

**PENGARUH *FIVE BOTTOM LINE* (KINERJA KEBERLANJUTAN) DAN
SUSTAINABILITY LEADERSHIP TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN YANG
DENGAN *ENVIRONMENTAL ETHICS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Adi Yanti Pratiwi¹, Yvonne Augustine Sudibyo²

^{1,2}Universitas Trisakti

Email: pratiwi.anava@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh five bottom line sebagai indikator kinerja keberlanjutan dan sustainability leadership terhadap reputasi perusahaan, dengan environmental ethics sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden yang dipilih secara purposive. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen, serta analisis regresi moderasi untuk mengetahui peran environmental ethics dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa five bottom line dan sustainability leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, yang berarti semakin baik penerapan kinerja keberlanjutan dan kepemimpinan berkelanjutan, maka semakin meningkat reputasi perusahaan di mata para pemangku kepentingan. Selain itu, environmental ethics terbukti mampu memperkuat pengaruh five bottom line terhadap reputasi perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa environmental ethics tidak mampu memoderasi pengaruh sustainability leadership terhadap reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Reputasi Perusahaan, Five Bottom Line, Sustainability Leadership, Environmental Ethics

Abstrack

The purpose of this study is to examine the effect of the five bottom line as a measure of sustainability performance and sustainability leadership on corporate reputation, with environmental ethics serving as a moderating variable. This study adopts a quantitative research approach and utilizes primary data collected through the distribution of questionnaires to 200 respondents selected using a purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression to test the direct effects of the independent variables on the dependent variable, as well as moderated regression analysis to examine the moderating role of environmental ethics. The results indicate that the five bottom line and sustainability leadership have a positive and significant effect on corporate reputation, suggesting that better sustainability performance and stronger sustainability-oriented leadership contribute to an enhanced corporate reputation among stakeholders. Furthermore, environmental ethics is found to strengthen the relationship between the five bottom line and corporate reputation. However, the findings also reveal that environmental ethics does not moderate the effect of sustainability leadership on corporate reputation. These results

highlight the importance of sustainability practices and ethical environmental values in shaping and maintaining a positive corporate reputation.

Keywords: Company Reputation, Five Bottom Line, Sustainability Leadership, Environmental Ethics

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan merupakan aset strategis yang sangat penting karena berperan sebagai sumber keunggulan daya saing yang sulit ditiru. Reputasi yang baik tidak hanya dipandang sebagai aset berharga, tetapi juga sebagai sumber daya langka yang mampu memberikan pengembalian di atas rata-rata. Selain itu, reputasi mencakup berbagai aspek, seperti kinerja keuangan, kualitas manajemen, periklanan, serta hubungan masyarakat, sehingga menjadi fondasi penting dalam menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar (Widhyadanta & Widanaputra, 2018).

Tingginya perhatian terhadap reputasi perusahaan tercermin dari temuan (Adnyana et al., 2024) menyatakan bahwa 87 persen eksekutif global menilai risiko reputasi lebih penting dibandingkan risiko bisnis lainnya. Reputasi perusahaan dipahami secara multidisipliner, di mana dalam perspektif ekonomi reputasi mencerminkan tindakan perusahaan di masa lalu yang menjadi indikator kinerja masa depan dalam manajemen strategis dipandang sebagai aset tidak berwujud yang unik dan sulit ditiru, dalam sosiologi sebagai fenomena sosial kolektif, serta dalam akuntansi diperlakukan sebagai aset tak berwujud yang menyerupai goodwill.

Penelitian ini mengacu pada perspektif ekonomi dan akuntansi dalam mengonseptualisasikan reputasi perusahaan, yaitu sebagai kombinasi kinerja ekonomi dan sosial serta persepsi pemangku kepentingan terhadap kinerja tersebut. Pandangan ini sejalan dengan (Solikhin & Lubis, 2019) yang menyatakan bahwa reputasi merupakan kapasitas perusahaan yang dipersepsikan untuk memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan, serta (Sarmila, 2025) yang memaknai reputasi sebagai representasi tindakan dan hasil perusahaan di masa lalu yang memberikan nilai bagi para pemangku kepentingan. Reputasi yang baik dipandang sebagai aset tidak berwujud yang bernilai ekonomi tinggi dan sulit direplikasi, sehingga dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Dalam dua dekade terakhir, perusahaan semakin aktif menyajikan laporan kinerja keberlanjutan dan kepemimpinan berkelanjutan sebagai bagian dari strategi membangun reputasi positif. Praktik keberlanjutan yang konsisten membantu membentuk citra perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap isu sosial dan lingkungan (Julythiawati &

Ardiana, 2023). Salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengukur kinerja keberlanjutan adalah Five Bottom Line (FBL), yang menilai kinerja perusahaan melalui dimensi ekonomi, lingkungan, sosial, kesehatan, dan etika sehingga memberikan kerangka evaluasi yang lebih holistik dalam mendukung pencapaian keberlanjutan secara menyeluruh (Sukaharsono & Andayani, 2021).

Five Bottom Line (FBL) merupakan pendekatan komprehensif yang terdiri dari lima dimensi, yaitu keuangan, lingkungan, sosial, tata kelola, dan pemberdayaan, yang berperan penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan melalui fokus pada keberlanjutan (Mulyaningsih & Sudibyo, 2022). Dimensi keuangan menekankan pertumbuhan ekonomi dan profitabilitas, sementara dimensi lingkungan berkaitan dengan upaya perusahaan dalam mengurangi dampak ekologis. Dimensi sosial mengukur kontribusi perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan karyawan, sedangkan tata kelola menitikberatkan pada penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas. Pemberdayaan melengkapi pendekatan ini dengan menilai upaya perusahaan dalam memberdayakan karyawan dan pemangku kepentingan, sehingga FBL memberikan pandangan holistik terhadap kontribusi perusahaan dalam menciptakan keberlanjutan dan memperkuat reputasi.

Sustainability leadership atau kepemimpinan berkelanjutan menekankan pengambilan keputusan jangka panjang yang mendorong inovasi sistematis, peningkatan nilai bagi pelanggan, serta pengembangan tenaga kerja yang terampil dan berkomitmen. Kepemimpinan berkelanjutan dipandang sebagai filosofi yang mengintegrasikan praktik berkelanjutan ke dalam strategi perusahaan dan menggeser orientasi bisnis dari fokus semata pada keuntungan menuju peran yang lebih luas dalam memberikan dampak sosial dan lingkungan (Burawat, 2019). Implementasi kepemimpinan berkelanjutan yang konsisten diyakini mampu meningkatkan kualitas produk dan layanan, sekaligus memperkuat citra perusahaan di mata pemangku kepentingan.

Keberhasilan kepemimpinan berkelanjutan sangat bergantung pada budaya perusahaan yang mendukung nilai-nilai keberlanjutan. Budaya perusahaan yang kuat tercermin dalam perilaku dan pola pikir individu di dalam organisasi, serta berperan penting dalam membentuk lingkungan kerja yang etis dan inklusif. Dengan menghargai keberagaman budaya dan nilai-nilai etika, perusahaan dapat membangun fondasi moral yang kokoh dalam menjalankan bisnisnya, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan reputasi perusahaan (Sudibyo & Wresta, 2024).

Dalam konteks global, meningkatnya perhatian terhadap isu perubahan iklim, keberlanjutan sumber daya, dan etika bisnis mendorong perusahaan untuk lebih serius mengelola kinerja keberlanjutan dan kepemimpinan berkelanjutan (Manullang, 2021). Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh dimensi Five Bottom Line terhadap reputasi perusahaan, baik dari aspek keuangan, lingkungan, sosial, tata kelola, maupun pemberdayaan (Oktavianus et al., 2022), (Rabbani et al., 2023), (Abdul Aziz et al., 2022). Ketidakkonsistenan temuan tersebut menegaskan pentingnya penelitian ini untuk menyatukan perbedaan hasil sebelumnya dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran praktik keberlanjutan dan sustainability leadership dalam membentuk reputasi perusahaan, serta memberikan panduan praktis bagi manajemen dalam merancang strategi keberlanjutan yang efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh *Five Bottom Line* dan *Sustainability Leadership* terhadap reputasi perusahaan dengan Environmental Ethics sebagai variabel moderasi. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 200 karyawan yang telah bekerja di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memberikan analisis yang objektif dan sistematis dalam menjelaskan hubungan sebab–akibat antarvariabel.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan yang diukur menggunakan Reputation Quotient (RQ) berdasarkan enam indikator, yaitu emotional appeal, product and services, vision and leadership, workplace environment, financial performance, dan social responsibility. Variabel independen terdiri dari Five Bottom Line dan Sustainability Leadership, sementara Environmental Ethics digunakan sebagai variabel moderasi. Seluruh variabel dioperasionalkan melalui indikator-indikator terukur yang dituangkan dalam pernyataan kuesioner untuk menangkap persepsi responden secara kuantitatif.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert enam poin, yang disusun berdasarkan kajian teoritis dan dilengkapi dengan data demografis responden. Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS melalui tahapan statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA)

untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap reputasi perusahaan serta peran Environmental Ethics sebagai variabel moderasi, yang didukung oleh uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Responden

Statistik deskriptif responden digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap variabel penelitian yaitu *five bottom line* dan *sustainability leadership* sebagai variabel independen terhadap reputasi perusahaan sebagai variabel dependen serta *environmental ethics* sebagai variabel moderasi. Pengukuran frekuensi jawaban responden pada penelitian ini ditentukan pada kategori penilaian berikut:

$$K = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}} = \frac{6 - 1}{5} = 1$$

Sangat tidak baik	= 1,00 – 2,00
Tidak baik	= 2,00 – 3,00
Cukup Baik	= 3,00 – 4,00
Baik	= 4,00 – 5,00
Sangat baik	= 5,00 – 6,00

Deskriptif Reputasi Perusahaan

Deskripsi reputasi perusahaan diukur melalui enam indikator utama, yaitu *emotional appeal*, *product and services*, *vision and leadership*, *workplace environment*, *financial performance*, dan *social responsibility* dengan skala penilaian 1–6, yang seluruhnya menunjukkan hasil pada kategori sangat baik. Pada indikator *emotional appeal*, item Y1–Y3 memiliki nilai mean antara 5,14 hingga 5,26 dengan standar deviasi yang relatif rendah, mencerminkan perasaan positif, kepercayaan, dan kekaguman responden terhadap perusahaan. Indikator *product and services* memperoleh penilaian tertinggi dengan nilai mean berkisar antara 5,19 hingga 5,35, yang menunjukkan bahwa kualitas produk, layanan, inovasi, dan nilai yang ditawarkan perusahaan dipersepsikan sangat baik. Selanjutnya, indikator *vision and leadership* menunjukkan nilai mean 5,15 hingga 5,19, sedangkan *workplace environment* berada pada rentang mean 5,16 hingga 5,25, yang menandakan bahwa perusahaan dinilai memiliki kepemimpinan yang jelas serta lingkungan kerja yang kondusif dan profesional. Pada indikator *financial performance*, nilai mean berkisar antara 5,15 hingga 5,29, mencerminkan kinerja keuangan, daya saing, dan prospek masa depan yang sangat baik, sementara indikator *social responsibility* memiliki nilai mean antara 5,17 hingga

5,21 yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Secara keseluruhan, reputasi perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 5,21 dengan standar deviasi 0,887, yang mengindikasikan bahwa reputasi perusahaan secara umum berada pada kategori sangat baik.

Deskriptif *Five Bottom Line*

Deskripsi *five bottom line* diukur melalui tujuh indikator utama, yaitu lapangan pekerjaan, perluasan perusahaan, kontribusi pajak, sumber produk lokal, pengembangan usaha bersama pemasok, diversifikasi basis pasokan, dan proposisi nilai terbaik, dengan total empat belas pernyataan menggunakan skala penilaian 1–6. Pada indikator lapangan pekerjaan, item X1.1 dan X1.2 menunjukkan nilai mean masing-masing sebesar 5,13 dan 5,15 yang berada pada kategori sangat baik, mencerminkan kontribusi positif perusahaan dalam penciptaan lapangan kerja. Indikator perluasan perusahaan juga memperoleh kategori sangat baik dengan nilai mean 5,15 dan 5,14, yang menunjukkan bahwa aktivitas ekspansi perusahaan dipersepsikan memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan dan daya saing. Indikator kontribusi pajak mencatat nilai mean tertinggi, yaitu 5,35 pada item X1.5 dan 5,15 pada item X1.6, yang mengindikasikan kepatuhan dan tanggung jawab perusahaan dalam memenuhi kewajiban pajak. Selanjutnya, indikator sumber produk lokal memperoleh nilai mean 5,33 dan 5,15, menunjukkan komitmen perusahaan dalam mendukung perekonomian lokal. Sementara itu, indikator pengembangan usaha bersama pemasok, diversifikasi basis pasokan, dan proposisi nilai terbaik masing-masing memiliki nilai mean di atas 5,14 dengan standar deviasi yang relatif rendah, sehingga seluruh indikator berada pada kategori sangat baik. Secara keseluruhan, nilai rata-rata *five bottom line* sebesar 5,18 dengan standar deviasi 0,800 menunjukkan bahwa kinerja keberlanjutan perusahaan berdasarkan perspektif *five bottom line* dinilai sangat baik oleh responden.

Deskriptif *Sustainability Leadership*

Deskripsi variabel *sustainability leadership* yang diukur melalui tujuh indikator, yaitu tata kelola, kepemimpinan, rencana bisnis, ukur dan laporan, pembelajaran organisasi, budaya, serta sistem informasi dengan total 14 item pernyataan menunjukkan hasil yang secara umum sangat baik. Indikator tata kelola memperoleh nilai mean sebesar 5,25 dan 5,37 dengan kategori sangat baik, yang mengindikasikan bahwa perusahaan telah mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam pengambilan keputusan dan sistem tata kelola. Indikator kepemimpinan juga menunjukkan kategori sangat baik dengan nilai mean 5,31 dan 5,28, mencerminkan peran pimpinan yang kuat dalam mendorong dan meneladani praktik

keberlanjutan. Selanjutnya, indikator rencana bisnis serta ukur dan laporan memperoleh nilai mean berkisar antara 5,04 hingga 5,23 dengan kategori sangat baik, yang menunjukkan bahwa keberlanjutan telah terintegrasi dalam perencanaan bisnis serta didukung oleh proses pengukuran dan pelaporan yang konsisten. Sementara itu, indikator pembelajaran organisasi, budaya, dan sistem informasi berada pada kategori baik dengan nilai mean antara 4,43 hingga 4,88, yang menandakan bahwa meskipun perusahaan telah memiliki upaya pembelajaran, budaya, dan dukungan sistem informasi terkait keberlanjutan, masih terdapat peluang untuk peningkatan. Secara keseluruhan, nilai rata-rata *sustainability leadership* sebesar 5,01 dengan standar deviasi 0,954 menunjukkan bahwa kepemimpinan berkelanjutan di perusahaan secara umum berada pada kategori sangat baik.

Deskriptif *Environmental Ethics*

Deskripsi *environmental ethics* menunjukkan bahwa penerapan etika lingkungan di perusahaan berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata sebesar 4,61 dan standar deviasi 1,12. Pada indikator pengetahuan lingkungan, nilai mean berada pada angka 4,82 dan 4,36, yang menunjukkan bahwa karyawan memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai prinsip etika lingkungan serta dampak aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan. Indikator keterlibatan dalam inisiatif lingkungan juga menunjukkan kategori baik dengan nilai mean 4,70 dan 4,53, yang mengindikasikan adanya partisipasi karyawan dalam berbagai kegiatan dan program lingkungan perusahaan.

Selanjutnya, indikator pemahaman terhadap kode etik lingkungan memiliki nilai mean sebesar 4,63 dan 4,73, sedangkan partisipasi dalam proyek berkelanjutan menunjukkan nilai mean 4,53 dan 4,62, yang seluruhnya berada pada kategori baik dengan standar deviasi berkisar antara 1,015 hingga 1,252. Temuan ini mencerminkan bahwa karyawan tidak hanya memahami dan mematuhi kode etik lingkungan, tetapi juga terlibat dalam proyek-proyek keberlanjutan. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan telah memiliki tingkat kesadaran, pemahaman, dan keterlibatan yang baik dalam penerapan *environmental ethics*, meskipun masih terdapat peluang untuk meningkatkan konsistensi dan kedalaman implementasinya.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas ini menentukan valid atau tidaknya sebuah kuesioner yang digunakan sebagai pengukur suatu konseptual. Bisa dinyatakan valid jika setiap item dapat mengungkapkan fakta sesuatu secara akurat, konsisten, serta stabil. Validnya indikator kuesioner apabila bisa

mencapai tujuan pengukuran tepat di variabel independen Dalam penelitian ini indikator dapat dikatakan valid jika memiliki nilai sig. > 0,60 dan r_{hitung} lebih tinggi dibanding r_{tabel} (Ghozali, 2018). Hasil uji validitas yakni sebagai berikut:

Berdasarkan uji validitas menunjukkan secara keseluruhan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai R hitung > R tabel (0,098) sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel reputasi perusahaan, *five bottom line*, *sustainability leadership* dan *environmental ethics* dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada tingkat kestabilan atau konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu, serta sejauh mana instrumen tersebut dapat dianggap dapat diandalkan. Perihal ini dinyarak konstruk dengan reliabilitas baik bila nilai *Cronbach Alpha* ≥ 0.60 (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas yakni sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Reputasi Perusahaan	0.977	20
Five Bottom Line	0.984	14
Sustainability Leadership	0.631	14
Environmental Ethics	0.864	8

Berdasarkan tabel uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* variabel reputasi perusahaan (0,977), *five bottom line* (0,984), *sustainability leadership* (0,631) dan *environmental ethics* (0,864) memiliki nilai *Cronbach's alpha* ≥ 0.60 sehingga kuesioner atau item pertanyaan dianggap telah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah populasi data menyebar normal atau sebaliknya. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan yaitu uji Kolmogorow Smirnov. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah jika nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari nilai α yaitu 0,05 maka data berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas (Purnomo, 2016). Hasil perhitungan uji normalitas Kolmogorov Smirnov sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000

	Std. Deviation	1.66325295
Most Extreme Differences	Absolute	0.059
	Positive	0.054
	Negative	-0.059
Test Statistic		0.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.083

Berdasarkan hasil pengujian normalitas, hasil yang didapatkan dari nilai asymp. Sig yaitu sebesar 0,083 yang nilainya lebih dari 0.05, artinya data pada penelitian ini telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya multikolinearitas, yang dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10 atau nilai tolerance di atas 0,01. Berdasarkan kriteria tersebut, uji multikolinearitas digunakan untuk memastikan bahwa hubungan antar variabel bebas tidak mengganggu keakuratan model regresi (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF
<i>Five Bottom Line</i>	0.912	1.096
<i>Sustainability Leadership</i>	0.913	1.095
<i>Environmental Ethics</i>	0.995	1.005

Berdasarkan hasil dari tabel uji multikolinearitas pada tabel, dapat dilihat pada kolom VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel digitalisasi perbankan dan gaya hidup < 10 dan nilai Tolerance > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas atau tidak adanya masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi, di mana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas (Purnomo, 2016).

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
(Constant)	0.085
<i>Five Bottom Line</i> (X ₁)	0.183
<i>Sustainability Leadership</i> (X ₂)	0.872
<i>Environmental Ethics</i> (M)	0.961

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari *five bottom line*, *Sustainability leadership* dan variabel moderasi yaitu *environmental ethics* mempunyai nilai sig > 0,05. Sehingga menunjukkan tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel dependen (variabel yang ingin dijelaskan) dengan dua atau lebih variabel independen (variabel yang digunakan untuk menjelaskan variabel dependen). Dalam regresi linear berganda, tujuannya adalah untuk menemukan persamaan garis lurus yang paling baik memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen yang ada (Padillah & Adam, 2019).

Tabel 5. Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t	Sig	H0	Hasil
(Constant)	16.380	9.711	0.000		
<i>Five Bottom Line</i> (X ₁)	1.007	74.810	0.000	Ditolak	Terbukti
<i>Sustainability Leadership</i> (X ₂)	0.213	8.858	0.000	Ditolak	Terbukti

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis regresi linear berganda di atas maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 16.380 + 1.007X_1 + 0.213X_2 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi yang dihasilkan, dapat disimpulkan bahwa *five bottom line* dan *sustainability leadership* sama-sama berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Koefisien regresi *five bottom line* sebesar 1,007 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *five bottom line* akan meningkatkan reputasi perusahaan sebesar 1,007 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Sementara itu, koefisien regresi *sustainability leadership* sebesar 0,213 mengindikasikan bahwa peningkatan satu satuan pada *sustainability leadership* akan diikuti oleh peningkatan reputasi perusahaan sebesar 0,213 satuan, dengan asumsi faktor lain tetap. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kinerja keberlanjutan dan kepemimpinan berkelanjutan berkontribusi positif terhadap pembentukan reputasi perusahaan.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan pengujian regresi linier berganda yang persamaannya mengandung unsur interaksi, yaitu perkalian antara dua atau lebih variabel independen, atau dapat dikatakan persamaan tersebut menggunakan variabel

moderator (Ngajow et al., 2021). Hasil analisis regresi moderasi yakni sebagai berikut:

Tabel 6. Analisis Regresi Moderasi

Variabel	B	t	Sig	H0	Hasil
(Constant)	41.402	6.058	0.000	-	-
<i>Five Bottom Line</i> (X_1)	0.746	11.809	0.000	-	-
<i>Sustainability Leadership</i> (X_2)	0.184	1.543	0.124	-	-
<i>Environmental Ethics</i> (M)	-0.686	-3.748	0.000	-	-
<i>Five Bottom Line*Environmental Ethics</i> (X_1M)	0.006	4.194	0.000	Ditolak	Terbukti
<i>Sustainability Leadership*Environmental Ethics</i> (X_2M)	0.001	0.485	0.629	Ditolak	Terbukti

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis regresi moderasi di atas maka diperoleh persamaan regresi moderasi sebagai berikut:

$$Y = 41.402 + 0.746X_1 + 0.184X_2 - 0.686M + 0.006X_1M + 0.001X_2M + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi moderasi variabel *five bottom line*environmental ethics* (X_1M) sebesar 0.006 menunjukkan bahwa apabila terjadi kenaikan satu-satuan dari *environmental ethics* maka akan memperkuat *five bottom line* terhadap reputasi perusahaan yang mengalami peningkatan sebesar 0.006. Satuan dengan asumsi hal-hal lain konstan.
2. Koefisien regresi moderasi variabel *Sustainability leadership*environmental ethics* (X_2M) sebesar 0.005 menunjukkan bahwa apabila terjadi kenaikan satu-satuan dari *environmental ethics* maka akan tidak akan memoderasi *five bottom line* terhadap reputasi perusahaan. Satuan dengan asumsi hal-hal lain konstan.

Uji Hipotesis

Uji Simultan

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji F adalah dengan melihat signifikansi < 0.05 (Ghozali, 2018). Hasil dari uji F yakni sebagai berikut:

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22689.345	2	11344.673	3310.303	.000b
	Residual	675.135	197	3.427		
	Total	23364.480	199			
a. Dependent Variable: Total_Y						
b. Predictors: (Constant), Total_X						

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan pada tabel didapatkan nilai hasil Sig. adalah 0.000, Artinya, semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Variabel *five bottom line* dan *Sustainability Leadership* secara bersama-sama berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Tabel 8. Uji F Moderasi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22882.705	5	4576.541	1842.871	.000b
	Residual	481.775	194	2.483		
	Total	23364.480	199			
a. Dependent Variable: Total_Y						
b. Predictors: (Constant), Total_X						

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan pada tabel, didapatkan nilai hasil Sig. adalah 0.000, Artinya, semua variabel independen dan variabel moderasi yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Variabel *five bottom line*, *Sustainability leadership*, *environmental ethics*, *five bottom line* environmental ethics* dan *Sustainability leadership * environmental ethics* secara bersama-sama berpengaruh terhadap reputasi perusahaan

Uji Koefisien Determinasi

Dalam analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dilihat dari nilai *adjusted R Square* dikarenakan variabel independen lebih dari satu.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985a	0.971	0.971	1.851
a. Predictors: (Constant), Total_X				
b. Dependent Variable: Total_Y				

Berdasarkan pada tabel diperoleh angka R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0.971 atau 97,1%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh *five bottom line* dan *Sustainability leadership* terhadap reputasi perusahaan sebesar 97,1%. Atau variasi bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 97,1%. Sedangkan sisanya sebesar 2,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi Moderasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990a	0.979	0.979	1.576
a. Predictors: (Constant), Total_X				
b. Dependent Variable: Total_Y				

Berdasarkan pada tabel diperoleh angka R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0.979 atau 97,9%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh setelah adanya variabel moderasi yaitu *environmental ethics* memperkuat pengaruh *five bottom line* dan *Sustainability leadership* terhadap reputasi perusahaan sebesar 97,9%. Atau variasi bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 97,9%. Sedangkan sisanya sebesar 2,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Parsial

Uji t adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan nilai parameter dari setiap variabel dependen terhadap variabel independen. Berikut adalah hasil uji statistik t:

Tabel 11. Uji T

Variabel	B	t	Sig	H0	Hasil
(Constant)	16.380	9.711	0.000		
<i>Five Bottom Line</i> (X_1)	1.007	74.810	0.000	Ditolak	Terbukti
<i>Sustainability Leadership</i> (X_2)	0.213	8.858	0.000	Ditolak	Terbukti

Berdasarkan tabel uji T maka dapat diketahui pengaruh dari variabel yakni sebagai berikut:

1. Pengaruh *Five Bottom Line* Terhadap Reputasi Perusahaan

Dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai prob sig untuk variabel *five bottom line* adalah 0.000, karena nilai prob sig < 0.05 maka H_0 ditolak dan menerima H_1 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *five bottom line* terhadap reputasi perusahaan.

2. Pengaruh *Sustainability Leadership* Terhadap Reputasi Perusahaan

Dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai prob sig untuk variabel *Sustainability leadership* adalah 0.000, karena nilai prob sig < 0.05 maka H_0 ditolak dan menerima H_2 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Sustainability leadership* terhadap reputasi perusahaan.

Tabel 12. Uji T Moderasi

Variabel	B	t	Sig	H₀	Hasil
(Constant)	41.402	6.058	0.000	-	-
<i>Five Bottom Line</i> (X ₁)	0.746	11.809	0.000	-	-
<i>Sustainability Leadership</i> (X ₂)	0.184	1.543	0.124	-	-
<i>Environmental Ethics</i> (M)	-0.686	-3.748	0.000	-	-
<i>Five Bottom Line*Environmental Ethics</i> (X ₁ M)	0.006	4.194	0.000	Ditolak	Terbukti
<i>Sustainability Leadership*Environmental Ethics</i> (X ₂ M)	0.001	0.485	0.629	Ditolak	Terbukti

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel, dapat disimpulkan bahwa *environmental ethics* terbukti mampu memperkuat pengaruh *five bottom line* terhadap reputasi perusahaan, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi variabel moderasi X1M sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga H3 diterima. Sebaliknya, *environmental ethics* tidak dapat memoderasi pengaruh *sustainability leadership* terhadap reputasi perusahaan karena nilai signifikansi variabel moderasi X2M sebesar 0,629 ($> 0,05$), sehingga H4 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh *Five Bottom Line* Terhadap Reputasi Perusahaan

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menyatakan bahwa *five bottom line* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, dan hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis tersebut diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan *five bottom line*, maka semakin tinggi reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Supriyadi & Ghoniyah, 2022) yang secara konsisten membuktikan adanya pengaruh signifikan kinerja keberlanjutan terhadap reputasi perusahaan.

Penerapan *five bottom line* tercermin melalui berbagai praktik seperti penciptaan lapangan kerja, perluasan usaha, kontribusi pajak, penggunaan produk lokal, serta pengembangan kemitraan dengan pemasok, yang secara kolektif memperkuat citra positif perusahaan. Praktik-praktik tersebut menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat, meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, serta menarik minat investor dan pelanggan (Maghfiroh, 2025). Dengan demikian, *five bottom line* berperan strategis dalam membangun reputasi perusahaan yang kuat, berkelanjutan, dan dihormati oleh berbagai pemangku kepentingan.

Pengaruh *Sustainability Leadership* Terhadap Reputasi Perusahaan

Hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menyatakan bahwa *sustainability leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, dan hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis tersebut diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan kepemimpinan berkelanjutan yang baik mampu meningkatkan reputasi perusahaan secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan studi (Raspati et al., 2025) yang menyatakan bahwa *sustainability leadership* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Perusahaan yang menerapkan *sustainability leadership* menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab, inovatif, dan berorientasi jangka panjang, sehingga memperoleh pengakuan positif dari masyarakat dan pemangku kepentingan. Kepemimpinan berkelanjutan mendorong inovasi ramah lingkungan, meningkatkan kepercayaan investor, memperkuat hubungan dengan mitra dan regulator, serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan memotivasi karyawan. Secara keseluruhan, *sustainability leadership* berperan strategis dalam membangun reputasi perusahaan yang kuat, etis, dan kompetitif di pasar global.

Pengaruh *Five Bottom Line* Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan *Environmental Ethics* Sebagai Variabel Moderasi

Hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini menyatakan bahwa *five bottom line* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan *environmental ethics* sebagai variabel moderasi, dan hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis tersebut diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan *five bottom line* akan memberikan dampak yang lebih kuat terhadap reputasi perusahaan apabila didukung oleh penerapan etika lingkungan yang baik. Dengan kata lain, *environmental ethics* berperan dalam memperkuat hubungan antara kinerja keberlanjutan perusahaan dan reputasi yang terbentuk di mata para pemangku kepentingan.

Peran moderasi *environmental ethics* menunjukkan bahwa komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip etika lingkungan mampu meningkatkan persepsi positif terhadap aktivitas *five bottom line* yang dijalankan. Perusahaan yang menciptakan lapangan kerja, berkontribusi melalui pajak, menggunakan sumber produk lokal, serta mengembangkan usaha bersama pemasok dengan tetap memperhatikan aspek kelestarian lingkungan akan dinilai lebih bertanggung jawab dan beretika (Chelsya, 2025). Transparansi dan kepatuhan terhadap etika lingkungan juga memperkuat kepercayaan masyarakat dan konsumen, yang

semakin peduli terhadap dampak lingkungan dari aktivitas bisnis. Dengan demikian, integrasi *five bottom line* yang didukung oleh *environmental ethics* tidak hanya meningkatkan keberlanjutan operasional perusahaan, tetapi juga membangun reputasi yang kuat, berkelanjutan, dan dihormati oleh berbagai pemangku kepentingan.

Pengaruh *Sustainability Leadership* Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan *Environmental Ethics* Sebagai Variabel Moderasi

Hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini menyatakan bahwa *sustainability leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan *environmental ethics* sebagai variabel moderasi. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa *environmental ethics* tidak mampu memoderasi pengaruh *sustainability leadership* terhadap reputasi perusahaan, sehingga hipotesis (H4) dinyatakan ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh kepemimpinan berkelanjutan terhadap reputasi perusahaan bersifat langsung dan kuat, tanpa dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat etika lingkungan yang dimiliki perusahaan.

Ketidakmampuan *environmental ethics* dalam memoderasi hubungan tersebut dapat dijelaskan karena *sustainability leadership* mencakup pendekatan yang lebih luas dan terintegrasi, meliputi strategi bisnis, inovasi, serta pengelolaan operasional yang berorientasi pada hasil nyata (Fauzzia et al., 2025). Sementara *environmental ethics* cenderung bersifat normatif dan idealis, kepemimpinan berkelanjutan menekankan implementasi praktis, pengukuran kinerja, serta pelaporan yang transparan kepada pemangku kepentingan. Oleh karena itu, dampak *sustainability leadership* terhadap reputasi perusahaan menjadi lebih komprehensif dan signifikan dibandingkan peran *environmental ethics* yang berdiri sendiri, sehingga etika lingkungan tidak memberikan efek penguatan tambahan terhadap hubungan tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *five bottom line* (kinerja keberlanjutan) dan *sustainability leadership* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Selain itu, *environmental ethics* berperan sebagai variabel moderasi yang mampu memperkuat pengaruh *five bottom line* terhadap reputasi perusahaan. Namun demikian, *environmental ethics* tidak terbukti mampu memoderasi hubungan antara *sustainability leadership* dan reputasi perusahaan. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa praktik keberlanjutan perusahaan dan kepemimpinan berkelanjutan memiliki peran penting dalam

membentuk reputasi perusahaan, dengan etika lingkungan yang lebih berpengaruh dalam memperkuat aspek kinerja keberlanjutan dibandingkan kepemimpinan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, M., Brini, F., Rouached, H., & Masmoudi, K. (2022). Genetically Engineered Crops For Sustainably Enhanced Food Production Systems. *Frontiers In Plant Science*, 13(2), 1027828.
- Adnyana, I. W. P., Adiputra, I. M. P., & Musmini, L. S. (2024). Pengaruh Green Accounting, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Sustainable Development Goals Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 288–301.
- Burawat, P. (2019). The Relationships Among Transformational Leadership, Sustainable Leadership, Lean Manufacturing And Sustainability Performance In Thai Smes Manufacturing Industry. *International Journal Of Quality & Reliability Management*, 36(6), 1014–1036.
- Chelsya, C. (2025). Peran Moderasi Audit Quality: Hubungan Antara Sustainability Reporting Dan Keberlanjutan Kinerja Perusahaan. *Advances In Management & Financial Reporting*, 3(3), 252–271.
- Fauzzia, W., Santoso, B., & Ahman, E. (2025). Strategic Leadership And Green HRM: A Comprehensive Review Of Existing Literature. *CAKRAWALA: Management Science Journal*, 2(2), 70–79.
- Julythiawati, N. P. M., & Ardiana, P. A. (2023). Pengaruh Pelibatan Pemangku Kepentingan Dan Tanggung Jawab Sosial Pada Reputasi Perusahaan. *Public Service And Governance Journal*, 4(2), 239–246.
- Maghfiroh, S. A. (2025). Penerapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Keberlanjutan Menggunakan Perspektif Pentuple Bottom Lines Pada PG. Modjopanggoong. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 4625–4632.
- Manullang, S. O. (2021). Understanding The Sociology Of Customary Law In The Reformation Era: Complexity And Diversity Of Society In Indonesia. *Linguistics And Culture Review*, 5(S3), 16–26.
- Mulyaningsih, M., & Sudibyo, Y. A. (2022). The Effect Of Five Bottom Line, Business Ethics, And Leadership On Sdgs Desa With GCG As A Moderating Variable (Case

- Study On BUM Desa Kabupaten Bogor). *Technium Soc. Sci. J.*, 30(2), 309–319.
- Oktavianus, L. C., Randa, F., Jao, R., & Praditha, R. (2022). Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 218–227.
- Rabbani, S., Safitri, D., Rahmadhani, N., Sani, A. A. F., & Anam, M. K. (2023). Perbandingan Evaluasi Kernel SVM Untuk Klasifikasi Sentimen Dalam Analisis Kenaikan Harga BBM: Comparative Evaluation Of SVM Kernels For Sentiment Classification In Fuel Price Increase Analysis. *MALCOM: Indonesian Journal Of Machine Learning And Computer Science*, 3(2), 153–160.
- Raspati, G., Muchsam, Y., Yuda, M. S., Maulana, M. A., Yuningsih, Y. Y., & Akbar, T. S. W. (2025). Efek GHRM Dan Personal Moral Norm Terhadap Employee Green Behavior Di Sektor Perbankan. *E-BISNIS: JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 18(2), 11–27.
- Sarmila, S. (2025). *Analisis Isi Representasi Character Building Dalam Film Budi Pekerti*. IAIN PAREPARE.
- Solikhin, A., & Lubis, T. A. (2019). *Kinerja Perusahaan Tinjauan Reputasi Perusahaan Dan CSR*. Salim Media Indonesia.
- Sudibyo, H., & Wresta, A. (2024). Pengembangan Pembangkit Biogas Dalam Kajian Sains Islam Untuk Keberlanjutan Pelestarian Lingkungan. *Kaunia: Integration And Interconnection Islam And Science Journal*, 20(2), 45–53.
- Sukaharsono, E. G., & Andayani, W. (2021). *Akuntansi Keberlanjutan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Supriyadi, H., & Ghoniyah, N. (2022). Model Peningkatan Nilai Perusahaan Berbasis Triple Bottom Line CSR Dan Profitabilitas. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 15(3), 209–221.
- Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Widanaputra, A. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Dan Reputasi Manajemen Puncak Pada Reputasi Perusahaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi. Vol*, 23(1), 177–189.