara.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat signaling theory dengan menunjukkan bahwa sustainability reporting merupakan sinyal yang efektif dalam membentuk reputasi perusahaan. Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan belum mampu menjadi mekanisme mediasi yang menghubungkan praktik keberlanjutan dengan kinerja keuangan dalam jangka pendek. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara praktik keberlanjutan dan kinerja keuangan bersifat lebih kompleks dibandingkan yang dijelaskan oleh signaling theory maupun stakeholder theory, sehingga diperlukan integrasi dengan perspektif lain, seperti resource-based view atau dynamic capability, untuk menjelaskan bagaimana praktik keberlanjutan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif dan nilai ekonomi.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bahwa perusahaan tidak cukup hanya meningkatkan kualitas sustainability reporting dan green innovation, tetapi juga perlu memastikan bahwa praktik tersebut menghasilkan manfaat bisnis yang nyata. Perusahaan perlu mengembangkan strategi komunikasi keberlanjutan yang lebih efektif, meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan, serta mengintegrasikan inovasi hijau ke dalam proses bisnis inti sehingga manfaat reputasional dapat berkembang menjadi peningkatan kinerja

keuangan dalam jangka panjang. Bagi regulator, temuan ini menunjukkan pentingnya mendorong standar pelaporan keberlanjutan yang lebih komprehensif sekaligus meningkatkan kualitas implementasi praktik keberlanjutan agar tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga mampu menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sustainability reporting dan green innovation terhadap reputasi perusahaan serta implikasinya terhadap kinerja keuangan perusahaan non-keuangan selama periode 2019–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sustainability reporting berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan, sedangkan green innovation tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa praktik sustainability reporting yang disampaikan secara formal dan terstruktur memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk persepsi pemangku kepentingan dibandingkan dengan praktik green innovation yang bersifat internal dan operasional. Selanjutnya, reputasi perusahaan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dan tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara sustainability reporting, green innovation, dan kinerja keuangan. Hasil ini menunjukkan bahwa manfaat ekonomi dari praktik keberlanjutan dan reputasi perusahaan belum tentu terealisasi secara langsung dalam jangka pendek.

REKOMENDASI

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, periode pengamatan mencakup fase pandemi Covid-19, khususnya pada tahun 2019–2021, yang berpotensi memengaruhi kondisi operasional dan kinerja perusahaan, meskipun faktor ini tidak menjadi fokus utama penelitian. Kedua, pengukuran green innovation dan reputasi perusahaan dilakukan menggunakan indikator kuantitatif berbasis data sekunder, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan aspek kualitatif dari inovasi dan persepsi pemangku kepentingan. Ketiga, nilai koefisien determinasi yang relatif rendah mengindikasikan bahwa masih terdapat variabel lain di luar model penelitian yang berpotensi memengaruhi reputasi perusahaan dan kinerja keuangan.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode pengamatan guna menangkap dampak jangka panjang dari sustainability reporting dan green innovation terhadap kinerja keuangan. Selain itu, penelitian mendatang dapat mempertimbangkan penggunaan proksi alternatif atau pendekatan kualitatif untuk mengukur green innovation dan reputasi perusahaan, serta memasukkan variabel lain

seperti tata kelola perusahaan, karakteristik industri, atau faktor makroekonomi sebagai variabel kontrol. Pendekatan metodologis yang lebih beragam diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme hubungan antara praktik keberlanjutan, reputasi, dan kinerja keuangan.

REFERENSI

- Alareeni, B. A., & Hamdan, A. (2020). ESG impact on performance of US S&P 500-listed firms. *Corporate Governance (Bingley)*, 20(7), 1409–1428. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2020-0258>
- Al-Dmour, H. H., & Askar, H. A. (2011). The Impact of Corporate Social Responsibility on Companies Perceived Performance: A Comparative Study between Local and Foreign Companies in Jordan. In *Jordan Journal of Business Administration* (Vol. 7, Number 1). www.worldbank.org
- Amran, A., Abbasi, M. A., Foroughi, B., & Tanggamani, V. (2024). Sustainability Reporting, Corporate Reputation, and Firm Performance: Moderating Role of Third-Party Assurance. *Corporate Reputation Review*. <https://doi.org/10.1057/s41299-024-00185-3>
- Anderefe, A. , C., & Kurniawati, E. , P. (2024). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemoderasi. *Among Makarti*, 17(01), 01–16.
- Baah, C., Jin, Z., & Tang, L. (2020). Organizational and regulatory stakeholder pressures friends or foes to green logistics practices and financial performance: Investigating corporate reputation as a missing link. *Journal of Cleaner Production*, 247, 01–48. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119125>
- Buallay, A. (2020). Sustainability reporting and firm's performance: Comparative study between manufacturing and banking sectors. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(3), 431–445. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2018-0371>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.)*.
- Damanik, E. P., & Prihandini, W. (2025). Analisis Pengaruh Emisi Karbon, Kinerja Keuangan, Eco-Efficiency dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi: Studi Perusahaan Sektor Energy di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis*, 06(02), 526–544.
- Damas, D., Maghviroh, R. EL, & Meidiyah, M. (2021). Pengaruh Eco-Efficiency, Green Inovation, dan Carbon Emission Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan sebagai Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 8(2), 85–108. <https://doi.org/10.25105/jmat.v8i2.9742>
- Elkington, John. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*.
- Global Reporting Initiative. (2021). *Consolidated Set of the GRI Standards 2021*. Amsterdam, The Netherlands.
- Hayes, A. F., & Rockwood, N. J. (2020). Conditional Process Analysis: Concepts, Computation, and Advances in the Modeling of the Contingencies of Mechanisms. *American Behavioral Scientist*, 64(1), 19–54. <https://doi.org/10.1177/0002764219859633>

- Li, L., Msaad, H., Sun, H., Tan, M. X., Lu, Y., & Lau, A. K. W. (2020). Green innovation and business sustainability: New evidence from energy intensive industry in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), 1–18. <https://doi.org/10.3390/ijerph17217826>
- Maharani, A., & Khoiriawati, N. (2023). Regresi Data Panel untuk Menguji Pertumbuhan Laba Perusahaan Sub Sektor Makanan Minuman di BEI. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2431–2442. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1573>
- Martini, & Rismawandi. (2025). *The Effect of Sustainability Report and Company Size on Financial Performance*.
- Pham, H. S. T., & Tran, H. T. (2020). CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. *Journal of Business Research*, 120, 127–136. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.002>
- Rochmah, S., & Taharuddin. (2024). Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Green Innovation, Financial Performance terhadap Firm Value di Mediasi oleh Sustainability Report pada Perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. *J-FINE: Journal of Finance, Business and Economics*, 13(03), 236–248. <https://journalmab.ulm.ac.id/index.php/jbp>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach (8th ed.)*. www.wileypluslearningspace.com
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (2nd Ed)*. Alfabeta.
- Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric analysis of cross section and panel data (2nd ed.)*. MIT Press.
- Yuliandhari, W. S., Saraswati, R. S., & Rasid Safari, Z. M. (2023). Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Eco-Efficiency dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 7(2), 1526–1539. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1301>