

Pengaruh *ESG Disclosure* terhadap Kinerja Keuangan dengan Mediasi Reputasi Perusahaan

Kadek Supadi¹

Ni Made Intan Priliandani²

Ni Made Rai Juniariani³

¹²³ Universitas Warmadewa: Surel: intanpriliandani@warmadewa.ac.id

Abstract: *The implementation of Environmental, Social, and Governance (ESG) has become a critical issue in assessing corporate sustainability and performance, particularly in the Consumer Goods sector, which has high public exposure. However, prior studies on the relationship between ESG Disclosure and financial performance have produced mixed results, and empirical evidence examining corporate reputation as a mediating mechanism remains limited, especially in the Indonesian capital market context. This investigation aims to analyze the effect of ESG Disclosure on financial performance, with corporate reputation serving as a mediating variable, in Consumer Goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2022–2024 period. This investigation employs a quantitative approach utilizing secondary data obtained from annual reports and sustainability reports. The sample was selected utilizing purposive sampling, led to 288 observations across 96 firms. To investigate the mediating influence, panel data regression and the Sobel test were used in the data analysis. The outcomes reveal that ESG Disclosure has a positive and significant effect on corporate reputation and financial performance, based on measurement by Return on Assets (ROA). Corporate reputation also shows a positive and significant effect on ROA and significantly mediates the relationship between ESG Disclosure and financial performance. These outcomes confirm that ESG Disclosure plays a strategic role in enhancing financial performance, both directly and indirectly through corporate reputation.*

Keywords: *ESG Disclosure, Corporate Reputation, Financial Performance*

PENDAHULUAN

Perkembangan lingkungan bisnis global dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan kompleksitas yang dipicu oleh ketidakstabilan ekonomi, tekanan biaya, perubahan preferensi konsumen, serta meningkatnya tuntutan terhadap praktik bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk tidak sebatas berorientasi kepada pencapaian laba jangka pendek, namun pula menjaga kesinambungan kinerja keuangan jangka panjang. Dalam konteks ini, kinerja keuangan termasuk indikator pokok yang merefleksikan kapabilitas perusahaan dalam mempertahankan daya saing, menyesuaikan strategi bisnis, serta menciptakan nilai ekonomi secara berkelanjutan. Kondisi ini memacu sebuah bisnis tidak sebatas berorientasi pada pencapaian laba jangka pendek, namun pula menjaga keberlanjutan kinerja keuangan dalam jangka panjang. Kinerja keuangan merupakan indikator fundamental yang merefleksikan kapabilitas perusahaan dalam bertahan, beradaptasi, dan menciptakan nilai ekonomi di tengah persaingan bisnis yang makin kompetitif.

Kinerja keuangan merepresentasikan efektivitas perusahaan terkait tata kelola aset dan sumber daya guna mendapat laba serta menjaga stabilitas operasional. Perusahaan yang berkinerja keuangan baik umumnya dipersepsikan mempunyai strategi bisnis yang efektif, tata kelola yang memadai, serta daya adaptasi yang tinggi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Wulandari et al., 2021). Oleh karena itu, kinerja keuangan memiliki peran strategis sebagai dasar evaluasi bagi investor, kreditor, manajemen, dan regulator pada penilaian kesehatan serta potensi keberlanjutan perusahaan.

Di Indonesia, fluktuasi kinerja keuangan menjadi isu yang makin relevan, khususnya untuk perusahaan publik yang teregistrasi di Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan Otoritas Jasa Keuangan mengindikasikan, periode pasca-pandemi ditandai oleh tekanan profitabilitas di berbagai sektor akibat meningkatnya biaya operasional dan perubahan perilaku konsumen. Sektor *Consumer Goods* termasuk sektor yang terdampak signifikan karena karakteristiknya yang sangat bergantung pada volume penjualan, efisiensi operasional, dan persepsi konsumen. Fluktuasi rasio profitabilitas seperti ROA, ROE, NPM, serta indikator pasar seperti EPS menunjukkan ketidakstabilan kemampuan perusahaan dalam mengonversi aset dan pendapatan menjadi laba bersih (Repository BSI, 2024).

Dalam praktik bisnis kontemporer, faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan tidak lagi hanya bersumber dari aspek finansial internal. Perhatian pemangku kepentingan terhadap isu keberlanjutan memacu sebuah bisnis mempertimbangkan faktor non-keuangan yang merupakan aspek dalam strategi bisnis. Salah satu pendekatan yang makin menonjol adalah penerapan *Environmental, Social, and Governance (ESG)*, yang mencerminkan pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat, serta kualitas tata kelola. Dalam kerangka legitimasi, keberjalanan perusahaan bergantung secara signifikan pada seberapa jauh operasional dan kebijakan yang dijalankan memperoleh penerimaan sosial, sekaligus ditentukan oleh faktor non-keuangan. Satu di antara faktor yang makin mendapat perhatian adalah ESG, yang merefleksikan komitmen sebuah bisnis berkenaan keberlanjutan lingkungan, tanggung jawab sosial, hingga tata kelola perusahaan yang baik. Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dipandang sebagai entitas sosial yang keberlanjutannya bergantung pada kemampuan memperoleh dan mempertahankan penerimaan masyarakat (Suchman, 1995). *ESG Disclosure* diposisikan sebagai strategi legitimasi untuk menunjukkan keselarasan antara aktivitas perusahaan dan nilai serta ekspektasi sosial yang berkembang (Deegan, 2002).

Studi sebelumnya mengindikasikan, *ESG Disclosure* berpotensi untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Friede et al. (2021) menghasilkan temuan, penerapan dan transparansi ESG berkontribusi positif terhadap profitabilitas melalui mekanisme mitigasi risiko dan peningkatan efisiensi operasional. Xu dan Zheng (2024) menegaskan bahwa integrasi ESG dalam strategi korporat mampu memperkuat daya saing jangka panjang, khususnya di pasar berkembang. Pada sektor *Consumer Goods*, Alghifari dan Lestari (2023) serta Utami et al. (2025) menghasilkan temuan, *ESG Disclosure* yang kuat berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas dan persepsi pasar.

Namun demikian, sejumlah studi lainnya memperlihatkan temuan yang tidak konsisten. Ningwati et al. (2022) serta Yudiansyah dan Burhany (2025) menghasilkan temuan, pengaruh *ESG Disclosure* pada kinerja keuangan menjadi tidak signifikan ketika pengungkapan ESG bersifat simbolik atau kualitas implementasinya rendah. Perbedaan temuan empiris tersebut menunjukkan adanya *research gap*, khususnya terkait mekanisme bagaimana *ESG Disclosure* memengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Velte, 2023).

Dalam kerangka teori legitimasi, keberhasilan *ESG Disclosure* dalam membangun penerimaan sosial tercermin dalam reputasi perusahaan. Reputasi merupakan penilaian kolektif pemangku kepentingan terhadap kredibilitas, konsistensi, dan tanggung jawab perusahaan. Reputasi yang positif berperan menjadi aset intangible strategis yang memengaruhi perilaku stakeholder, seperti loyalitas konsumen, kepercayaan investor, dan dukungan pasar (Xu et al., 2024). Penelitian Utami et al. (2025) serta Nurlatifah et al. (2025) mengindikasikan, reputasi perusahaan secara signifikan memediasi pengaruh ESG pada kinerja dan nilai perusahaan, terutama di negara berkembang.

Berdasarkan uraian konseptual dan empiris tersebut, masih diperlukan penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh *ESG Disclosure* terhadap kinerja keuangan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi, khususnya pada sektor *Consumer Goods* di Indonesia. Penelitian ini ditujukan guna menganalisis mekanisme tersebut pada perusahaan *Consumer Goods* yang teregistrasi di BEI periode 2022–2024. Dengan memasukkan peran reputasi sebagai variabel mediasi, studi ini harapannya mampu menjelaskan ketidakkonsistenan temuan penelitian terdahulu serta memberikan kontribusi empiris dan teoretis terhadap pengembangan literatur ESG dan praktik bisnis berkelanjutan.

Berdasarkan Teori Legitimasi, perusahaan berupaya memperoleh dan mempertahankan penerimaan masyarakat melalui pengungkapan informasi yang sesuai

dengan nilai dan norma yang berlaku (Suchman, 1995). *ESG Disclosure* yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor, menurunkan risiko, serta mendorong efisiensi operasional sehingga berdampak positif terhadap kinerja keuangan (Broadstock et al., 2021; Velte, 2023). Berdasarkan hal tersebut, dalam rangka menguji kembali pengaruh dari variabel tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diformulasikan sebagai berikut:

H1: *ESG Disclosure* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Meningkatnya tuntutan transparansi terhadap praktik keberlanjutan perusahaan menunjukkan bahwa pengungkapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi publik. Perusahaan yang tidak mampu mengungkapkan informasi ESG secara memadai cenderung kehilangan kepercayaan pemangku kepentingan, sedangkan perusahaan dengan pengungkapan ESG yang baik dinilai lebih bertanggung jawab, transparan, dan berorientasi jangka panjang. Kondisi ini menunjukkan bahwa *ESG Disclosure* menjadi sinyal penting bagi pemangku kepentingan dalam menilai citra dan reputasi perusahaan. Berdasarkan Teori Legitimasi, perusahaan berupaya memperoleh dan mempertahankan penerimaan masyarakat melalui pengungkapan informasi yang sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku (Suchman, 1995). *ESG Disclosure* yang baik dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan sehingga mendorong terbentuknya reputasi perusahaan yang lebih baik (Bianchi & Noci, 2022; Promtong, 2025).

H2: *ESG Disclosure* berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Meningkatnya perhatian pemangku kepentingan terhadap citra dan kredibilitas perusahaan menunjukkan bahwa reputasi perusahaan menjadi faktor penting dalam menentukan kinerja keuangan. Perusahaan dengan reputasi yang baik cenderung memperoleh kepercayaan investor yang lebih tinggi, loyalitas konsumen yang lebih kuat, serta hubungan yang lebih stabil dengan kreditor dan mitra bisnis. Kondisi ini memungkinkan perusahaan menurunkan biaya modal, meningkatkan penjualan, serta menjaga stabilitas operasional, sehingga berdampak positif terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan Teori Legitimasi, reputasi perusahaan merupakan hasil dari keberhasilan perusahaan dalam memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial dari masyarakat (Suchman, 1995). Reputasi yang positif mencerminkan penilaian stakeholder terhadap

kualitas dan konsistensi perusahaan, sehingga menjadi aset strategis yang mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Kim & Lyon, 2023). Berdasarkan hal tersebut, dalam rangka menguji kembali pengaruh dari variabel tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diformulasikan sebagai berikut:

H3: Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

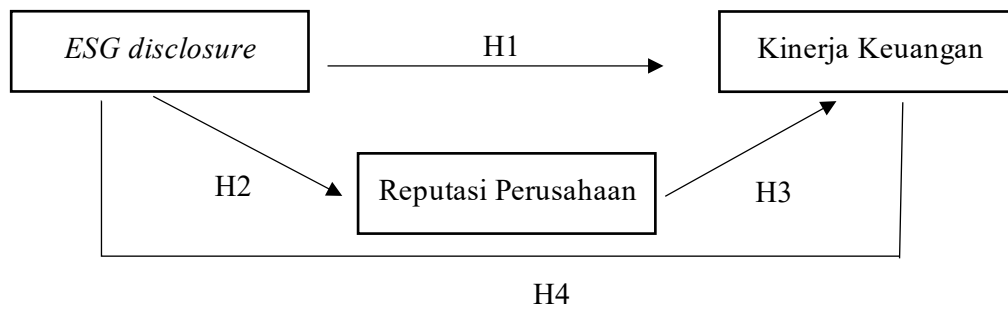
Begitu juga meningkatnya tuntutan terhadap transparansi dan praktik keberlanjutan menunjukkan bahwa pengaruh *Environmental, Social, and Governance (ESG) Disclosure* terhadap kinerja keuangan tidak selalu terjadi secara langsung. Perusahaan yang mengungkapkan ESG secara konsisten dan kredibel cenderung membentuk persepsi positif dari pemangku kepentingan, yang kemudian terakumulasi menjadi reputasi perusahaan. Reputasi tersebut memungkinkan perusahaan memperoleh kepercayaan investor, preferensi konsumen, serta dukungan pasar, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan. Berdasarkan Teori Legitimasi, *ESG Disclosure* berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial melalui pembentukan persepsi positif yang tercermin dalam reputasi perusahaan (Suchman, 1995). Reputasi yang baik kemudian menjadi mekanisme yang menjembatani pengaruh *ESG Disclosure* terhadap kinerja keuangan, karena mampu meningkatkan kepercayaan, efisiensi, serta stabilitas ekonomi perusahaan (Utami et al., 2025). Berdasarkan hal tersebut, dalam rangka menguji kembali pengaruh dari variabel tersebut dengan memasukkan variabel mediasi, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diformulasikan sebagai berikut:

H4: Reputasi perusahaan memediasi pengaruh *ESG Disclosure* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Kerangka Konseptual

Gambar kerangka konseptual di bawah menunjukkan bahwa penelitian ini menguji pengaruh *ESG Disclosure* sebagai variabel independen terhadap Kinerja Keuangan sebagai variabel dependen terhadap Reputasi Perusahaan sebagai variabel mediasi.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi yang diteliti ialah semua perusahaan sektor *Consumer Goods* yang teregistrasi di BEI kurun waktu 2022–2024. Mengacu perolehan data dari BEI, jumlah populasi perusahaan sektor tersebut kurun waktu 2025 ialah 132 perusahaan. Proses dalam menetapkan sampelnya mempergunakan teknik *purposive sampling*, dengan pertimbangan bahwa tidak seluruh perusahaan dalam populasi memiliki laporan keuangan, laporan keberlanjutan, serta data reputasi yang lengkap dan konsisten selama periode penelitian. Mengacu kriteria yang dirumuskan, didapat sampel sejumlah 96 perusahaan, sehingga total observasi penelitian berjumlah 288 data selama tiga tahun periode penelitian.

Definisi Operasional Variabel

ESG Disclosure (X1) merupakan tingkat pengungkapan perusahaan terkait informasi *Environmental, Social, and Governance* (ESG) yang disajikan dalam laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan sebagai bentuk transparansi kepada pemangku kepentingan. Pengungkapan ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan. Variabel *ESG Disclosure* diukur menggunakan *ESG Index* dengan indikator sebagai berikut:

- Dimensi *Environmental* (Lingkungan)
- Dimensi *Social* (Sosial)
- Dimensi *Governance* (Tata Kelola)

Pengukuran dilakukan dengan memberikan skor 1 jika item diungkapkan dan 0 jika tidak, kemudian dihitung dengan rumus:

$$\text{ESG Index} = (\text{Jumlah item ESG yang diungkapkan} / \text{Total item ESG}) \times 100\%$$

Reputasi Perusahaan (M) merupakan persepsi pemangku kepentingan terhadap citra, kredibilitas, dan tanggung jawab perusahaan yang terbentuk dari konsistensi perilaku

perusahaan dalam memenuhi ekspektasi sosial. Reputasi perusahaan mencerminkan legitimasi sosial yang diperoleh perusahaan. Variabel ini diukur menggunakan *media sentiment* dengan indikator sebagai berikut:

- Jumlah pemberitaan positif
- Jumlah pemberitaan negatif
- Total pemberitaan perusahaan

Pengukuran dilakukan dengan rumus:

$$\text{Reputasi} = (\text{Jumlah pemberitaan positif} / \text{Total pemberitaan}) \times 100\%$$

Kinerja Keuangan (Y) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset secara efisien. Kinerja keuangan dalam penelitian ini diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA), yang mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola seluruh asetnya. Variabel ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

- Laba Bersih
- Total Aset

Pengukuran dilakukan dengan rumus:

$$\text{ROA} = (\text{Laba Bersih} / \text{Total Aset}) \times 100\%$$

Teknik Analisis dan Pengujian

Hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan aplikasi EViews dengan teknik analisis statistik inferensial berupa regresi data panel. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pemilihan model data panel (Common Effect, Fixed Effect, dan Random Effect), uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan tingkat signifikansi sebesar 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian

Substruktur 1: ESG terhadap Reputasi

Tabel Analisis Koefisien Determinasi (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ESG	3,174948	0,591732	5,365520	0,0000
C	-1,413215	0,267436	-5,284320	0,0000

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh persamaan regresi untuk substruktur yaitu *ESG Disclosure* terhadap reputasi sebagai berikut.

$$\text{Reputasi} = -1.413215 + 3.174948\text{ESG} + e$$

Skor koefisien regresi *ESG Disclosure* senilai 3,174948 mengindikasikan, terdapatnya hubungan positif antara *ESG Disclosure* dan reputasi perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Goods*. Temuan tersebut menandakan, *ESG Disclosure* berbanding lurus dengan reputasi perusahaan. Dengan kata lain, tiap naiknya satu satuan *ESG Disclosure* nantinya menaikkan reputasi perusahaan senilai 3,174948 satuan, diasumsikan variabel lainnya konstan. Temuan ini menandakan, makin baiknya pengungkapan ESG yang dilakukan perusahaan, nantinya membuat reputasi perusahaan di mata pemangku kepentingan pun makin meningkat.

Substruktur 2: ESG, Reputasi terhadap ROA

Tabel Analisis Koefisien Determinasi (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ESG	20,11776	6,330617	3,177851	0,0016
REPUTASI	2,049189	0,591981	3,461582	0,0006
C	-10,16114	2,854592	-3,559577	0,0004

Mengacu tabel diatas, diperoleh persamaan regresi untuk substruktur yaitu *ESG Disclosure*, Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan sebagai berikut.

$$\text{ROA} = -10.16114 + 20.11776\text{ESG} + 2.049189\text{Reputasi} + e$$

Skor koefisien regresi *ESG Disclosure* senilai 20,11776 mengindikasikan, terdapat hubungan positif antara *ESG Disclosure* dan kinerja keuangan perusahaan sektor *Consumer Goods* yang diproksikan mempergunakan ROA. Temuan tersebut menandakan, *ESG Disclosure* berbanding lurus dengan ROA. Dengan kata lain, tiap naiknya satu satuan *ESG Disclosure* nantinya menaikkan ROA senilai 20,11776 satuan, diasumsikan variabel lainnya bersifat konstan. Skor probabilitas senilai 0,0016 yang kurang dari taraf signifikan senilai 0,05 mengindikasikan, pengaruh *ESG Disclosure* pada ROA signifikan secara statistik.

Skor koefisien regresi Reputasi Perusahaan senilai 2,049189 mengindikasikan, terdapat hubungan positif antara reputasi perusahaan dan kinerja keuangan yang diproksikan mempergunakan ROA. Temuan tersebut menandakan, reputasi perusahaan berbanding lurus dengan ROA, di mana peningkatan reputasi perusahaan akan diikuti oleh peningkatan kinerja keuangan. Dengan kata lain, tiap naiknya satu satuan reputasi perusahaan nantinya

menaikkan ROA senilai 2,049189 satuan, diasumsikan variabel lainnya konstan. Skor probabilitas senilai 0,0006 yang kurang dari 0,05 mengindikasikan, pengaruh reputasi perusahaan pada ROA signifikan secara statistik.

Tabel Pengujian Mediasi dengan Uji Sobel

	Direct Effect	Indirect Effect	Z Sobel
ESG → Reputasi	3,174948		
Reputasi → Kinerja Keuangan	2,049189		
ESG → Reputasi → Kinerja Keuangan		6,506068517	2,90876657

Mengacu perolehan pengujian mediasi sebagaimana Tabel 4.15, bisa diidentifikasi pengaruh langsung *ESG Disclosure* terhadap reputasi perusahaan memiliki koefisien senilai 3,174948, sedangkan pengaruh reputasi perusahaan pada kinerja keuangan (ROA) memiliki koefisien senilai 2,049189. Kedua koefisien tersebut bernilai positif, yang mengindikasikan, peningkatan pengungkapan ESG diikuti oleh peningkatan reputasi perusahaan, dan reputasi yang lebih baik selanjutnya berperan terhadap peningkatan kinerja keuangan. Kondisi ini memenuhi prasyarat terjadinya mediasi dan mengindikasikan adanya keterkaitan kausal yang berurutan antara *ESG Disclosure*, reputasi perusahaan, dan ROA. Temuan ini konsisten dengan studi sebelumnya yang menghasilkan temuan, *ESG Disclosure* berperan sebagai sarana pembentukan reputasi, yang kemudian menjadi faktor penentu dalam penciptaan nilai ekonomi perusahaan.

Selanjutnya, hasil perhitungan mengindikasikan, pengaruh tidak langsung *ESG Disclosure* terhadap ROA melalui reputasi perusahaan senilai 6,506068517. Nilai ini mengindikasikan bahwa dampak *ESG Disclosure* pada kinerja keuangan menjadi lebih kuat ketika disalurkan melalui reputasi perusahaan sebagai variabel intervening. Dengan kata lain, reputasi perusahaan berfungsi sebagai mekanisme yang mentransformasikan informasi dan praktik ESG menjadi persepsi positif pemangku kepentingan, yang nantinya memengaruhi naiknya efektivitas pemanfaatan aset perusahaan. Temuan yang dihasilkan relevan dengan studi dari Utami et al. (2025) serta Xu dan Zheng (2024) yang menyatakan bahwa reputasi merupakan jalur strategis yang menjelaskan bagaimana praktik ESG dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang berkelanjutan.

Lebih lanjut, perolehan pengujian Sobel memperlihatkan skor statistik Z senilai 2,90876657, yang melampaui skor kritis 1,96 melalui taraf signifikansinya senilai 5%,

sehingga bisa diambil simpulan reputasi perusahaan memediasi secara signifikan hubungan antara *ESG Disclosure* dan kinerja keuangan (ROA). Temuan ini mengonfirmasi bahwa pengaruh *ESG Disclosure* pada kinerja keuangan tidak sepenuhnya bersifat langsung, tetapi diperkuat melalui pembentukan reputasi perusahaan. Temuan yang dihasilkan relevan dengan Nurlatifah et al. (2025) dan Gerged (2021) yang menegaskan bahwa reputasi perusahaan merupakan mekanisme perantara krusial guna menjelaskan hubungan antara praktik keberlanjutan dan kinerja keuangan. Dengan demikian, studi ini memberikan bukti empiris bahwa reputasi perusahaan berperan sebagai jalur strategis yang memperkuat efektivitas *ESG Disclosure* dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Pembahasan

Penelitian ini menganalisis pengaruh *ESG Disclosure* terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor *Consumer Goods* di BEI, dalam konteks langsung ataupun lewat variabel mediasi reputasi perusahaan. Hasil pembahasan dijelaskan sebagai berikut.

Pengaruh *ESG Disclosure* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan *Consumer Goods*

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa *ESG Disclosure* memengaruhi positif pada kinerja keuangan perusahaan *Consumer Goods* yang diprosikan menggunakan ROA. Temuan ini mengindikasikan makin baiknya pengungkapan praktik lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan, makin baik pula kapabilitas sebuah bisnis dalam mengatur asetnya agar mendapat laba. *ESG Disclosure* merefleksikan bagaimana sebuah bisnis berkomitmen kepada keberlanjutan dan tata kelola yang baik, yang pada akhirnya mendukung efisiensi operasional dan stabilitas kinerja keuangan. Pada sektor *Consumer Goods*, pengaruh *ESG Disclosure* terhadap kinerja keuangan menjadi makin relevan dikarenakan sektor ini termasuk mempunyai visibilitas publik yang tinggi dan sangat ditentukan oleh kepercayaan konsumen. Perusahaan yang mampu menunjukkan komitmen keberlanjutan melalui pengungkapan ESG cenderung memperoleh citra positif, menjaga stabilitas permintaan, serta mengurangi risiko bisnis, sehingga berdampak pada peningkatan efektivitas pemanfaatan aset. Temuan yang dihasilkan relevan dengan teori legitimasi, yang menjabarkan, perusahaan berupaya memperoleh legitimasi sosial melalui penyesuaian operasional dan pengungkapannya terhadap nilai dan norma yang berlaku. *ESG Disclosure* menjadi sarana bagi perusahaan agar mendapat dukungan pemangku kepentingan, yang selanjutnya berdampak positif pada kinerja keuangan. Temuan yang dihasilkan juga relevan dengan Utami et al. (2025), Xu dan Zheng (2024), serta Gerged (2021) yang menghasilkan

temun, pengungkapan ESG berperan pada kenaikan kinerja keuangan. Namun, hasil ini berbeda dengan Ningwati et al. (2022) yang menghasilkan temuan, pengaruh *ESG Disclosure* tidak selalu signifikan, mengindikasikan, konteks sektor industri memengaruhi kekuatan hubungan tersebut.

Pengaruh *ESG Disclosure* terhadap Reputasi Perusahaan *Consumer Goods*

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan *ESG Disclosure* memengaruhi positif pada reputasi perusahaan sektor *Consumer Goods*. Temuan ini mengindikasikan, makin transparan dan konsisten perusahaan mengungkapkan informasi ESG, makin baik reputasi yang terbentuk di mata pemangku kepentingan. *ESG Disclosure* berfungsi sebagai media komunikasi yang memperlihatkan bagaimana sebuah bisnis berkomitmen pada praktik bisnis yang mempertimbangkan aspek sosial serta berkelanjutan. Reputasi perusahaan terbentuk melalui proses penilaian yang berkelanjutan, di mana konsistensi pengungkapan ESG menjadi sinyal penting bagi pemangku kepentingan mengenai komitmen jangka panjang perusahaan. Temuan yang dihasilkan relevan dengan teori legitimasi, yang menjabarkan kesesuaian antara aktivitas perusahaan dan ekspektasi sosial akan tercermin dalam legitimasi dan reputasi perusahaan. Temuan yang dihasilkan relevan dengan Utami et al. (2025), Xu dan Zheng (2024), serta Alghifari dan Lestari (2023) yang menghasilkan temuan, *ESG Disclosure* berkontribusi terhadap pembentukan reputasi perusahaan, khususnya pada perusahaan dengan eksposur publik tinggi. Namun, temuan ini berseberangan dibanding Ningwati et al. (2022), yang mengindikasikan, pengaruh *ESG Disclosure* terhadap reputasi belum selalu signifikan, mengindikasikan bahwa kualitas dan substansi pengungkapan ESG sangat menentukan efektivitasnya.

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan *Consumer Goods*

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan reputasi perusahaan memengaruhi positif memengaruhi kinerja keuangan perusahaan *Consumer Goods*. Reputasi ialah asset tak berbentuk yang merefleksikan tingkat kepercayaan pemangku kepentingan, yang berdampak pada loyalitas konsumen, stabilitas permintaan, dan posisi kompetitif perusahaan. Kondisi ini memungkinkan perusahaan mengelola aset secara lebih efektif sehingga meningkatkan ROA. Temuan ini mengindikasikan, kinerja keuangan tidak sebatas bergantung pada faktor internal, namun pula pada persepsi eksternal. Reputasi yang baik

menciptakan legitimasi sosial dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Temuan yang dihasilkan relevan dengan Utami et al. (2025), Nurlatifah et al. (2025), Xu dan Zheng (2024), Kim dan Lyon (2023), Ahsan dan Qureshi (2022), serta Gerged (2021), yang menghasilkan temuan, reputasi memegang peranan krusial guna mempertinggi profitabilitas dan stabilitas kinerja keuangan perusahaan.

Peran Mediasi Reputasi Perusahaan dalam Hubungan *ESG Disclosure* dan Kinerja Keuangan

Hipotesis terakhir dalam penelitian ini menyatakan reputasi perusahaan memediasi hubungan antara *ESG Disclosure* dan kinerja keuangan perusahaan *Consumer Goods*. Temuan ini mengindikasikan, pengaruh *ESG Disclosure* pad kinerja keuangan tidak sepenuhnya bersifat langsung, melainkan bekerja melalui pembentukan reputasi perusahaan. *ESG Disclosure* yang konsisten dan kredibel membangun persepsi positif pemangku kepentingan, yang kemudian terinternalisasi dalam reputasi perusahaan dan memengaruhi kenaikan kinerja keuangan. Pada sektor *Consumer Goods*, peran mediasi reputasi menjadi krusial dikarenakan karakteristik sektor ini umumnya ditentukan signifikan oleh persepsi publik dan kepercayaan konsumen. *ESG Disclosure* berfungsi sebagai sinyal legitimasi yang memperkuat reputasi, sementara reputasi menjadi mekanisme utama yang menerjemahkan praktik keberlanjutan menjadi manfaat ekonomi. Temuan ini menjelaskan mengapa pengaruh langsung *ESG Disclosure* terhadap kinerja keuangan tidak selalu signifikan apabila tidak disertai dengan reputasi yang kuat. Temuan yang dihasilkan relevan dengan Utami et al. (2025), Xu dan Zheng (2024), Nurlatifah et al. (2025), serta Gerged (2021) yang menegaskan, reputasi perusahaan termasuk mediator krusial terkait hubungan antara *ESG Disclosure* dan kinerja keuangan. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat teori legitimasi dan menegaskan bahwa keberhasilan *ESG Disclosure* dalam menciptakan nilai ekonomi sangat bergantung pada kemampuannya membangun reputasi dan legitimasi perusahaan bagi para pemangku kepentingan.

SIMPULAN

ESG Disclosure terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan serta kinerja keuangan pada perusahaan sektor *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia. Reputasi perusahaan juga berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan

berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *ESG Disclosure* dan kinerja keuangan, sehingga memperkuat mekanisme pengaruh tidak langsung ESG. Temuan ini menegaskan bahwa pengungkapan ESG yang konsisten mampu membentuk persepsi positif pemangku kepentingan dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Namun, kemampuan model masih terbatas, yang ditunjukkan oleh nilai sebesar 11,36%, sehingga sebesar 88,64% variasi kinerja keuangan dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Selain itu, fokus penelitian pada sektor *Consumer Goods* membatasi generalisasi hasil ke sektor lain yang memiliki karakteristik berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan agar model menjadi lebih komprehensif.

REFERENCES

- Ahsan, T., & Qureshi, M. A. (2022). The impact of *ESG Disclosure* on firm performance: The mediating role of corporate reputation. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(12), 587. <https://doi.org/10.3390/jrfm15120587>
- Bianchi, E., & Noci, G. (2022). The Role of Sustainability Communication in Shaping Corporate Reputation. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), 1543–1557. <https://doi.org/10.1002/bse.2989>
- Broadstock, D. C., Chan, K., Cheng, L. T., & Wang, X. (2021). The Role of Esg Performance During Times of Financial Crisis. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1884214> 11(3), 1–21.
- Deegan, C. (2002). The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Deegan, C. (2020). *Financial Accounting Theory* (5th Ed.). McGraw-Hill Education.
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2021). Esg And Financial Performance: Aggregated Evidence from More Than 2000 Empirical Studies. *Sustainable Finance Review*, 4(1), 1–12.
- Gerged, A. M., Beddewela, E., & Cowton, C. J. (2021). Is corporate environmental disclosure associated with firm value? A multicountry study of Gulf Cooperation Council firms. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 185–203. <https://doi.org/10.1002/bse.2616>
- Kim, Y., & Lyon, T. P. (2023). The Impact of Strategic Sustainability Initiatives on Firm Performance. *Journal of Business Ethics*, 188(3), 821–839. <https://doi.org/10.1007/S10551-022-05234-1>
- Lestari, D., & Wibowo, R. (2021). Consumer Perception and Corporate Image in the Indonesian Fmcg Sector. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 101–118.

- Promptong, N. (N.D.). และผลการดำเนินงานของกิจการ: กลยุทธ์สื่อสารมวลชน
Environmental, Social and Governance Disclosure, Esg Reputation and Firm Performance: Sensitive Industries. 13–26.
- Ningwati, Y., Budiana, I., & Pratiwi, N. (2022). Esg Implementation Challenges in Developing Markets. *Journal of Sustainable Business*, 2(1), 55–68.
- Nurlatifah, D., Pramesti, D., & Yulia, R. (2025). Esg Reporting Quality and Financial Outcomes. *Jurnal Sustainability Indonesia*, 3(1), 12–25.
- Otoritas Jasa Keuangan (Ojk). (2023). Laporan Tahunan Ojk 2023. Jakarta: Ojk. [https://www.ojk.go.id/Id/Data-Dan-Statistik/Laporan Tahunan/Pages/Laporan-Tahunan-Ojk-2023.aspx](https://www.ojk.go.id/Id/Data-Dan-Statistik/Laporan_Tahunan/Pages/Laporan-Tahunan-Ojk-2023.aspx)
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy. *Academy Of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta
- Utami, R., Muhtadin, Y., & Firmansyah, A. (2025). Pengaruh Praktik Keberlanjutan Berbasis Esg Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Bukti Empiris Dari Perusahaan Publik Indonesia. 4, 1–14.
- Velte, P. (2022). Meta-Analyses on Corporate Social Responsibility (Csr): A Literature Review. *Management Review* <https://doi.org/10.1007/S11301-021-00211-2>
- Windari, R. (2025). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, Kinerja Lingkungan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Energi, Basic Materials Dan Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2020–2022). *Jurnal Kajian Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi Untan (Kiafe)*, 3(2), 279–289. <https://doi.org/10.26418/Kiafe.V3.I2.77418>
- Wijaya, D. H., & Dwijayanti, S. P. F. (2023). Pengaruh esg Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Dimoderasi Dengan Gender Diversity. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, <https://doi.org/10.33508/Jima.V12i2.5353> 12(2), 124–133.
- Wulandari, M., Dalimunthe, H., & Siregar, R. (2022). Effectiveness Of Financial Performance and Capital Structure on Company Value in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis (Jikabi)*, 1(2), 158–166. <https://doi.org/10.31289/Jbi.V1i2.1418>
- Xu, Y., & Zheng, H. (2024). ESG performance and corporate value: The mediating role of reputation. *Industrial Engineering and Innovation Management*, 7(1), 30–38. <https://doi.org/10.23977/ieim.2024.070105>
- Yudiansyah, F., & Burhany, D. (2025). Esg Practices in Emerging Economies. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 19(1), 33–47.